

NÚMERO 155
MAYO 2026

www.pymeseguros.com

PYMESEGUROS

REVISTA ONLINE PARA CORREDORES Y CORREDURÍAS



Visión de experto

Andrés Escudero, director gerente de Trippode 2000. “La confianza que aporta el corredor es fundamental en la contratación del seguro de Salud”

Punto de encuentro

El compliance, una responsabilidad colectiva que protege el patrimonio, el negocio y al cliente

Más a fondo

La DGSFP podría quitar la clave a los corredores que no facilitan la información requerida

In situ

Los corredores pueden responder ante los daños causados por una póliza no firmada

Pedro Orbe, director general comercial de DKV

El RAMO DE SALUD precisa evolucionar hacia la personalización y prevención





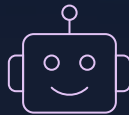
La evolución del Ciberseguro



El ciberseguro que redefine el sector.
Ahora con más coberturas y mejores servicios.



Más fácil
Suscripción simplificada



Más completo
Coberturas ampliadas



Más exclusivo
Acompañamiento integral





Riesgos a los que se enfrentan los corredores de seguros



Carmen Peña
Directora de Pymeseguros
carmen@pymeseguros.com

Muchas veces los corredores se quejan de la burocracia que tienen que cumplir. Pero el problema está en que no cumplir con los requisitos de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP) puede conllevar multas económicas, merma de la reputación y hasta la pérdida de la clave para operar. En ocasiones, al no tener actualizados los teléfonos y dirección, las corredurías no reciben los requerimientos de órgano supervisor y este, al no obtener respuesta decide anular la clave de ese corredor o correduría, llegándose a dar el caso de estar operando sin autorización. Unas sanciones a las que están especialmente expuestas las pequeñas corredurías, bien por desconocimiento o por falta de recursos, y más en los últimos meses, cuando se han intensificado los controles por parte del legislador (ver [Más a fondo](#)).

Asimismo, se encuentran con los programas de cumplimiento normativo. Algo que cada vez están más instaurados en las empresas, sabedoras que, de no acatar sus obligaciones legales, pueden tener sanciones y consecuencias penales, además de un daño reputacional que puede perjudicar mucho su negocio. Sin embargo, todavía hay muchas pymes que no lo aplican, por lo que resulta fundamental implementar una cultura de *compliance* en todo el personal, con la que no solo se eviten multas, sino que se trabaje de una manera más ética y responsable (ver [Punto de encuentro](#)).

Para hacer más llevadero el trabajo que supone toda la labor administrativa se creó el proyecto Cima, que en estos momentos está potenciando el uso de la 'firma digital'. Es sumamente importante que las pólizas de seguros se firmen, tanto por seguridad jurídica como para dar estabilidad a los asegurados y a los corredores. De hecho, si los tomadores no las firman, los corredores pueden verse salpicados, por su obligación de informar debidamente al cliente de los requisitos para activar la póliza y para suscribirla. Es más, si la aseguradora consigue una prueba de que ha habido una incitación a la falta de firma de la póliza por parte de un corredor o ha existido una negligencia, puede repetir contra él (ver [In situ](#)).



Staff

Directora

CARMEN PEÑA
carmen@pymeseguros.com

Periodista

AITANA PRIETO
aitana@pymeseguros.com

Área Comercial

CARMEN PARAMIO
616 468 849
carmen2@pymeseguros.com

Diseño y maquetación

ESTUDIO 9C

Fotógrafa

IRENE MEDINA

Banco De Imágenes

FOTOLIA

PYMESEGUROS

REVISTA ONLINE PARA CORREDORES Y COMERCIALES

Número 155 { MAYO 2026 }
www.pymeseguros.com
ISSN 2173-9978
Difusión gratuita

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



6 Hablando claro

Pedro Orbe, director general comercial de DKV. **El ramo de Salud precisa evolucionar hacia la personalización y prevención**

03 Editorial

Riesgos a los que se enfrentan los corredores de seguros

44 Productos

Los últimos seguros del mercado

46 Al día economía

Noticias económicas que interesan a las pymes

48 Al día seguros

Noticias del sector asegurador

84 Al día distribución

Noticias de los corredores de seguros

107 Algo más que negocio

Acciones de RSC realizadas por corredores

108 Rincón de lectura

Libros útiles para la empresa



14 **Visión de experto**

Andrés Escudero, director gerente de Trippode 2000.

La confianza que aporta el corredor es fundamental en la contratación del seguro de Salud



28 **Más a fondo**

La DGSFP podría quitar la clave a los corredores que no facilitan la información requerida



20 **Punto de encuentro**

El *compliance*, una responsabilidad colectiva que protege el patrimonio, el negocio y al cliente



36 **In situ**

Los corredores pueden responder ante los daños causados por una póliza no firmada



Pedro Orbe, director general comercial de [DKV](#)

El ramo de Salud precisa **EVOLUCIONAR** hacia la personalización y prevención

El ramo de Salud afronta una tensión técnica sin precedentes derivada del fuerte incremento de los costes asistenciales, la inflación médica y una demanda de uso muy superior. Esa demanda lo está convirtiendo en un modelo más de sustitución que de complementariedad, que es como está construido en sus bases, lo que está afectando a la cuenta técnica. La solución integral exige, explica Pedro Orbe, director general comercial de DKV, "ir más allá de subidas lineales, y evolucionar hacia pólizas mucho más personalizadas, modulables y preventivas que garanticen el equilibrio económico para seguir cuidando de nuestros clientes con excelencia".



Según datos de Icea, en 2025, el seguro de Salud creció un 11,43%, superando la tendencia de los últimos años. ¿A qué se debió?

El excepcional dinamismo del seguro de Salud y el alza de su facturación responden a un cambio de mercado impulsado por la saturación de la sanidad pública, al envejecimiento, a un consumidor más exigente y al aumento de los costes asistenciales. Particularmente, en 2025 se produjo el efecto de la revisión del concierto de Muface, que implicó un crecimiento a nivel sectorial algo superior al de cualquier ejercicio.

Esta tendencia alcista se consolida en el primer trimestre de 2026 con los datos publicados por Icea, que

confirman un crecimiento del ramo del 6,31%, hasta alcanzar los 3.815 millones de euros.

¿Se podría decir que el ramo ha empeorado su resultado técnico?

Más que un empeoramiento general, el ramo de Salud afronta una tensión técnica sin precedentes derivada del fuerte incremento de los costes asistenciales, la inflación médica y una demanda de uso muy superior. Esa demanda está convirtiendo el seguro de Salud en España en un modelo más de sustitución que de complementariedad que es como está construido en sus bases, lo cual está afectando a la cuenta técnica.



Esta realidad hace inviable mantener primas claramente por debajo del coste real de los servicios, por lo que nuestro objetivo primordial es lograr la sostenibilidad a largo plazo sin comprometer jamás la calidad asistencial.

¿El ramo de Salud necesita incrementar precios para mantener la calidad?

Sin duda, adecuar las tarifas al alza de forma responsable es una realidad ineludible para asegurar la sostenibilidad técnica sin renunciar a la altísima calidad asistencial que ofrecemos.

No obstante, la solución integral exige ir más allá de subidas lineales, y evolucionar hacia pólizas mucho más personalizadas, modulables y preventivas que garanticen el equilibrio económico para seguir cuidando de nuestros clientes con excelencia.

El tiempo de espera en la sanidad privada se está incrementando, sobre todo, en algunas especialidades. ¿Qué se está haciendo en DKV para acortarlo?

Respondemos con un amplio cuadro médico de 51.000 especialistas y acuerdos con 97 de los 100 hospitales privados con mejor reputación de España.

Asimismo, apostamos por agilizar la atención a través de un modelo híbrido con el que logramos gestionar más de 214.000 consultas médicas digitales al año con profesionales de 30 especialidades.

Actualmente, la espera para consulta digital con especialidades tan demandadas como medicina general, pediatría o psicología es de 1 día, y para otras como dermatología, cardiología o alergología, no superan los 4 días. Aparte, aún en desarrollo, estamos trabajando en un

En 2025 se produjo el efecto de la revisión del concierto de Muface, que implicó un crecimiento a nivel sectorial algo superior al de cualquier ejercicio

modelo de relación con nuestros proveedores que nos garantice disponer de espacios específicos de atención para nuestros clientes. El problema es que, en según qué zonas, la capacidad asistencial frente a la demanda no puede llegar a equilibrarse por la inexistencia de tejido médico-asistencial suficiente.

En la Jornada de Perspectivas de Icea se dijo que está habiendo un cambio de hábito en el uso del seguro. ¿Cómo está influyendo en el sector?

El claro cambio en el comportamiento del consumidor tras el Covid y su mayor preocupación por la salud y el cuidado de la misma, han disparado el uso asistencial. Si a esto le sumamos que el deterioro del servicio público también es claro y que, como consumidores, cada vez demandamos mayor inmediatez, el uso ha sufrido un incremento importante.

Ante un asegurado actual más exigente y digital que no se conforma con coberturas puramente reactivas, estamos evolucionando hacia un ecosistema integral de prevención activa y acompañamiento constante de nuestros clientes.

La DGFSP en su Memoria de Reclamaciones ha establecido que es “criterio de buenas prácticas del Servicio de Reclamaciones considerar que el paso de un seguro colectivo a uno individual (para extrabajadores, jubilados), no debe dar lugar a la realización de un nuevo cuestionario de salud ni a la inclusión de nuevas carencias”. ¿Qué opina al respecto?

Como punto de partida creo que hay que analizar todas las casuísticas particulares que se pueden dar en este tipo de supuestos, porque son muy variadas, y no generalizar porque puede llevar a errores. Pongo un ejemplo: un trabajador de una empresa es asegurado por la misma en un contrato cuyo tomador es la propia empresa y, debido al tipo de riesgo del que se trata, ese trabajador entra en un contrato colectivo sin ningún tipo de selección médica de riesgo, y tiene una patología determinada. La empresa decide extinguir la relación laboral con ese trabajador (exagerando el caso) el día 2 de entrada en vigor del contrato. ¿Tiene sentido que la aseguradora tenga que asumir ese riesgo, tal cual está, sin poder realizar un cuestionario de salud? Particularmente, no lo veo. En el sentido contrario, un trabajador que entra en un colectivo con declaración de salud, permanece asegurado 10 años, sale y quiere continuar asegurado con el mismo tipo de cobertura; ¿tendría sentido realizarle un nuevo cuestionario y limitarle desde 0 su entrada en la compañía? En absoluto.

Como ven, dos casos que entrarían en la misma categoría y que son polos opuestos dentro de una lógica aseguradora y de protección del cliente que deberían ser las claves para gobernar este tipo de situaciones y prácticas.

DKV fue la primera compañía que se planteó la cláusula vitalicia en salud, no reducimos garantías cuando nuestros clientes cumplen años (tanto en cuadro médico, como en reembolso), nuestras edades máximas de admisión de asegurados son las más altas del mercado, nuestras renovaciones no se basan en la rentabilidad de los clientes...



¿Cómo se va a enfrentar en el ramo de Salud el incremento de la longevidad de los ciudadanos?

Para afrontar el incremento de la longevidad, nuestro enfoque no es limitarnos a cubrir la enfermedad en los momentos de necesidad, sino ofrecer un acompañamiento en todo el ciclo de vida del cliente. Lo conseguimos apostando por la prevención continua, la promoción de hábitos saludables y la monitorización remota a través de nuestras soluciones tecnológicas avanzadas.

¿La estrategia de personalización de la oferta de productos pasa por una fijación dinámica de precios?

No es una condición necesaria, lo cual no quita para que pueda ser una parte más de ese modelo de personalización y acompañamiento de nuestros clientes. Pero lo vemos más centrado en la búsqueda de soluciones desde todos los ángulos de nuestra propuesta de valor; tipología de riesgo y coberturas/garantías necesarias (con su lógica asistencial), modelo asistencial requerido (presencial, digital, híbrido, específico para algún tipo de especialidad, ...), modelo operativo derivado, modelo de relación compañía/cliente, modelo de prevención/promoción de la salud, ciclo de vida y evolución de todo lo anterior, etc.

¿A qué retos se enfrenta el ramo?

El sector de la Salud afronta una compleja refundación para mantener su sostenibilidad ante el fuerte incremento de los costes asistenciales, impulsados por la



El claro cambio en el comportamiento del consumidor tras el Covid y su mayor preocupación por la salud y el cuidado de la misma, han disparado el uso asistencial

nueva tecnología y la concentración hospitalaria, y la evidente escasez de profesionales médicos.

A este escenario se suma el envejecimiento poblacional y un consumidor más exigente que hace un uso intensivo del sistema, generando una fuerte tensión al tener que sostener un gasto médico disparado con unas primas históricamente bajas.

Para superar todos estos desafíos, es indispensable evolucionar unidos hacia nuevas fórmulas de aseguramiento más ágiles, digitales y personalizadas, adaptándonos a la actual disponibilidad económica de las familias y empresas.

Salud siempre ha sido un ramo muy concentrado en pocas aseguradoras. ¿Cuál es la estrategia de DKV para ganar cuota?

Priorizamos el valor frente al volumen, lo que nos ha llevado a salir responsablemente de modelos deficitarios como Muface, asumiendo de forma planificada el paso del cuarto puesto (con un 7,5% de cuota) al quinto en el ranking.

Esta transformación nos permite enfocar todos nuestros recursos en la excelencia técnica y operativa para garantizar la sostenibilidad a largo plazo, bajo una premisa clara: no buscamos ser los más grandes en volumen, sino los mejores en valor.

DKV ha convertido la innovación digital en una palanca estratégica para ofrecer una atención más ágil, accesible y personalizada, ¿Como se está materializando?

Hemos digitalizado por completo la relación con nuestros clientes a través de nuestro ecosistema de sa-

lud, la app 'Quiero Cuidarme Más' y soluciones certificadas como producto sanitario de detección temprana como 'Lifelight' (capaz de medir la presión arterial mediante el reconocimiento facial a través del smartphone), 'CardioSignal' (que permite detectar fibrilación auricular colocando el smartphone sobre el pecho) o 'Memodio'. Esta apuesta tecnológica se suma a las más de 214.000 consultas digitales anuales, la gestión mensual de 10.000 chats médicos y 6.000 videollamadas con especialistas.

Asimismo, apoyamos esta evolución internamente con el programa 'Sinergia', capacitando al 100% de nuestros empleados en Inteligencia Artificial.

Actualmente, el 56% de las personas aseguradas de salud en DKV está registrado en los activos digitales de la compañía...

Este tipo de indicadores siempre tienen una doble lectura. La positiva es que evoluciona y crece permanentemente, lo cual nos lleva a tener cada vez más clientes disfrutando del modelo de relación (con la promoción de estilos de vida saludables y la prevención como ejes) y asistencial. Por el otro lado, creemos que este porcentaje de registro puede y debe ser mejorado para alcanzar a muchos más asegurados, que no están aprovechando el 100% del potencial de su póliza. Es clave conseguir mayores niveles de adhesión en clientes corporativos, en los que nos cuesta más llegar a comunicar bien las ventajas que tiene nuestro ecosistema.

DKV lleva años apostando por la prevención. ¿Qué resultados está teniendo?

Priorizamos el valor frente al volumen, lo que nos ha llevado a salir responsablemente de modelos deficitarios como Muface

Nuestra apuesta por la prevención tiene una excelente acogida entre los clientes, que valoran mucho poder anticiparse a los problemas médicos y sentirse acompañados por su aseguradora en todo momento.

A nivel técnico, esta prevención reduce la incidencia de enfermedades crónicas y los costes asistenciales, permitiéndonos mantener primas competitivas y garantizar la viabilidad del modelo a largo plazo.

Ya hay casi 13 millones de asegurados en Salud en España (prácticamente el 26% de la población), pero aún tiene mucha posibilidad de crecimiento. ¿Piensa que es un negocio que no puede desaprovechar el mediador?

Mantenemos una firme creencia en la mediación y consideramos el ramo de Salud como una oportunidad fantástica de crecimiento ante un consumidor que exige un asesoramiento profundo y personalizado. En este punto, la mediación tiene una oportunidad única por su capacidad de conocimiento del cliente y su momento vital, su cercanía, su capacidad de asesoramiento y, en definitiva, por hacer realidad nuestra ambición de llegar a modelos de alta personalización.

Además, dado que la cuota de participación del canal en Salud sigue por debajo de otros ramos de No Vida, los mediadores tienen el gran potencial de fidelizar a los clientes que ya existen en sus carteras.

Por todo ello, apostamos decididamente por este canal como



¿Estás preparado
para vivir en el país
más longevo del mundo?

BIENVEJECER

bienvejecer.es

Cuidarse hoy para vivir mejor mañana

asisa 
mejor así

LA MEDIACIÓN, ELEMENTO FUNDAMENTAL EN LA PROPUESTA DE VALOR DE DKV

Actualmente, más del 60% del portfolio de la compañía se distribuye a través del canal de la mediación, y Pedro Orbe considera que “la capacidad del canal para asesorar a los clientes en la solución idónea para cada caso y acompañarlos en las distintas etapas de su vida, los convierte en un elemento fundamental y una parte íntima de la propuesta de valor de la compañía”.

DKV aporta cercanía, agilidad y transparencia, poniendo a disposición de la mediación “nuestro ecosistema digital y las innovaciones que desarrollamos para mejorar el servicio a los asegurados. Además, compartimos nuestras

capacidades tecnológicas en Big Data y negocio digital para que optimicen sus propios modelos, a la vez que impulsamos su responsabilidad social y sostenibilidad cediéndoles recursos y conocimiento a través del programa Medialia. En definitiva, nuestra prioridad es dar a cada mediador lo que necesita, compartiendo todo lo que construimos para integrarlos como un elemento fundamental e íntimo de nuestra propuesta de valor”, afirma su director general comercial. A cambio, piden a los corredores que “adapten sus modelos de distribución y asesoramiento hacia una

mayor personalización, respaldando nuestra nueva propuesta de valor centrada en el cuidado integral del cliente con una clara visión a largo plazo. Asimismo, les proponemos aprovechar activamente nuestro ecosistema digital e innovaciones como la app ‘Quiero Cuidarme Más’, para mejorar la relación diaria y la accesibilidad del servicio. Por último, buscamos su firme compromiso con la responsabilidad corporativa, invitándoles a fomentar un negocio más sostenible mediante su implicación en los proyectos sociales y medioambientales del programa Medialia”, expone Orbe.

un elemento íntimo y esencial de nuestra propuesta de valor.

Pero, pese a los buenos datos de este ramo, hay corredores que no lo están comercializando. ¿Cuáles son las razones?

La distribución aseguradora está evolucionando muy deprisa, requiriendo cada vez de mayor especialización, sobre todo dependiendo del tipo de cliente al que te estás dirigiendo y del tipo de riesgo a asegurar o sobre el que asesorar. Cruzando estas variables con las soluciones que hay en el mercado (que tienden, como no puede ser de otra forma, a individualizarse lo máximo posible) tenemos una resultante muy clara: los mediadores tienen que decidir, estratégicamente, el tipo de cliente que quieren alcanzar, sobre qué riesgos quieren actuar y, a partir de ahí, desarrollar su propuesta de valor, que incluirá la capacitación y especialización de toda su empresa y soluciones.

Y esto es lo que está pasando en Salud. El espacio que hay en la actualidad, pero, sobre todo, el que vislumbramos a futuro, es muy potente. Pero el canal no podrá acceder al mismo si no se plantea crear conocimiento y capacidad para abordar este negocio, para aprovechar su cartera de clientes y para ser parte de una propuesta de valor sólida que le posicione y diferencie.

Eso sí, las compañías especialistas tenemos que ayudar a la mediación en su capacitación, identificación de oportunidades, inteligencia de negocio, etc., con todas las herramientas disponibles para acelerar ese proceso.

CARMEN PEÑA

FOTOS: IRENE MEDINA

*Millennials, después
de enfrentarnos a todo...*

*Como Lola, que a sus
39 años ha decidido
cambiar de rumbo
y comenzar una
nueva profesión.*

¿Por qué arriesgarlo ahora?



Entra en preventiva.com o llama al 900 20 30 10



Protegemos la tranquilidad
de los expertos en vivir.



Andrés Escudero, director gerente de Trippode 2000, S.A. Correduría de Seguros (Grupo Unide)

La **CONFIANZA** que aporta el corredor es fundamental en la contratación del seguro de Salud

Con cerca de 13 millones de asegurados –casi el 26% de la población–, el margen de crecimiento del ramo de Salud sigue siendo amplio. De hecho, Andrés Escudero, director gerente de la correduría Trippode 2000, considera que “es un negocio que ningún corredor puede desaprovechar”. El 94,8% de los clientes considera importante hablar con una persona al contratarlo porque “el contacto humano aporta algo que ninguna plataforma puede ofrecer: confianza. La asesoría personalizada en el seguro de Salud no sólo es importante, es determinante a la hora de cerrar operaciones y fidelizar al cliente. El trato humano marca la diferencia”.

El seguro de Salud se ha consolidado como uno de los grandes motores del sector asegurador en España. Los datos de Icea sobre 2025 reflejan un crecimiento del 11,43%, una cifra histórica que sitúa el volumen de primas cerca de los 13.500 millones de euros. Detrás de este avance hay múltiples factores, desde cambios regulatorios hasta una demanda creciente impulsada por las tensiones del sistema público.



Andrés Escudero, director gerente de Trippode 2000 (Grupo Unide), explica que ese crecimiento del año pasado “marcó un récord histórico, impulsado tanto por los seguros individuales como por las pólizas colectivas”. Aunque considera que “el motor principal fue el incremento en las primas que el Gobierno impuso a las aseguradoras dentro del convenio con las Administraciones Públicas. Esto impulsó directamente el volumen de primas, especialmente en asistencia sanitaria, que creció un 11,9%. Sin ese ajuste regulatorio, el incremento habría sido más moderado, como se vio en trimestres previos donde la tendencia se desaceleró ligeramente fuera de esos convenios”.

Más allá del efecto regulatorio, Escudero subraya una tendencia estructural: “Este crecimiento se debió a una mayor demanda de coberturas sanitarias privadas, como alternativa a un sistema público muy tensionado, con largas listas de espera”. Una dinámica que, según apunta, se arrastra desde la pandemia.

De cara a 2026, las perspectivas siguen siendo positivas, aunque más contenidas. “Se espera que el crecimiento continúe positivo, pero a un ritmo más moderado respecto a 2025”,

señala Escudero, quien identifica como principal soporte la consolidación de la sanidad privada como alternativa a la pública sobretensionada.

En este contexto, la inflación juega un papel determinante. “Ha incrementado los costes asistenciales, especialmente en servicios médicos, tecnología sanitaria y recursos humanos”, explica. Este fenómeno se traslada inevitablemente a las primas, aunque “las aseguradoras intentan contener subidas abruptas, para no frenar la contratación”.

Para las corredurías, este escenario “supone explicar a los clientes los ajustes de precio y, a la vez, resaltar los beneficios de un producto enfocado al acceso rápido a una sanidad privada de alta calidad asistencial”.

La inflación ha incrementado los costes asistenciales, especialmente en servicios médicos, tecnología sanitaria y recursos humanos

PROTECCIÓN AL CLIENTE

Recientemente, la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP), en su Memoria de Reclamaciones, ha establecido que es “criterio de buenas prácticas del Servicio de

Reclamaciones considerar que el paso de un seguro colectivo, por ejemplo, de trabajadores de una empresa o de otra índole, a uno individual, para extrabajadores, jubilados..., no debe dar lugar a la realización de un nuevo cuestionario de salud ni a la inclusión de nuevas carencias. Incluso del cambio de aseguradora”. Algo que Escudero valora positivamente: “Supone un avance que refuerza la protección al cliente y simplifica los trámites a la hora de gestionar cambios en las pólizas de Salud”.

Además, destaca que “evita situaciones de desprotección para jubilados o extrajoba-





El uso de datos de siniestralidad permite ajustar primas y equilibrar competitividad y rentabilidad

dores y refuerza la continuidad de coberturas”. En su opinión, también contribuye a fortalecer la confianza en la mediación ya que “favorece la retención de clientes y pone en valor la cercanía del corredor”.

En el caso de los séniores, valora muy positivamente que las corredurías diseñen y lancen productos de salud dirigidos a ellos. Se trata de una iniciativa que “responde a una demanda creciente por el envejecimiento demográfico unido a las listas de espera en la sanidad pública. En nuestro caso, comercializamos actualmente productos para este nicho de mercado, con varias aseguradoras”. En su opinión, se tiene que ver “no sólo como una póliza de Salud, sino como una solución integral de cuidados y bienestar para este colectivo”.

Pero no todo son buenas noticias. El equilibrio técnico del ramo empieza a mostrar signos de tensión. “La insuficiencia de prima es un problema real y creciente”, advierte Escudero. “Existe un desajuste entre costes médicos —con incrementos superiores al 10%— y primas que no siempre lo compensan, junto con la alta siniestralidad y frecuencia asistencial, lo que erosiona la rentabilidad de las aseguradoras y, por extensión, las comisiones para los corredores”.

A ello se suma la presión competitiva: “Las primas de ‘derribo’ en nueva producción desencadenan una guerra de precios”. En este contexto, “nuestra estrategia pasa por aportar valor y priorizar las pólizas colectivas con servicios añadidos como telemedicina y prevención”.

La evolución del mercado apunta hacia modelos más sofisticados. “La personalización pasa por una fijación dinámica de precios”, afirma Escudero. El uso de datos de siniestralidad permite ajustar primas y equilibrar competitividad y rentabilidad.

Este cambio redefine el papel del mediador: “Nos posiciona como asesores estratégicos y no simples vendedores. El mercado asegurador evoluciona hacia modelos más flexibles, la fijación dinámica de precios basada en datos, comportamientos y riesgos se convierte en una herramienta fundamental, especialmente en Salud donde la fidelidad es estratégica”.



EXPATRIADOS, EN EXPANSIÓN

Un segmento con potencial es el de los expatriados, aunque presenta dificultades: “porque la oferta debería ser más amplia y nos encontramos con primas más altas que en una póliza de Salud convencional”. Los riesgos asociados a este perfil de cliente son complejos: son asegurados que viajan o residen en múltiples destinos, con infraestructuras sanitarias limitadas que obliga a cubrir la asistencia en centros de coste elevado y traslados sanitarios. “Ello implica dos retos para nosotros: primero, identificar las aseguradoras especializadas en este tipo de pólizas de Salud; y segundo, gestionar bien las expectativas del cliente para que entienda la relación entre el coste y la cobertura de este seguro”.

El hecho de que el ramo de Salud siga dominado por un número reducido de grandes aseguradoras líderes en el mercado, para Escudero, tiene ventajas: “Aporta gran capacidad asistencial, gran solvencia financiera, amplios cuadros médicos y herramientas digitales potentes. Todo eso proporciona seguridad a la hora de comercializar el producto y facilita la gestión con el cliente, asociando marca conocida a confianza”. Pero también tiene inconvenientes: “Reduce la

competencia y limita la variedad de oferta y deja poco margen para negociar condiciones personalizadas. Este escenario nos obliga a reforzar el valor añadido de un corredor de seguros: asesoramiento independiente, diseño de ofertas con amplias coberturas, acompañar en la medida de lo posible al cliente ante una incidencia en la asistencia médica y seguimiento tras la venta del producto”.

El ramo de Salud, pese a su crecimiento sostenido, se enfrenta a cinco grandes retos: “la inflación médica y sostenibilidad técnica, la ‘guerra de precios’

MÁS DEL 95% DE TASA DE RETENCIÓN

La apuesta de Trippode por el ramo de Salud comenzó en 2008, cuando Andrés Escudero se incorpora a la dirección de la correduría (que pertenece al Grupo Unide, cooperativa logística y de distribución de productos de consumo entre sus socios cooperativistas, que explotan supermercados y tiendas de autoservicio), “vimos la necesidad de comercializar pólizas de seguro para pymes y

autónomos y de diseñar productos colectivos adaptados a este perfil”, recuerda. Los resultados avalan la estrategia: “Hoy tenemos más de 150 empresas aseguradas y cerca de 900 asegurados en cartera”. El ramo representa ya el 25% del negocio total de 2025 y el 6,5% en nueva producción, con una tasa de retención superior al 95% en las renovaciones de los últimos años. “Eso ha supuesto que hayamos pasado del 20 al 25%

de impacto en nuestra cartera desde 2020. Con respecto a 2024, en 2025 crecimos en el ramo de Salud un 7,64%”. Para Escudero, el balance es claro: “El seguro de Salud nos ha aportado especialización y fidelización, además de valor añadido para nuestros clientes. En nuestro caso, a una pequeña empresa o autónomo junto con su póliza de Comercio o Responsabilidad Civil le hemos trasladado la necesidad de tener

un seguro de Salud que cuide tanto de los propietarios del negocio como de sus empleados, tenga beneficios fiscales y reduzca el absentismo laboral”. El director gerente de Trippode anima “a los profesionales que aún no comercializan el seguro de Salud, que lo hagan. Les ayudará a fidelizar a sus clientes y a captar nuevos, a aumentar sus ingresos y a reforzar su posicionamiento en un entorno cada vez más competitivo”.

y márgenes muy ajustados, una demanda creciente de digitalización, una mayor personalización en la oferta y, por último, al envejecimiento poblacional y mejor gestión del riesgo sénior”, señala Escudero.

Uno de los grandes desafíos es la falta de cultura aseguradora. “El nivel de desconocimiento del asegurado sobre su póliza sigue siendo alto”, alerta Andrés Escudero. Especialmente en aspectos como las preexistencias: “Surgen conflictos cuando un cliente cambia de compañía y descubre que patologías diagnosticadas previamente no tienen cobertura en su nueva póliza de Salud”. Aquí el mediador es fundamental: “Nuestro valor añadido es analizar condiciones y advertir sobre posibles limitaciones, carencias y exclusiones antes de la firma. La mediación es cada vez más necesaria para convertir la información en una decisión consciente y segura por parte del cliente”.

UNA OPORTUNIDAD QUE NO SE PUEDE DESAPROVECHAR

Con cerca de 13 millones de asegurados —casi el 26% de la población—, el margen de crecimiento sigue siendo



La insuficiencia de prima en el ramo de Salud es un problema real y creciente

amplio. “Es un negocio que ningún corredor puede desaprovechar”, afirma con rotundidad. “El seguro de Salud en España ha dejado de ser complementario para convertirse en fundamental dentro de la planificación financiera y de bienestar de las familias. Además, hay un factor estructural evidente que favorece su contratación: la presión creciente sobre la sanidad pública, con listas de espera más largas y una percepción de pérdida de calidad en determinados servicios. Es un producto que se utiliza frecuentemente y de elevada fidelización, si se gestiona bien”.

Especialmente relevante es el ámbito empresarial: “Las pymes lo utilizan como herramienta de retribución flexible y fidelización del talento”. No incorporarlo, advierte, puede suponer quedarse fuera de una de las principales palancas del sector.

A pesar del potencial, no todos los corredores operan en este ramo. “Principalmente por falta de especialización (el seguro de Salud requiere un conocimiento técnico específico) y percepción de complejidad (por miedo a no poder asesorar correctamente)”, explica. Para revertirlo, propone varias

claves: “Formación especializada, la utilización de herramientas tecnológicas, un mayor apoyo de aseguradoras y marketing directo, tanto a particulares como a empresas o autónomos”.

Y subraya un dato revelador: “El 94,8% de los clientes considera importante hablar con una persona al contratar un seguro de Salud”. Para él, la razón hay que buscarla en que “el contacto humano aporta algo que ninguna plataforma puede ofrecer: confianza. La asesoría personalizada en el seguro de Salud no sólo es importante, es determinante a la hora de cerrar operaciones y fidelizar al cliente. El trato humano marca la diferencia”.

CARMEN PEÑA



Tu negocio no se detiene. Pelayo, tampoco.

Protege tu comercio u oficina
frente a los riesgos del día a día.



Paralización
de actividad



Daños
en terrazas



Limpieza
de grafitis



Servicios
legales



Todo riesgo
accidental

Y además, con coberturas
adaptadas a tu negocio.



En peluquerías y centros
de estética.



En restaurantes, cafeterías
y hostelería.



pelayo

Infórmate en tu oficina más cercana o entra en [pelayo.com](https://www.pelayo.com)



El **COMPLIANCE**, una responsabilidad colectiva que protege el patrimonio, el negocio y al cliente

Los programas de cumplimiento normativo cada vez están más instaurados en las empresas, sabedoras que de no acatar sus obligaciones legales, pueden tener sanciones y consecuencias penales, además de un daño reputacional que perjudicaría mucho su negocio. Sin embargo, todavía hay muchas pymes que no lo aplican, por lo que resulta fundamental implementar una cultura de *compliance* en todo el personal, con la que no solo se eviten multas, sino que se trabaje de una manera más ética y responsable.



Desde la reforma del Código Penal de 2010 las personas jurídicas pueden ser responsables penalmente de un delito, por lo que los programas de prevención de delitos cobran especial relevancia. Sonia Lecina, directora de Regulación y Gobernanza de **Área XXI**, recuerda que cuando se produjo esa modificación supuso “un impacto tremendo”, porque suponía “sentar en el banquillo a las personas jurídicas”, cuando antes era solo a las personas físicas. Pero en 2015 se introdujeron matizaciones para que hubiera exoneraciones o atenuantes a las sanciones, como los planes de prevención.

Y aunque, como advierte Ana Muñoz, directora general y responsable de Compliance de **Coseba**, el sector asegurador está muy normatizado, todavía hay muchas correderías que no tienen implantado ningún sistema de *compliance*, sobre todo pymes. En este sentido, aboga por la concienciación, ya que muchas creen que son requisitos solo aplicables a las grandes empresas: “Todavía hay que explicar que no es solo burocracia, que en realidad se trata de cómo trabajamos, de cómo protegemos al cliente y, por supuesto, de cómo blindamos a nuestra propia corredería”, sostiene.

“Es importante tener en cuenta la proporcionalidad también, porque obviamente no se exige lo mismo a una entidad aseguradora o a una corredería muy grande que a una pequeña”, matiza Alberta Zanata, Branch Compliance Officer de **Markel España**. Además, recalca que el *compliance* “no se limita a evitar incumplimientos o

sanciones, sino a acompañar a la empresa para que actúa de forma ética y responsable, más allá de lo estrictamente legal”.

COMPLIANCE OFFICER, UN ALIADO

Alberta Zanata destaca que la figura del responsable de cumplimiento (*compliance officer*) se reconoce a nivel interno como una figura importante. “Estamos ahí para ayudar a que la empresa haga las cosas bien y asegurar que haya sostenibilidad en el tiempo y evitar incumplimientos”, añade.

Ana Muñoz reconoce que en Coseba, donde ella asume esta tarea, cuenta con “total autonomía”. “Vamos a hacer 40 años y el respeto a la norma es uno de nuestros principios, con lo cual jamás he tenido ningún problema”, reconoce, aparte de que desde la dirección general hasta los empleados tienen asumida esa cultura, que es parte de su ADN.

El caso de Zanata es diferente, ya que Markel es una aseguradora que forma parte de un grupo internacional y, en España, opera a través de una sucursal. En su función goza de autonomía e independencia, actuando como segunda línea de defensa, y además, cuenta con un reporte directo al órgano de administración a nivel local y europeo. Por otra parte, en la empresa han conseguido que *compliance* se entienda como un *business partner*, que está ahí para ayudar y acompañar al negocio.

Sonia Lecina está convencida de que los consejeros y los directores son como los padres de la familia de las personas jurídicas. “Y esto es un enfoque *top-down* en el que hay que dar el ejemplo”, afirma, para





seba, quien más que un coste lo ve como una inversión para proteger el patrimonio, el negocio y al cliente. “La pregunta más que cuánto cuesta es si nos podemos permitir no tenerlo hoy en día”, analiza.

Por eso, la directora de Regulación y Gobernanza de Área XXI, opina que muy pocas corredurías pequeñas cuentan con ello, pero cree que es un tema que requiere cierta maduración. De hecho, en su consultoría acuden corredurías medianas o pequeñas, que en ocasiones siguen sin tener planes de prevención de delitos. Y eso que lo que más le preocupa es la posibilidad de ser sancionadas vía administrativa y su reputación, que se conozca esa sanción. “Una infracción administrativa es lo que tiene más posibilidades de producirse”, sobre todo en temas de prevención de blanqueo de capitales, y son asuntos que no se limitan a sanciones, sino que pueden escalar penalmente si se descubre algún tipo de colaboración.

Aunque no sea obligatorio, les gustaría que el tema de la gestión de riesgos y el cumplimiento se fuera trasladando a las corredurías, aunque sea con sencillos mapas de riesgo, que ya están haciendo empresas incluso de fuera del ámbito financiero, por lo que en seguros debería ser una responsabilidad mayor.

ATENUAR RESPONSABILIDADES

No obstante, como admite Ana Muñoz, directora general y responsable de Compliance de Coseba, tener un pro-



“El compliance por sí mismo no vende pólizas. Pero sí decide quién las va a seguir vendiendo en un futuro, porque te posiciona más como un asesor global que como un mero intermediario”. Ana Muñoz

grama de *compliance* aporta tranquilidad y credibilidad en el mercado. Además, en una correduría como la suya, en la que hay que administrar una red con personal propio y colaboradores, es una manera de garantizar que todas las personas que intervienen, desde la dirección hasta la última oficina, “actúa conforme a la ley, la ética y el interés del cliente”.

Para las aseguradoras, como cita Zanata, “*compliance* es una función esencial”. “El objetivo principal es dar servicios al cliente que cumplan con los estándares legales y aportar valor real”, continúa.

Pero es verdad, admite Sonia Lecina, directora de Regulación y Gobernanza de Área XXI, que en los últimos tiempos, las aseguradoras sí que homologan con quién trabajan. Algo que se ve muy bien en prevención del blanqueo de capitales: “Ahí hay

un *gap* porque el corredor es responsable de su parte y también lo es la entidad aseguradora”, precisa, por lo que se están modificando contratos antiguos que no tienen en cuenta esa depuración de responsabilidad y más cuando ahora mismo el supervisor de prevención “se está poniendo duro y exigente”.

Efectivamente, Ana Muñoz corrobora que no se trata de una exigencia que te pongan en el contrato, pero sí es verdad que cada vez la aseguradora lo valora más “y es un término diferencial”. Además, que hay que dejar claro exactamente que no es una obligación normativa, sino una decisión estratégica de la empresa”.

En cualquier caso, resulta una herramienta muy importante para atenuar la posible responsabilidad, precisa Sonia Lecina. Y ya no solo en caso de incumplimientos de normas de seguros, sino también en otros aspectos como protección de datos o blanqueo de capitales que están teniendo un alto nivel de riesgo y de comisión de delitos. Además de atenuar esa posible responsabilidad y, por tanto, tener menos sanciones, destaca que otorga una ventaja competitiva.

DAÑO REPUTACIONAL

Ahora bien, aunque los corredores recomiendan a las empresas tener estos programas, como señala Muñoz “el *compliance* por sí mismo no vende pólizas. Pero sí decide quién las va a seguir vendiendo en un futuro”. En este sentido, puede fidelizar a un cliente y abrir una nueva línea de negocio más cualificada, especialmente en pymes y en empresas familiares, porque demuestra un conocimiento real del riesgo del cliente “y te posiciona más como un asesor global que como un mero intermediario”.

Y en el caso concreto de las políticas aplicadas en las corredurías, Lecina lamenta que todo lo que tiene que ver con la gestión de riesgos, *compliance* y gobernanza no han llegado todavía a integrarlo completamente. Aunque confía en que empiece a llegar, puesto que ya hay normativas que exigen controles a las corredurías. No obstante, y dependiendo de la



“En casos de incumplimiento, el impacto más relevante para la empresa no suele ser la sanción económica en sí, sino el daño reputacional, que puede tener consecuencias mucho más significativas en términos de pérdida de confianza y de negocio”. Alberta Zanata

infracción cometida, las sanciones por un incumplimiento normativo alcanzan los 60.000 euros como mínimo. Aunque, en su experiencia con la tramitación de sanciones, lo que más les preocupa a los empresarios es que no se filtre que la han recibido, es decir la publicidad de la sanción.

Como recuerda la directora general y responsable de Compliance de Coseba, aunque el no tenerlo no te impide operar, puedes verte afectado por una sanción o por riesgo reputacional, una pérdida de confianza en clientes, en empleados y en tu propia red “que es difícilmente reparable”.

Coincide Alberta Zanata, Branch Compliance Officer de Markel España, en que “el incumplimiento legal es también un tema reputacional”: “El hecho de que salga a la luz puede tener un impacto mucho mayor en la reputación y en la pérdida de negocio que la sanción en sí misma”. Por eso, advierte que hay que tener muy


en cuenta el impacto reputacional cuando se hace el análisis de riesgos.

Para la directora de Regulación y Gobernanza de Área XXI, es muy positivo que las corredurías hagan un análisis de riesgos propio, ya que cada una tiene unas amenazas distintas, según su tamaño, los ramos en los que opere... De ahí, que considere esencial el papel de las asociaciones de corredores para concienciar en el *compliance* y en las conductas éticas, “pero en el diseño de programas es mejor algo más individualizado”.



Descubre nuestra línea de productos para Mid-Market

Más información

 XL Insurance



En esa línea, Alberta Zanata cree que las asociaciones pueden realizar una labor importante en temas como la formación lo que supondría un ahorro de coste para las corredurías. Ahora bien, coincide en que si se necesita diseñar controles internos para gestionar riesgos y cumplir con requisitos legales, por ejemplo en materia de protección de datos o de distribución de seguros, no lo puede hacer una asociación porque éstos tienen que estar personalizados a cada entidad, a su operativa y necesidades.

MÁS RESPONSABLES

No obstante, como reseña Zanata, un programa de *compliance* es mucho más que cumplir la ley: “Es intentar hacer las cosas bien”. En este sentido, sí que cree que se está intentando dar un paso más allá para que las entidades estén más concienciadas y operen en línea con estándares éticos. “Es realmente más cultura de *compliance* que el hecho de tener un programa de cumplimiento”, resume, ya que el objetivo es que la empresa tome decisiones que sean éticas y correctas.

“El programa de *compliance* no hace ni mejores ni perfectas a las empresas por definición, pero sí la hace más responsables y transparentes”, asume Ana Muñoz, directora general y responsable de Compliance de Coseba. Por lo que cuando está bien implementado, ayuda a evitar las malas prácticas, lo que “contribuye a un entorno mucho más justo”.



“Los programas de compliance suponen una ventaja competitiva, transmiten seguridad y ética porque demuestran que se funciona bien, que es como hay que hacerlo en el sector financiero”.

Sonia Lecina

Pero el aporte de las empresas a una sociedad más justa va más allá de una política de cumplimiento normativo, afirma Sonia Lecina, directora de Regulación y Gobernanza de Área XXI, quien percibe que las empresas ya contratan a directivos y empleados con altos estándares éticos a lo largo de su vida laboral, además de controlar a sus cadenas de distribución.

De hecho, la Branch Compliance Officer de Markel España menciona que en materia de distribución de seguros, tanto la normativa europea como la nacional, ya exige a las personas que lleven a cabo funciones de distribución “requisitos de honorabilidad”, además de incluir necesidades de formación en esta materia.

No obstante, como señala Lecina, se puede no tener antecedentes penales, como exige la ley, y tener ciertas conductas no éticas, por lo que los sistemas de *compliance* van más allá. “Y, además, van a contratar contigo, pues suponen una ventaja competitiva porque demuestran que se funciona bien, que es como hay que hacerlo si estás en el sector financiero”, añade.

AITANA PRIETO / CARMEN PEÑA

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





Seguros de CAUCIÓN y
Seguros de CONSTRUCCIÓN

La **FUERZA** que impulsa **LOS PROYECTOS** de **TUS CLIENTES**

Haz crecer los proyectos de tus clientes con nuestros **Seguros de Caución** con la tranquilidad de nuestra experiencia y liderazgo en el ramo. Ofrecemos garantías frente a terceros sin aumentar la capacidad crediticia, de forma ágil, con total confianza.

Te acompañamos con todos los **Seguros para la Construcción**: Garantía Decenal, Todo Riesgo Construcción, Responsabilidad Civil del Constructor/Promotor, etc.

Entra en www.micinsurance.es y descubre la fuerza que te llevará al éxito de tus proyectos

MIC Insurance, especialistas en Seguros de **CAUCIÓN**, Seguros de **CONSTRUCCIÓN** y Seguros de **INDUSTRIA**

www.micinsurance.es



La DGSFP podría quitar la **CLAVE** a los corredores que no facilitan la información requerida

Multas económicas, merma de la reputación y hasta la pérdida de la clave para operar son los riesgos a los que se exponen los corredores por no presentar la DEC o no atender a las demandas de actualización de datos de la DGSFP. Unas sanciones a las que están especialmente expuestas las pequeñas corredurías, bien por desconocimiento o por falta de recursos, y más en los últimos meses, cuando se han intensificado los controles por parte del legislador.

El 2 de enero de 2025 entró en vigor la Orden 1501/2024, de 23 de diciembre, que establecía nuevos modelos de Documentación Estadístico-Contable (DEC) para los corredores de seguros, corredores de reaseguros, agentes de seguros vinculados y operadores de bancaseguros. La Dirección General de Seguros (DGSFP) dejó claro que el establecimiento de estas medidas tenía el objetivo de mejorar el conocimiento sobre la contribución de los mediadores en la actividad aseguradora y poder aplicar medidas oportunas en base a la información obtenida.

Unas nuevas exigencias que las asociaciones de corredores ven adecuadas, ya que “implican cumplir con el deber de transparencia, cuyo objetivo es siempre proteger al cliente final”, comenta Borja López-Chicheri, director gerente de **Adeco-se**. Además, como señala Juan José Ruiz, vocal de Relaciones Institucionales de **Fecor**, el asegurador es “un sector clave para todas las industrias y muy profesionalizado, motivo por el que el supervisor debe tener una información actualizada y veraz de su actividad”.

Entre las nuevas cuestiones requeridas por el legislador se encuentran el obtener información sobre comercializadores de planes de pensiones; conocer la estructura interna de las corredurías, así como las actividades externalizadas; saber las quejas y reclamaciones existentes; o preguntar por dónde se producen las primas, tanto a nivel geográfico como si los distribuidores operan con entidades



en libre prestación de servicios o compañías con sucursales en España.

CORREDORES QUE NO PRESENTAN LA DEC

Ahora bien, a pesar de los deberes profesionales y los beneficios para el sector, y según datos reportados por la DGSFP sobre información de 2023, de los 3.704 corredores inscritos en el organismo, 592 (el 16%) no entregaron la DEC en 2024. Un dato “preocupante” para las asociaciones, ya que supone un incumplimiento de “las obligaciones que el regulador exige para ejercer la profesión”, como explica Juan José Ruiz.

Para Borja López-Chicheri la cifra no es solo llamativa, sino que da lugar a una “situación injusta” para aquellos corredores que sí cumplen con sus obligaciones administrativas. De ahí que inste a la DGSFP a adoptar las medidas adecuadas para que todos los corredores de seguros presenten la DEC en el plazo estipulado para ello.

“No es una cifra menor, sobre todo porque la DEC no es un trámite accesorio, sino una obligación básica de reporte al supervisor”, certifica Pura Rubio, responsable del Área de Apoyo Legal de [E2K](#), quien extrapola ese porcentaje a los datos actuales de 5.300 corredurías en España, y destaca que cerca de 800 no la presentarían. “Un dato relevante que debería hacernos reflexionar como sector sobre el nivel de cumplimiento”, recalca.

Efectivamente, Jorge Campos, director de [Mitramiteoficial.com](#), línea de negocio del [Grupo W2B](#) especializada en la tramitación administrativa de todo tipo de gestiones ante la DGSFP, señala que es “un porcentaje

sorprendentemente elevado”, que debería alertar sobre la falta de concienciación significativa que existe en parte del colectivo.

ALENTAR LA CONCIENCIACIÓN

Este aspecto es uno de los que más preocupan a las asociaciones. Para conseguir una mayor mentalización de los profesionales, López-Chicheri aboga por que sean las organizaciones sectoriales las que hagan llamamientos de manera reiterada a sus miembros sobre la obligación de tener los datos registrales actualizados y de las consecuencias de no hacerlo. Pero también hace un llamamiento al supervisor, que podría recordar periódicamente a los corredores el deber que tienen de mantener su información al día y de enviar la DEC en plazo, advirtiéndoles de las consecuencias de no cumplir con ello y, al mismo tiempo, habilitar los canales necesarios para resolver dudas y ayudar a aquellos corredores que requieren de un mayor soporte.

Además de realizar campañas periódicas en las que se expongan claramente las obligaciones a cumplir, Ruiz insta a las propias asociaciones a dar la formación necesaria sobre todas estas obligaciones.

Pero Pura Rubio va más allá y considera que no se trata tanto de una cuestión de concienciación, como de “aportar claridad y utilidad”. Por ello, propone una DEC que realmente sirva para que el corredor analice su negocio una vez al año, lo que sería mucho más valioso que una obligación formal que hoy en día se percibe como un trámite. En



El desconocimiento técnico, la falta de programas tecnológicos y la tradicional laxitud sancionadora explican que algunos corredores no presenten la DEC



este sentido, cree que “sería deseable un diálogo más activo entre el supervisor y las asociaciones del sector”.

Coincide Jorge Campos en que sería conveniente reforzar la comunicación periódica y los recordatorios sobre estas obligaciones. Además de “valorarse una simplificación de los procedimientos administrativos, facilitando la gestión de trámites de modificación de datos y, en su caso, revisando la existencia de tasas asociadas, con el objetivo de fomentar el cumplimiento y reducir barreras operativas”, propone.

DESCONOCIMIENTO Y COMPLEJIDADES

En cualquier caso, es importante analizar por qué una parte significativa de los mediadores no presentan la DEC. El director gerente de Adecoase lo achaca, por un lado, a errores en los datos de contacto que no están actualizados, lo que impide que lleguen los requerimientos a la persona adecuada. Pero también a un desconocimiento técnico de las nuevas plataformas de carga de datos, lo que dificulta cumplir con la tarea, así como a la falta de estructura administrativa para recopilar la información requerida, algo que a su entender afecta especialmente a los corredores pequeños. Asimismo, reporta que sus socios les han hecho llegar muchas dudas que tienen que ver con la figura de los colaboradores externos y la dificultad de recopilar información sobre ellos, sobre todo desde el punto de vista de recursos humanos.

También, el vocal de Relaciones Institucionales de Fecor destaca múltiples variables que pueden llevar a un corredor a no presentar



No presentar la DEC puede acarrear sanciones de hasta un millón de euros e, incluso, la revocación de la autorización para operar



la DEC. Y junto al desconocimiento de cómo presentarla y no contar con programas tecnológicos que le ayuden a su cumplimentación, pone en evidencia también la propia dejadez o pensamiento de que “no pasa nada”.

Es evidente que el aspecto tecnológico tiene un peso importante a la hora de presentar la DEC. De hecho, Rubio reconoce que les han llegado multitud de dudas sobre cómo operar la aplicación (validar, preparar el envío, errores y advertencias...), “que es donde se pierde mucho tiempo”, en aspectos sobre cómo extraer los datos y cuadrar los nuevos, como puede ser la venta presencial o a distancia, que son campos que no están siempre “a un clic”.

A ello se añade que algunos corredores que comienzan su actividad consideran, “de forma errónea”, que no deben presentar la DEC si no han tenido producción durante el primer ejercicio, aprecia Campos. Asimismo, cuando

cesan su actividad, algunos profesionales desconocen que tienen que recabar los datos correspondientes al periodo en el que sí estuvieron activos. También considera que la elaboración de la DEC puede resultar compleja para quienes no tienen experiencia, lo que lleva a dejarla incompleta o sin presentar. De hecho, reseña que les han hecho llegar multitud de dudas relacionadas con la interpretación de determinados conceptos y con la cumplimentación de la aplicación, así como sobre incidencias técnicas que dificultan la validación y el envío correcto de la DEC al legislador. A todo eso se une el hecho de que la DGSFP ha estado muchos años sin imponer sanciones, lo que ha generado entre los corredores una falsa sensación de impunidad.



IMPORTANTES SANCIONES

Efectivamente, hasta hace relativamente pocos años el supervisor no estaba siendo especialmente activo en este cometido, recalca la responsable del Área de Apoyo Legal de E2K. Pero esta situación ha cambiado, y actualmente sí se están incoando procedimientos sancionadores, incluso de forma retroactiva, situación que en ocasiones no es valorada del todo por muchos corredores.

Las sanciones pueden conllevar serias multas, de hasta el 3% del volumen de negocio anual o un 1.000.000 de euros, si es persona jurídica, 100.000 euros, si es persona física, o el doble del importe de los beneficios obtenidos o de las pérdidas evitadas con la infracción, en caso de que pueda determinarse, en ambos casos.

Unas cifras que se elevan si la ausencia del registro de la información tiene que ver con los documentos de datos fundamentales relativos a los productos de inversión minorista vinculados y los productos de inversión basados en seguros. En estos casos los importes pueden llegar hasta el 5% del volumen de negocio anual o 5.000.000 de euros, para las corredurías, y hasta 700.000 euros, para los corredores.

En los casos considerados muy graves, el castigo puede acarrear hasta la cancelación de la inscripción del corredor en el registro administrativo o la suspensión por un plazo máximo de 10 años para el ejercicio de la actividad, además de que se puede dar publicidad a la conducta constitutiva de la infracción, indicando quién es la persona física o jurídica responsable, la naturaleza de la infracción y la sanción impuesta. Con el consecuente daño reputacional que ello acarrea.



Las pequeñas corredurías son las que más dificultades tienen para cumplir con los requisitos de la DGSFP, por falta de estructura tecnológica y la carga burocrática que supone

Aunque por el momento, no se están imponiendo sanciones económicas, “en la práctica, la DGSFP está aplicando de forma efectiva la revocación de la autorización -es decir, la cancelación de la clave de inscripción- a quienes no han cumplido con esta obligación”, destaca el director de Mitramiteoficial.com. Para quienes se encuentran en esta situación, se les presentan serios problemas, no solo porque la reactivación de la clave está resultando compleja (“lo que dificulta seriamente la continuidad en el ejercicio profesional”), sino también de carácter reputacional ante las entidades aseguradoras, los clientes y las distintas instituciones del sector asegurador en general.

De hecho, la pérdida de la clave para operar puede ser una circunstancia que está afectando al descenso de profesionales. La cifra de corredores personas físicas registradas por la DGSFP el ejercicio pasado descendió hasta los 884, frente a los 970 que había al concluir 2024, lo que supone la cifra más baja en la última década. También resulta llamativo el declive de corredurías, que se redujeron de 2.718 a los 2.561 en el último registro.

OPERAR SIN CLAVE

Puede darse el caso de que un corredor que no haya presentado la DEC le hayan quitado la clave para operar y no sea consciente de ello. Esto podría ser posible, como explica Juan José Ruiz, vocal de Relaciones Institucionales de Fecor, cuando la DGSFP haya intentado comunicarse con el corredor y al, no disponer de la dirección o información de contacto exacta, no haya podido hacerlo a través

de esta vía, aunque el legislador cuenta con una comunicación oficial como es el BOE.

Jorge Campos, director de Mitramiteoficial.com, apostilla que la DGSFP se comunica sobre todo a través del buzón electrónico, y muchos corredores no lo tienen activo, no disponen de certificado digital o no lo consultan con regularidad. “Esto ha provocado que algunos profesionales hayan continuado ejerciendo su actividad sin ser conscientes de que su autorización había sido revocada”, comenta.

Las consecuencias son muy graves: desde problemas con contratos con aseguradoras, comisiones pendientes, gestión de siniestros o atención a clientes, hasta posibles responsabilidades legales. En este sentido, puede llevar consigo nuevas sanciones. No obstante, el Real Decreto 3/2020 de Seguros Privados, establece que tendrá la consideración de infracción muy grave el ejercicio de la actividad de distribución sin estar inscrito como distribuidor en un registro legalmente admisible al efecto, como recuerda Borja López-Chicheri, director gerente de Adeco, pudiéndoseles imponer idénticas sanciones de las relativas a la no presentación de la DEC.

Pero los problemas para los corredores no paran ahí. Pura Rubio, responsable del Área de Apoyo Legal de E2K, incide de nuevo en el “el riesgo reputacional y comercial si el registro público no refleja correctamente su estado, que puede afectar a relaciones con aseguradoras, clientes y terceros, generando una importante pérdida de confianza difícil de revertir”.



La DGSFP ha estado muchos años sin imponer sanciones, lo que ha generado entre los corredores una falsa sensación de impunidad

ACTUALIZAR DATOS

El no disponer de los datos de contacto actualizados, está generando, efectivamente, que muchas notificaciones del legislador no lleguen a los corredores. Por eso, además del requisito indispensable de presentar la DEC, la DGSFP ha llevado a cabo en los últimos meses un control más exhaustivo para verificar y confirmar la actualización de dichos datos de los mediadores inscritos en su registro administrativo. Jorge Campos hace hincapié en que, en realidad, no se trata de una exigencia nueva, ya que la anterior normativa, la Ley 26/2006 de Mediación de Seguros, ya recogía la obligación de mantener esta información al día. “Lo que estamos viendo actualmente es una mayor intensidad en la supervisión y en la aplicación efectiva de la normativa”, informa.

Un trámite que también resulta desalentador si se atiende al reciente informe elaborado por Mitramiteoficial.com que constata que el 70% de los corredores y corredurías de seguros reconocen tener desactualizados sus datos básicos de contacto, cuando es una exigencia “razonable y necesaria para el orden del mercado”, según Pura Rubio. Y una exigencia que ya lleva implantada varios años, ya que desde 2020 estos profesionales tienen 15 días para comunicar cualquier modificación registral; de lo contrario, serán sancionados.

Con todo, y de forma general, los corredores y corredurías sí actualizan sus datos a través de la DEC, pero con frecuencia olvidan que esa información también debe comunicarse formalmente a la Administración, reconoce



HISCOX *ON TOUR*

Impulsando el talento
en la mediación.



REGÍSTRATE AQUÍ

www.hiscox.es/hiscox-on-tour

Rubio, quien también precisa en que hasta la entrada en vigor del Real Decreto 3/2020 esta obligación no estaba claramente recogida en una norma con rango legal, sino que figuraba en la propia resolución de inscripción. “Esto hace que muchos profesionales, especialmente los que llevan ejerciendo desde los años 90, no tengan interiorizada esta exigencia”, afirma.

Para Campos se debe, en la mayoría de los casos, a una falta de priorización o a no ser plenamente conscientes de la importancia de esta obligación. Y, en otros, aunque se conoce este deber, se va posponiendo su cumplimiento. Destaca que no tener actualizados los datos de contacto no es tan grave, pero sí es básico para que el supervisor pueda comunicarse con los corredores. Aun así, “el incumplimiento de esta obligación constituye igualmente una infracción administrativa, cuya gravedad dependerá del tipo de dato no actualizado”, recuerda.

PYMES CON MÁS DIFICULTADES

Borja López-Chicheri lo atribuye a que algunos corredores de pequeña dimensión carecen de una herramienta de gestión de los datos: “La brecha digital y la falta de recursos son más acuciantes en estos casos”, aduce. Sin embargo, resulta “imprescindible, no solo para cumplir con los requerimientos de la DEC, sino para la operatividad y eficiencia de la correduría”. Recalca, eso sí, que la recopilación de los datos y cumplir con todas las tareas administrativas suponen una carga burocrática inasumible para esos pequeños corredores, si quieren atender el negocio, aunque señala que ello no les exime de cumplir con sus obligaciones.



El 70% de los corredores y corredurías de seguros reconocen tener desactualizados sus datos básicos de contacto



En el caso concreto de la DEC, sí existe la impresión en el sector de carga administrativa elevada, “especialmente cuando no se percibe con claridad el uso concreto de toda la información solicitada”. De ahí que la responsable del Área de Apoyo Legal de E2K reclame un avance en transparencia sobre el destino y utilidad de estos datos, lo que ayudaría a mejorar la percepción y el cumplimiento.

En general, las pequeñas corredurías son las que más dificultades encuentran, prosigue, “no por falta de voluntad, sino por falta de estructura tecnológica y tiempo disponible”. Por eso propone que en cuanto los pequeños corredores y corredurías alcanzan ciertos volúmenes tienen que integrar programas de gestión que les faciliten esa tarea y, más si cabe, teniendo en cuenta que no todas las aseguradoras facilitan la información necesaria para presentar la DEC.

El director de Mitramiteoficial.com opina que, para la elaboración de la DEC, disponer de un ERP facilita el proceso, pero no es un requisito imprescindible. A su entender, “la falta de herramientas tecnológicas no justifica el incumplimiento, ya que existen medios suficientes para poder elaborar y presentar la DEC correctamente”.

Coincide Juan José Ruiz en que “cualquier correduría, por pequeña que sea, debe tener la capacidad suficiente para poder actualizar sus datos en el registro y tiene que tener los medios necesarios para poder presentar la DEC”. “De no ser así, no debería operar, hasta que cumpliera con los requisitos obligatorios”, sentencia.

AITANA PRIETO



Somos

rápidos y **transparentes** en la tramitación del servicio.

Somos
Mediación



LAGUN ARO

VI Annual Cima

Los corredores podrían responder ante los **DAÑOS** causados por una póliza no firmada

Tras la apertura del acto, la primera mesa redonda, en la que se habló de Póliza Digital, estuvo compuesta por Miguel de las Morenas, director general de Kalibo (una de las corredurías que mayor porcentaje de pólizas firmadas tiene a nivel nacional); Alberto Tapia, presidente de Seaida; Martín Navaz, presidente de Cima y de Adecose; Rosa Oña, directora de Corredores y Conectividad de Zurich; y fue moderada por Guillermo Calderón, presidente de la Comisión Cima.

De las Morenas comentó que la firma digital solo “exige una cierta disciplina por parte de los equipos de suscripción”. En su opinión es “más fácil firmar digitalmente una póliza, porque los clientes están acostumbrados a hacerlo, que ir detrás de un cliente para que te devuelva la póliza firmada”. Además, es un proceso totalmente gratuito y muy sencillo.

El director general de Kalibo afirmó que “el asegurador es el único sector en el que parece que estamos protegiendo al cliente si no firmar un

El encuentro VI Annual **Cima** tuvo como tema principal la importancia de que las pólizas de seguros se firmen, tanto por seguridad jurídica como para dar estabilidad a las aseguradoras, aseguradores y corredores. De hecho, si los tomadores no las firman, los corredores pueden verse salpicados, por su obligación de informar debidamente al cliente de los requisitos para activar la póliza y para suscribirla. Es más, si la aseguradora consigue una prueba de que ha habido una incitación a la falta de firma de la póliza por parte de un corredor o ha existido una negligencia, puede repetir contra él. Asimismo, durante el evento online, se dio a conocer la situación en la que está el desarrollo de la bidireccionalidad, la

aplicación de la versión 7 de Eiac, el ‘Identia One’ y el protocolo de Ciberseguridad que permite dar una respuesta sectorial a cualquier ataque.





Miguel de las Morenas



Alberto Tapia



Martín Navaz



Rosa Oña



Guillermo Calderón.

documento o un contrato”. Pero la realidad es que no cree que “estamos protegiendo al cliente, y muy importante, no nos estamos protegiendo a nosotros mismos”. La firma de una póliza por todas las partes implicadas, proporciona seguridad jurídica a todos.

En este sentido, Alberto Tapia reiteró que las pólizas deben firmarse. En su opinión es un riesgo encontrarnos con “una póliza en la que se ha pagado una prima calculada en torno a unas coberturas determinadas, pero por la falta de la firma, esas coberturas sean potencialmente ilimitadas”.

¿Quién responde de esa falta de firma? “Obviamente, en primera instancia, las aseguradoras tendrán que pagar las indemnizaciones, sin tener en cuenta excusiones o pretextos de que la póliza no está firmada. Pero los corredores pueden verse salpicados, por la obligación de informar debidamente al cliente de los requisitos para activar la póliza y para suscribirla. Si la aseguradora consigue una prueba de que ha habido una incitación a la falta de firma de la póliza por parte de un corredor o ha existido una negligencia, puede repetir contra él”, indica el presidente de Seaida.



Aproximadamente un 40% de los corredores ya están en Cima, con un ratio de firma digital del 37%

LAS FIRMA DIGITAL DOTA DE SEGURIDAD JURÍDICA

Navaz explicó que “tenemos la solución encima de la mesa para dotar de seguridad jurídica, porque si el cliente no la firma por su propia voluntad, tenemos la prueba de que el cliente no ha querido firmar esas condiciones. Además, es un sistema seguro porque los datos van encriptados y cualquier información que se le dé a las aseguradoras solo se utilizaría para el proceso de firma”. Además, el corredor “es el que decide si se toma su tiempo para revisar las pólizas y si van a la firma y en qué momento”.

Rosa Oña resaltó el hecho de que “ya hay aproximadamente un 40% de los corredores que están en Cima, con un ratio de firma que está en el 37% de las pólizas que se mandan (hay algunas que caducan, porque no se sigue el proceso y otras que el cliente no las firma)”.

Como en Zurich llevan más meses con la firma digital, las cifras son mejores “tenemos un 60% de los mediadores que están utilizándola y hay un 44% de ratio de firma”, comenta.

Oña explicó que los corredores pueden decidir revisar las pólizas por importe, por ramos, no revisar nada...

“Desde las compañías, cuando emitimos las pólizas, automáticamente va un mensaje a vuestro ERP. En él se validan los datos del cliente y una vez que validáis el proceso en el ERP, va al cliente. Con lo cual, estáis en todo momento informados”.

Guillermo Calderón comentó que el proceso actual de firma digital está pensado para que, a través de la plataforma Cima, se firmen documentos precontractuales y contractuales que permitan la celebración del contrato de seguro entre compañía y cliente. “Cualquier firma de cualquier documento que sea del propio corredor podría ser firmado a través de esta plataforma, pero estamos trabajando para ver si pudiéramos unificar en un mismo envío al cliente tanto la documentación precontractual como la contractual de la compañía y, previamente, la necesaria del corredor. Hay algún tipo de problemas desde una perspectiva jurídico-legal que estamos intentando solventar, de manera que, primero, la documentación del corredor se firme, se valide, se vea, se autorice por parte del cliente y, después, venga la contractual. Si esto no fuera posible, habría que tener separados los dos envíos de firma de la documentación del corredor, por un lado, y la documentación contractual, por otro”.

Este proyecto tiene un valor importantísimo desde un punto de vista sectorial porque el coste unitario de cada documento firmado puede verse reducido si el número total de documentos es muy elevado. “Las negociaciones que llevamos a cabo como comisión con las diferentes proveedoras de firma certificada normalmente tienen un escalado. Con lo cual, el hecho de que todos juntos construyamos este proyecto, lo hagamos



Higinio Iglesias.



Pedro Carreño.



Javier Montoya.

más grande, tengamos mucho más volumen de documentos firmados –precontractuales, contractuales o incluso los del propio corredor– permitiría que los escalados por número total de documentos sean muy altos, de manera que el coste unitario sea menor”, afirma Calderón.

UN PROCESO GRATIS Y SENCILLO PARA LOS CORREDORES

Higinio Iglesias, presidente de Aetma (Asociación de Empresas Tecnológicas de la Mediación Aseguradora), aportó la visión tecnológica de la firma digital que señala es “el mejor escudo frente a una reclamación formulada contra un corredor de seguros por responsabilidad profesional”. Iglesias recordó cuatro cosas:

- 1.- Los principales ERPs (programas de gestión) con los que trabajan los corredores, integran de una manera nativa y operativa el proceso de firma digital.
- 2.- Es posible configurar el ERP de una forma flexible por parte del corredor, para parametrizar los procesos.
- 3.- La información que el corredor pudiera aportar (número de teléfono, el mail del cliente...) se queda en el ERP del mediador. Y su uso es absolutamente confidencial y no está autorizado ningún otro uso.
- 4.- Las distintas empresas de tecnología de la mediación ofrecemos información, soporte y asistencia a los corredores, tanto en el proceso de adhesión al servicio como en la operativa posterior al uso.

Guillermo Calderón hizo hincapié en que “los datos del cliente se quedan en el ERP, simplemente se envía al proveedor de la firma digital para que pueda ser firmada la póliza y vuelve otra vez al ERP. Por lo tanto, la aseguradora no dispone de esos datos de contacto. Es el ERP y la plataforma Cima de Tirea los que hacen todo el proceso”.



BIDIRECCIONALIDAD DE RECIBOS

Pedro Carreño, director de corredores de Mapfre, explicó la situación en la que se encuentra la bidireccionalidad de recibos, que permite que la información fluya automáticamente y que esté estructurada. Además de que se maneja la misma información y todos tienen el control sobre ella, hay una visibilidad del flujo de gestión de recibos y se adapta a cualquier tamaño de correduría. Carreño comenta que “el proceso es sencillo y mejora la experiencia, porque se optimiza la operativa del corredor elevando el nivel de servicio que se ofrece al cliente”. Se gestiona con las entidades el rechazo de los recibos, de emisión o también los propios movimientos generados por los corredores.

Las ventajas más importantes, en opinión de Carreño, son: “contar con una información diaria que elimina tareas administrativas; tener el control de la información de los recibos en todo el proceso; y, sobre todo, el ahorro de tiempo. Son procesos que están unificados para todas las compañías y que evitan errores. Por lo tanto, se produce una mejora de la eficiencia, un mayor control y una información puntual y fiable”.

MÁS INFORMACIÓN ÚTIL PARA EL CORREDOR

Javier Montoya, director de desarrollo del canal corredores e instituciones de Occident, presentó la versión 7.1 de Eiac, en donde “se pondrá a disposición más información útil para el corredor, más controles de cali-



Jose Luis Mayo y Gerard Clarés.



Javier Barberá y José Coto.



En el proceso de firma digital los datos van encriptados

dad sobre los datos que se envían a las aseguradoras, más posibilidades de digitalización con las corredurías para poder automatizar esa información”.

En la parte de información de la póliza, Montoya destacó que se podrá comparar modalidades y facilitar este análisis de las coberturas de cada póliza entre las entidades. Además, “vais a tener información de los riesgos”.

En la parte de siniestros se incorpora toda la información sobre los estados y la situación de cada siniestro.

En la parte de recibos y comisiones se estandariza la secuencia de movimientos de fechas relacionadas con la situación real y el momento informado en el sistema y esto va a reducir las incidencias y las reclamaciones dentro de la parte administrativa de gestión.

Y en la parte de desglose de comisiones se hará por póliza, por recibo o por cobertura. Lo que permite llevar un control absoluto de las liquidaciones.

Por último, se han incorporado reglas de calidad de datos dentro del sistema, que identifica que haya una consistencia entre los datos, que esté bien informado y en el caso de que haya datos mal informados por parte de una aseguradora, se elimina para no distorsionar la información que se envía a los corredores.

Al final, destaca Montoya, “vais a tener unos datos más precisos que os van a permitir hacer su analítica o un *reporting* de negocio con mucha más información del que teníais hasta ahora”.

UN PROYECTO HECHO REALIDAD

Cima (Conectividad e Innovación para la Mediación Aseguradora) nació en 2009, en el seno de Unespa, impulsado por la Asociación de Corredores Adecose y el Consejo General de los Colegios de Mediadores de Seguros. Entre 2012 y 2018 se desarrolla la primera versión del estándar Eiac (Estándar para el intercambio de información entre aseguradoras y corredores), que va a ir evolucionando y consolidándose progresivamente hasta el año 2023, en el que se define la versión 6 del estándar. A partir de ese momento se dio paso a una nueva etapa, con proyectos tan relevantes como la bidireccionalidad, Cima Póliza Digital, el protocolo de seguridad y la nueva versión del 7.1

del estándar Eiac. “Estos proyectos se van a ir consolidando durante este año y el que viene”, afirmó Sara Matías, responsable de gestión de servicios de Tirea.

Además, destacó “la mejora continua de la calidad del dato, ya que entendemos que es clave para un intercambio fiable y eficiente entre entidades y corredores”.

En la plataforma Cima, actualmente se está trabajando con casi 2.300 corredores, una cifra que sigue aumentando. “Para este año, el objetivo es alcanzar los 2.500 corredores”, señala Matías. Además, se plantean conseguir que los 3.346 corredores que están operando bajo el estándar Eiac, también estén en la plataforma Cima. Ahora está un 69%.

En cuanto a aseguradoras, actualmente, están adheridas 47 entidades, que representan aproximadamente el 90% de las primas intermedias. Asimismo, hay 28 empresas tecnológicas adheridas. Solo en el mes de marzo de este año ya se han superado los 860.000 ficheros intercambiados, que si lo comparamos con el mismo mes del año anterior supone un crecimiento del 20%. Si comparamos la situación de la plataforma a finales del 2025 con respecto a hace cuatro años, se han incorporado 15 aseguradoras (hay 46), 8 empresas tecnológicas (hay 28), más de 1.000 corredores (hay 2.297) y más de 5 millones de ficheros intercambiados. En lo que respecta a Cima

Datos de actividad CIMA



Sara Matías.

Póliza Digital, que nace en 2023, se han adherido siete aseguradoras (Allianz, Fiatc, Generali, Mapfre, Occident, Mussap y Zurich), cinco empresas tecnológicas (Codeoscopic, Ebroker, Gecose Software, MPM y

Soft QS), 7 proveedores de firma digital y más de 700 corredores que están recibiendo pólizas de las entidades, un corredor de software propio y siete proveedores de Cima Digital. La Póliza Digital es uno de los principales proyectos que se ha abordado durante 2025 y 2026 y ya es una realidad. “Se ha pasado de un 15%, cuando abrimos el proyecto en marzo, y estamos ya en un 37% de todos los procesos enviados a firma a nivel de corredores”, señaló Sara Matías.

¿Qué relación guardan las historias de dragones con el espacio y sus misiones?

Donde antes los mapas advertían “aquí hay dragones” para señalar territorios desconocidos o inexplorados, hoy orbitan satélites y cohetes que abren nuevas fronteras... y nuevos riesgos.

Los riesgos evolucionan con cada avance. Accede a la experiencia y el conocimiento global de Beazley para anticiparte a lo que aún no aparece en el mapa.

beazley.com

beazley

Insurance. Just different.

PROYECTO 'IDENTIA ONE'

La protección ciber fue el tema principal de la segunda mesa redonda, moderada por Jose Luis Mayo, director de Negocio de Tirea, en la que participaron: Gerard Clarés, director de conectividad y mercados de Allianz; José Coto, responsable de arquitectura y desarrollo de la red de corredores en AXA, y Javier Barberá, presidente del Consejo General de los Colegios de Mediadores de Seguros y vicepresidente de la Comisión Cima.

Gerard Clarés presentó un contexto preocupante, en el que cada corredor gestiona entre 5 y 15 credenciales diferentes, una por cada aseguradora con la que trabaja. Cada aseguradora tiene su propio sistema de gestión de las credenciales y cada uno tiene políticas totalmente diferentes. Además, existen diversos marcos normativos que hay que cumplir. Para hacer frente a todo este escenario, nace el proyecto de 'Identia One', que consiste en la creación de una identidad digital única para todos los corredores.

José Coto señaló que al 'Identia One' tenemos asociados una serie de beneficios tangibles: la simplificación (se pasa de múltiples credenciales a una sola), la seguridad (ofrece un escudo sectorial para proteger todos los accesos) y la confianza.

Javier Barberá resaltó el hecho de que simplifique la labor administrativa del corredor, para poder dedicarse a asesorar a nuestros clientes y darle servicio.

Mayo explica que "la plataforma Cima, es una de las más seguras del mercado y en caso de que se produzca un ataque, tenemos el protocolo Cima que nos permite reaccionar ante estos ciberincidentes".

En este sentido, Clarés señaló que se ha creado "un



Mirenchu del Valle.



El proyecto 'Identia One' promueve la identidad digital única del corredor cuando contacta con las diferentes aseguradoras

protocolo de ciberseguridad, que se aplica a todos los procesos asociados al ecosistema Cima, que abarca la gestión integral de cualquier tipo de incidente de seguridad que pueda afectar tanto a la confidencialidad como a la integridad, como a la disponibilidad de la información. En el caso de que se produzca un ciberataque, el protocolo cubre todos los pasos a seguir, desde la detección, pasando por la notificación a las partes implicadas, el diagnóstico del incidente, la recuperación de los sistemas y los procesos de mejora continua. Es decir, obtener aprendizajes de lo que ha sucedido".

Jose Luis Mayo adelantó que el proyecto 'Identia One' va a iniciar en breve el periodo de pruebas con un número acotado de corredores y entidades para un entorno controlado. "La idea es que después del verano ya podamos arrancar con las primeras entidades y sus redes de corredores. Será un arranque progresivo. El proceso va a ser muy sencillo lo único que necesitaremos es que el corredor se dirija a 'Identia One', acredite su identidad y desde 'Identia One' se le darán las credenciales y ya, internamente, 'Identia One' gestionará con las compañías que esas credenciales funcionen en los sistemas de las aseguradoras".

El cierre del evento online corrió a cargo de Mirenchu del Valle, presidenta de Unespa, que reiteró la importancia de la firma de la póliza porque "es la prueba de que el cliente conoce cuál es el contenido de esa cobertura que, gracias al asesoramiento de su corredor, podrá utilizar cuando se produzca algún evento dañoso".

Asimismo, se enorgulleció de que España sea uno de los mercados que está a la cabeza de proyectos sectoriales a nivel europeo.

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



Gama de Hogar **adaptada a cada forma de vivir**



Helvetia Caser presenta 'Caser Hogar', un nuevo seguro que unifica su gama de Hogar en una propuesta única, flexible y diseñada para adaptarse a las distintas formas de vivir y utilizar una vivienda.

El lanzamiento refuerza la apuesta de la compañía por la innovación y por un mo-

delo de distribución centrado en la mediación, con el objetivo de simplificar la oferta, mejorando así la experiencia del cliente y reforzando el valor del asesoramiento como elemento diferencial.

Este nuevo producto se apoya en el 'Asistente de Hogar', una herramienta que, a partir del tipo de uso de la vivienda (primeras y segundas viviendas o alquiler), facilita al mediador la identificación de las necesidades del cliente y orienta el proceso de recomendación hacia la solución más adecuada, innovadora y personalizada.

Mapfre acaba de lanzar un nuevo plan de pensiones a cinco años que garantiza el capital y una rentabilidad del 12% a vencimiento (2,29% TAE) y reabre su campaña de traspaso de planes de pensiones, bonificando a los clientes que trasladen su plan de pensiones con un 3% del importe trasladado.

Rentabilidad del 12% a cinco años

El nuevo plan de pensiones, denominado 'Puente Garantizado VIII', es una solución de ahorro para la jubilación pensado específicamente para personas que buscan estabilidad y previsibilidad en su ahorro para la jubilación manteniendo la inversión durante un periodo de, al menos, cinco años.

Además, aquellos clientes que traspasen su plan de pensiones individual desde cualquier otra entidad podrán beneficiarse de una bonificación del 3% del importe trasladado hasta los primeros 150.000 euros y de una bonificación del 1% para el resto del importe trasladado. Esta bonificación se invertirá en un fondo de inversión multiactivo de renta variable mixta internacional, denominado Fondmapfre Elección Moderada, cuyo titular será el mismo que el del fondo de pensiones. Además, el cliente podrá realizar aportaciones adicionales, si así lo desea, a este fondo de inversión, cuya rentabilidad media de los últimos 5 años ha sido de alrededor del 3,40% anual (TAE).





Rentabilidad **anual garantizada del 2,9%**

Occident ha lanzado una nueva emisión de 'Ahorro capital', su seguro de ahorro con una rentabilidad garantizada del 2,9% anual durante el primer año. Se trata una nueva emisión de este producto orientada a clientes que buscan obtener rentabilidad sin asumir riesgos en sus inversiones.

Diseñado para perfiles conservadores, 'Ahorro capital' requiere una aportación inicial mínima de 10.000 euros y permite realizar aportaciones suplementarias a partir de 3.000 euros. Finalizado el periodo de tipo garantizado, al producto se le aplicará una tasa de revalorización trimestral. Además, el seguro incorpora un capital adicional en caso de fallecimiento del 4% del valor garantizado.

En cuanto a su liquidez, el producto permite solicitar rescates parciales o totales a partir de los tres meses desde la contratación. Asimismo, el rescate total puede realizarse sin penalización una vez transcurridos nueve meses.

En paralelo, como en emisiones anteriores, el producto incluye como servicios de cortesía el asesoramiento jurídico telefónico y la orientación médica telefónica.

Ahorro con **hasta el 7,07% a tres años**

Mapfre ha lanzado un seguro de ahorro-inversión a prima única que puede contratarse con una duración de uno, dos o tres años. Este producto está dirigido especialmente a ahorradores conservadores y es una alternativa muy atractiva para inversiones a corto plazo, ya que ofrece una rentabilidad garantizada sin asumir riesgos a vencimiento.

Este seguro, denominado 'Millón Vida', ofrece una rentabilidad acumulada garantizada a vencimiento del 2% a un año, porcentaje que se eleva al 4,45% si se contrata a dos años, y del 7,07% en el caso de contratarse a 3 años.

El importe mínimo de la inversión es de 3.000 euros y puede contratarse por cualquier cliente, cuya edad esté comprendida entre los 18 y los 95 años. Con este lanzamiento, Mapfre refuerza su amplia oferta en seguros de ahorro.





El ICO aprobó un 13% más en financiación empresarial en 2025

El Instituto de Crédito Oficial (ICO) consolidó en 2025 su papel como motor de financiación empresarial en España, con 10.265 millones de euros aprobados, un 13% más que el año anterior.



El crecimiento se apoyó principalmente en la financiación directa, que se disparó un 48% hasta los 7.132 millones, y en el capital riesgo gestionado por AXIS, mientras que las líneas de mediación retrocedieron por la menor demanda bancaria.

La estrategia refuerza el papel del ICO como catalizador de inversión en proyectos de largo plazo, tec-

nológicos y sostenibles. De hecho, casi la mitad de la financiación directa se destinó a iniciativas con impacto ambiental o social. Además, la entidad lanzó “ICO Crecimiento”, su primera herramienta digital para pymes.

En paralelo, captó 8.656 millones en los mercados, con fuerte interés por sus bonos sostenibles. El beneficio creció un 15,6%, hasta 277 millones. La futura inyección pública de 10.500 millones impulsará el fondo “España Crece” y ampliará su capacidad inversora.



El Congreso da luz verde al paquete anticrisis del Gobierno para reducir el impacto de la guerra

El Congreso de los Diputados ha dado luz verde al decreto anticrisis del Gobierno para mitigar el impacto de la guerra en Oriente Medio, un paquete de 80 medidas dotado con 5.000 millones de euros. La norma ha salido adelante con el apoyo del bloque de investidura, incluido Junts, y la abstención del PP y Podemos.

El plan combina rebajas fiscales y ayudas directas. Destaca la reducción del IVA de carburantes, electricidad y gas al 10%, así como bonificaciones de hasta 20 céntimos por litro para sectores como el transporte o la agricultura. También se refuerza la protección a hogares vulnerables, con ampliación del bono social y prohibición de cortes de suministros.

En el ámbito empresarial, se incluyen moratorias contables y límites a los despidos en compañías beneficiarias. Además, se impulsan medidas estructurales para acelerar la transición energética, como deducciones para autoconsumo o movilidad eléctrica, en un contexto de creciente presión inflacionaria.



La justicia refuerza el derecho a la conciliación laboral y familiar al obligar a las empresas a indemnizar a los trabajadores cuando rechazan de forma injustificada la adaptación de jornada o evitan negociar. Cuatro sentencias recientes de distintos Tribunales Superiores de Justicia fijan compensaciones de entre 6.000 y 9.000 euros por daños y perjuicios.

La justicia obliga a las empresas a **indemnizar a los trabajadores por denegarles la adaptación de jornada**

Los fallos subrayan que la adaptación de jornada es un “verdadero derecho” recogido en el Estatuto de los Trabajadores, que exige abrir un proceso de negociación de 30 días. La negativa empresarial debe estar debidamente motivada. De lo contrario, puede ser sancionada.

Las resoluciones destacan además la dimensión constitucional de la conciliación, vinculada a la protección de la familia. En varios casos, los tribunales concluyen que las empresas no acreditaron razones organizativas suficientes o ni siquiera iniciaron negociación. Incluso se han declarado despidos nulos cuando afectan a empleados que ejercen este derecho.

La empresa deberá vigilar con **exámenes la salud mental del trabajador**

El Gobierno ultima la reforma de la ley de prevención de riesgos laborales, que ampliará de forma significativa las obligaciones empresariales al incorporar nuevas dimensiones como la salud mental y la desconexión digital. El anteproyecto, pactado con los sindicatos, pero sin respaldo de la patronal, será aprobado en breve antes de iniciar su trámite parlamentario.

La norma exigirá a las empresas evaluar riesgos psicológicos, vigilar el bienestar emocional de la plantilla y garantizar el derecho efectivo a desconectar fuera del horario laboral. También refuerza la responsabilidad del empleador, reduciendo a diez trabajadores el umbral para asumir personalmente la prevención.

Entre las novedades destacan la creación del delegado territorial para supervisar pequeñas empresas, el aumento del crédito horario en prevención y la implantación de protocolos obligatorios de reincorporación tras bajas prolongadas.



El texto mantiene el régimen sancionador, aunque introduce incentivos por pronto pago, en un intento de modernizar el sistema y adaptarlo a los nuevos riesgos del mercado laboral.



Los corredores gallegos piden **menos presión regulatoria y mayor agilidad con las aseguradoras**

La mediación de seguros en Galicia se encuentra inmersa en un proceso de transformación profunda, marcado por la concentración del sector, el aumento de las exigencias normativas y la aceleración tecnológica. Así se puso de relieve en la XII Jornada de Corredores de Seguros de Galicia, organizada por **Fundación Inade**.

En el encuentro se destacó el papel del seguro en la gestión del riesgo empresarial, en un entorno cada vez más complejo para la inversión y el emprendimiento. Uno de los ejes del debate fue la evolución del tejido de corredurías en Galicia. Según el análisis presentado en la jornada —basado en la ‘Radiografía de los corredores de seguros con domicilio social en Galicia 2025’— el sector mantiene un crecimiento sostenido, lo que está despertando el interés de grandes grupos e inversores.

Los representantes del sector, Juan M. Sánchez-Albornoz Gómez (Consejo Gallego de Mediadores) y Pablo Lariño Noya (Agacose), advirtieron, sin embargo, que la venta

del negocio no es la única vía de desarrollo. Ambos defendieron el papel del asociacionismo como herramienta clave para afrontar la creciente carga administrativa y reclamaron mayor planificación estratégica, así como medidas para abordar el relevo generacional y reforzar la formación.

En la mesa de corredores, se identificaron tres grandes tensiones del canal: el aumento del cumplimiento normativo, la dificultad para captar talento y la complejidad en la relación operativa con las aseguradoras. Representantes de NB21, Susavila y Ucoga coincidieron en que las exigencias regulatorias y de formación están tensionando los recursos de muchas corredurías. A ello se suma, una creciente pérdida de capacidad de decisión en niveles intermedios de las aseguradoras, lo que ralentiza la gestión y afecta directamente al servicio al cliente.

El debate también puso el foco en la necesidad de reforzar la unidad del sector en su interlocución con el regulador, analizar la rentabilidad más allá del volumen de primas y prepararse para un escenario de cambio tecnológico acelerado.

Desde la perspectiva de las asegura-



doras y agencias de suscripción, los representantes de AXA, Occident y RiskPoint defendieron el papel estratégico del canal corredor por su cercanía al cliente y su nivel de especialización.

Las compañías destacaron su compromiso con el acompañamiento en la gestión de siniestros y abogaron por avanzar hacia procesos de suscripción más ágiles y automatizados, especialmente en nichos concretos de negocio. En este contexto, se puso en valor el papel de las agencias de suscripción como vía para aportar rapidez y capacidad técnica en riesgos complejos.

La última mesa ‘La voz del cliente’, reunió a representantes del ámbito empresarial e institucional que reivindicaron el papel del corredor como asesor de confianza, especialmente en el caso de las pymes.



También alertaron sobre el uso de la inteligencia artificial y la tecnología: herramientas que deben mejorar la eficiencia, pero sin sustituir el criterio profesional ni el análisis experto.

En otro orden de cosas, Fundación Inade ha presentado su informe 'Radiografía de los corredores de seguros con domicilio social en Galicia 2025'. En él, entre otras cosas, se dice que el sector de la mediación de seguros en Galicia continúa su proceso de transformación, marcado por la concentración empresarial, la reducción del número de operadores y el impacto creciente de las operaciones de compraventa.

Galicia cuenta actualmente con 329 corredores de seguros, lo que supone un descenso del 15% respecto a la etapa previa a la pandemia. La caída responde prin-

cipalmente a procesos de compra de corredurías, que están reconfigurando el mapa del sector y favoreciendo la concentración de negocio.

De los 329 corredores registrados, 260 operan a nivel nacional y 69 limitan su actividad al ámbito autonómico. Este segmento es el más afectado, con una reducción del 30% en expedientes desde 2020.

El estudio destaca además que el 62% de los corredores se concentra en las diez principales ciudades gallegas, con A Coruña (46) y Vigo (42) a la cabeza, evidenciando una fuerte concentración geográfica.

En términos de estructura, predominan claramente las personas jurídicas (245 corredurías) frente a los corredores individuales (84), siendo estos últimos los que registran una mayor caída (-26% en cinco años).

Desde el inicio de la pandemia, 129 corredurías han cesado su actividad, especialmente en 2021 y 2025, en muchos casos vinculadas a procesos de compraventa.

En paralelo, se han creado 72 nuevas corredurías, aunque el ritmo de altas se ha estabilizado en torno a 11 anuales desde 2023.

El informe dibuja un perfil de sector relativamente joven: solo el 18% de los corredores cuenta con autorización anterior al año 2000, mientras que la mayoría se concentra en la década 2010-2019.

También destaca el predominio de estructuras familiares: empresas pequeñas, en muchos casos sociedades limitadas unipersonales con un único administrador, orientadas principalmente al cliente particular.

En el plano de internacionalización, la presencia es limitada: solo 17 corredores pueden operar en el Espacio Económico Europeo y únicamente uno dispone de pasaporte europeo completo. Además, solo una correduría tiene oficina en el extranjero (Portugal).

El informe evidencia también una creciente concentración del negocio: 15 corredurías en Galicia superan el millón de euros en volumen de negocio, mientras que el conjunto de corredores autonómicos suma apenas 7 millones de euros.



Alfonso Martínez se incorpora a Santalucía como **director general de Desarrollo Corporativo y Estrategia**

El grupo **Santalucía** ha reforzado su estructura directiva y acelerado su estrategia de crecimiento con iniciativas que combinan reorganización corporativa, apuesta por la innovación y diversificación de su negocio, en línea con su plan estratégico Contigo2028.

La compañía ha incorporado a Alfonso Martínez como director general de Desarrollo Corporativo y Estrategia, una nueva posición que se integra en el Comité Ejecutivo y unifica ambas áreas. Desde este puesto, liderará la definición de la estrategia global del grupo y el impulso de operaciones de crecimiento tanto orgánico como inorgánico, con el objetivo de reforzar el posicionamiento competitivo y acelerar la expansión nacional e internacional.

Procedente de firmas como Barclays Investment Bank, donde ocupaba el cargo de Managing Director, Martínez cuenta con más de dos décadas de experiencia en banca de inversión y consultoría estratégica, incluyendo etapas en KPMG Corporate Finance o L.E.K. Consulting.

Por otro lado, Santalucía ha sido reconocida como una de las aseguradoras más innovadoras del mercado según el Índice Español de Innovación, elaborado por la Universidad Carlos III de Madrid junto a Neovantas. El informe destaca especialmente su capacidad para integrar inteligencia artificial en procesos clave, como la digitalización del 95% de la documentación de Decesos o la detección de fraude.

Entre los avances más relevantes figura la posibilidad de contratar seguros de Hogar mediante Cl@ve en segundos, recuperando automáticamente los datos del cliente desde la Agencia Tributaria. Asimismo, ha reforzado su distribución digital, apoyán-

dose en su posicionamiento en Google.

En paralelo, el grupo ha dado un paso relevante en su estrategia de diversificación al entrar en el capital de Unavets como inversor minoritario, junto al fondo Oaktree Capital Management.

La operación abre la puerta a sinergias en ámbitos como seguros para mascotas, servicios asistenciales y bienestar animal, en un segmento con alto potencial de crecimiento. Unavets cuenta con más de 160 clínicas en España y Portugal y más de 1.500 profesionales, lo que refuerza el posicionamiento de Santalucía en servicios vinculados a las familias.

La compañía también ha reforzado su posicionamiento en gestión de talento, acogiendo el 'People Summit' junto a Top Employers Institute, que reunió a cerca de 200 representantes empresariales para analizar el impacto de la inteligencia artificial en los recursos humanos.

Durante el encuentro, directivos como Berta Durán y Carlos Fernández pusieron el foco en la necesidad de abordar la transformación tecnológica desde una perspectiva cultural y centrada en las personas.

Por último, el Instituto Santalucía ha puesto el foco en la eco-





nomía de la longevidad como uno de los grandes vectores de crecimiento futuro. Según su último informe, en 2050 una de cada seis personas tendrá más de 60 años, lo que abre oportunidades en sectores como salud, *age-tech* y servicios financieros especializados.

El estudio identifica además el auge de los denominados “*longevity hubs*” y el creciente peso del emprendimiento senior, que en España ya supera el 40% del total y presenta mayores tasas de supervivencia empresarial.

Arag aboga por consolidar la cultura del acuerdo y reforzar los recursos judiciales

Un año después de su entrada en vigor, la Ley de Eficiencia Procesal arroja un balance mixto para el sector asegurador, especialmente en el ámbito de la defensa jurídica, donde su impacto es más directo. Los datos oficiales apuntan a mejoras relevantes en la gestión judicial, con descensos significativos tanto en actos de comunicación pendientes como en la ejecución de sentencias, además de una caída cercana al 31% en los litigios civiles.

Sin embargo, desde **Arag** advierten de que estos resultados deben interpretarse con cautela porque parte de la reducción responde más a la incertidumbre inicial que generó la norma que a su eficacia estructural.

El principal problema detectado en este primer año ha sido la aplicación desigual de la ley, derivada de una redacción poco precisa que ha dado lugar a interpretaciones dispares entre juzgados. Aunque las Audiencias Provinciales han empezado a unificar criterios, persiste cierta insegu-

ridad jurídica, especialmente en primera instancia.

Uno de los cambios clave —la obligatoriedad de acudir a medios alternativos de resolución de conflictos (Masc) antes de demandar— ha tenido un impacto directo en la operativa del seguro. Si bien impulsa la cultura del acuerdo extrajudicial, también ha incrementado la carga administrativa y ha alargado los tiempos previos al proceso judicial, obligando a acreditar documentalmente los intentos de negociación.

Un año de Ley de Eficiencia Procesal: 6 claves del primer balance



Supuesto / punto de partida	Qué está ocurriendo (según ARAG)	Impacto / señal a observar
Aplicación homogénea de la norma	La implantación es desigual por redacción poco concreta en algunos puntos; interpretaciones dispares sobre todo en primera instancia.	Criterios más uniformes de Audiencias Provinciales y menor disparidad territorial.
Mensajes claros = efecto directo de la Ley	La caída de nuevos litigios (ESGJ) se explica en parte por el impacto inicial y la inseguridad jurídica.	Evaluación de la litigiosidad cuando la práctica se estabilice (tendencia sostenida vs. rebote).
Rigidez del proceso	Se alargan los trámites previos al proceso judicial.	Tiempos medios de admisión y fase preparatoria: calidad de debate documental.
MASC como palanca de descongestión	Mayor exigencia documental para acreditar intento de negociación al presentar demanda.	Carga de trabajo (abogados/LRA) y colaboración/operatividad de la verificación.
Mejor coordinación con juzgados	No mejora sustancial todavía; depende del órgano. La reforma de la pirámide judicial está en adaptación.	Estabilidad operativa del nuevo modelo y procedimientos de coordinación más sencillos.
Esto condicionado por recursos y cultura del acuerdo	El potencial existe, pero depende de consolidar una cultura real de solución alternativa y reforzar recursos del sistema.	Medidas de refuerzo (General/medida) y uso efectivo de vías extrajudiciales.

Para las aseguradoras, esto ha supuesto un cambio de enfoque en la gestión de siniestros, priorizando la negociación frente a la reclamación tradicional. En el caso de Arag, se han adaptado procesos, herramientas de certificación y formación interna para cumplir con los nuevos requisitos.

No obstante, el reto no es solo operativo, sino también de gestión de expectativas del cliente: mientras algunos asegurados valoran evitar el litigio, otros perciben estos mecanismos como una barrera adicional.

Agroseguro superó los 1.029 millones de euros en primas contratadas en 2025

El año pasado, **Agroseguro** superó los 1.029 millones de euros en primas contratadas, lo que supuso un crecimiento del 0,92%. Para 2026, se quiere mantener el equilibrio técnico; mantenimiento/crecimiento de primas, como hace 3 años por encima de 1.000 millones. Así como un aumento de la implantación, con margen de crecimiento en ganado, uva y cítricos; calidad en la gestión de la contratación y de las peritaciones.

El desglose del volumen de primas refleja un comportamiento desigual por modalidades: los seguros experimentales alcanzaron 651,09 millones de euros (-1,56%), mientras que los viables crecieron

un 5,89% hasta 247,3 millones y los de retirada y destrucción avanzaron un 4,83%, hasta 130,83 millones.

El presidente ejecutivo de Agroseguro, Ignacio Machetti, subraya que el siste-

ma ha registrado un crecimiento del 45% en la última década y ha logrado mantenerse por encima de los 1.000 millones en los últimos tres años, una evolución que atribuyó a la consolidación del seguro agrario como herramienta estructural de protección del sector.

Por líneas de negocio, las siete principales —cinco agrícolas y dos de ganadería— concentran cerca del 90% de las primas. Destacan herbáceos (20,19%), frutales (17,21%), hortalizas (10,93%), uva de vino (8,99%) y cítricos (7,83%), junto a los seguros ganaderos de enfermedad y accidente (10,22%) y retirada y destrucción (12,71%).

Uno de los principales retos señalados por Agroseguro es el bajo nivel de implantación del seguro de cítricos, que actualmente cubre solo el 50% de la producción, pese a tratarse de un cultivo estratégico para el sistema.

El número de contrataciones creció un 1%, hasta 378.660 pólizas. El capital asegurado aumentó un 6,38% hasta 19.332 millones de euros, mientras que la superficie asegurada alcanzó 6,25 millones de hectáreas (+4,35%) y la producción protegida llegó a 42 millones de toneladas (+3,83%).

La siniestralidad mostró una evolución dispar. El número de siniestros cayó un 8,14%, hasta 1.543.919, pero el coste





total de los mismos aumentó un 15,08%, hasta 803,77 millones de euros. En el primer trimestre de 2026, las indemnizaciones previstas se sitúan ya en torno a 106 millones de euros.

En el ámbito financiero, el Consorcio de Compensación de Seguros (CCS) mantiene un papel central como reasegurador. Según se explicó en la jornada, las líneas experimentales concentran cerca de tres cuartas partes del reaseguro.

La reserva de estabilización del CCS alcanzó los 496 millones de euros en 2025, con un incremento de 55 millones respecto al año anterior, aunque aún lejos de los 744 millones de 2022 y de los niveles de 2016. Esta reserva representa el 2,6% del capital asegurado.

En materia de financiación, la Sociedad Anónima Estatal de Caución Agraria (Saeca) destacó el margen de crecimiento del fraccionamiento de primas, actualmente utilizado solo en el 5% de las pólizas, pese a que el 94,6% de las solicitudes son aceptadas.

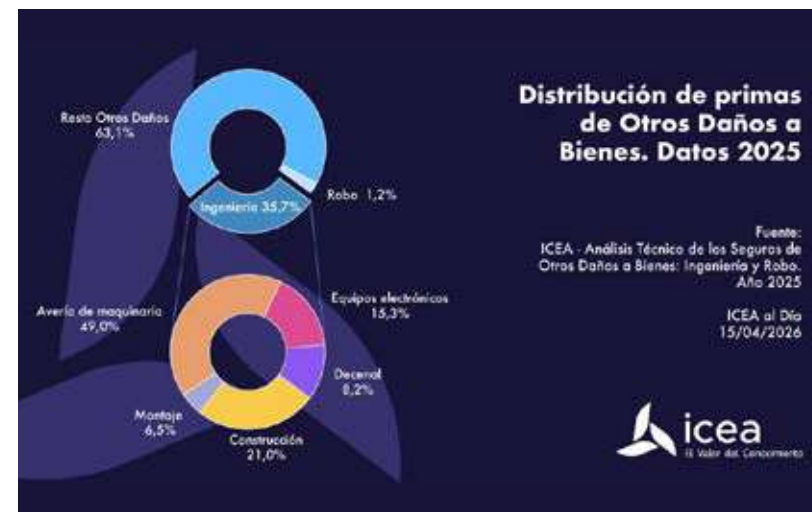
El director general de Agroseguro, Sergio de Andrés, detalló los ejes del plan estratégico 2024-2026.

En el área de producto, el objetivo principal es mantener el equilibrio técnico del sistema, ajustando coberturas, tarifas y bonificaciones, además de modernizar la gestión del seguro ganadero y mejorar el sistema de cálculo de subvenciones.

En innovación, Agroseguro avanza en la digitalización de procesos con el proyecto Germina, la incorporación de inteligencia artificial y *machine learning*, la migración a la nube y el refuerzo de la ciberseguridad.

De cara a 2026, Agroseguro mantiene como prioridades el equilibrio técnico del sistema, la estabilidad del volumen de primas por encima de los 1.000 millones, el crecimiento en implantación —especialmente en ganado, uva y cítricos— y la mejora de la gestión de contratación y peritaciones.

Además, la entidad prepara su plan estratégico 2027-2029, que incorporará tarificación más individualizada, nuevos modelos de gestión de datos, impulso de la inteligencia artificial generativa, modernización del marketing del seguro agrario y nuevas metodologías de valoración de daños.



Los seguros de Ingeniería crecieron un 9% en 2025

Los seguros de Ingeniería, encuadrados dentro del ramo de Otros Daños a Bienes, obtuvieron en 2025 un volumen de negocio de 636,6 millones de euros, lo que supuso un 35,7% del total de dicho ramo, frente a los 584,2 del año anterior, dando lugar a un incremento del 9%, según [Icea](#).

Por modalidades, todas crecieron excepto Montaje, que tuvo un decrecimiento del 2,3%.

Estos seguros presentaron un resultado del 8,4% de sus primas imputadas netas de reaseguro, 1,4 puntos menos del que se registró a diciembre de 2024.

Musaat nombra a Juan Luis Filoso de Caso **nuevo director de Inversiones**



Musaat refuerza los departamentos financiero y comercial para reforzar su posicionamiento en el seguro de construcción.

Por un lado, la mutua ha nombrado a Juan Luis Filoso de Caso como nuevo director de Inversiones, con más de una década de experiencia en gestión de activos y mercados financieros —incluyendo etapas en banca de inversión y en Endesa—.

En paralelo, la entidad intensifica su estrategia

de alianzas sectoriales. Ha renovado su acuerdo con la Confederación Nacional de la Construcción, lo que le permite ampliar la distribución de sus productos —RC, Decenal, Todo Riesgo Construcción o Caucción— entre empresas del sector, además de ganar visibilidad en foros profesionales como la 'Noche de la Construcción'.

Asimismo, mantiene su colaboración con la AECCTI por séptimo año consecutivo, centrada en formación, calidad técnica y reducción de la siniestralidad, un eje crítico en el ramo.

Allianz Commercial establece en Madrid su **centro global de Excelencia Multinacional**

Allianz Commercial ha elegido Madrid como sede de su nuevo Centro Global de Excelencia Multinacional, reforzando así el papel de España dentro de la red internacional del grupo asegurador.

La iniciativa tiene como principal objetivo centralizar en una única ubicación la atención técnica y la gestión de programas multinacionales, permitiendo una mayor eficiencia operativa y una experiencia

de cliente más homogénea. Desde la capital española se coordinarán los programas globales de seguros, garantizando el cumplimiento de las normativas locales en cada país y una gestión integrada de siniestros bajo un único punto de responsabilidad.

El Centro Global de Excelencia integrará perfiles altamente especializados, desde expertos en atención al cliente y negocio multinacional hasta profesionales de transformación, datos y tecnología.

Esta área, considerada estratégica para el crecimiento del grupo, ha ampliado su alcance para dar cobertura tanto a grandes corporaciones como a pymes con actividad internacional, reforzando así la propuesta de valor de Allianz en el segmento empresarial.





Helvetia Caser mejoró un 16% su beneficio en 2025

Helvetia Caser ha presentado los resultados de 2025 en un ejercicio marcado por la integración de su negocio en España y la consolidación de un crecimiento rentable. En el grupo Helvetia Baloise, España ya es el segundo mercado por relevancia en resultados. Alcanzó un volumen de primas de 2.250 millones de euros, con un destacado comportamiento del negocio de No Vida, que elevó sus primas hasta los 1.824,2 millones, lo que supone un crecimiento del 4,7%.

El crecimiento del negocio No Vida se apoyó especialmente en Multirriesgos, que supera el 30% de la cartera total y alcanza los 665 millones de euros en primas, con Hogar como principal motor (más de 450 millones y cuarta posición del ranking sectorial).

También destacó el ramo de Salud, con un incremento del 9,3% hasta los 221 millones de euros, así como Autos (376 millones y +6,4%) y Decesos (+7,1%), tres puntos por encima del mercado.

En Agrarios, la compañía refuerza su liderazgo con 258 millones en primas, mientras que en Empresas, el crecimiento fue del 6,6%, impulsado por pymes, garantías y avería de maquinaria.

El resultado operativo se situó en 185 millones de euros, un 25,5% más que en 2024, mientras que el beneficio neto alcanzó los 167,4 millones, con un crecimiento del 16%.

La rentabilidad también mejora de forma notable, con un ROE operativo que sube hasta el 11,3%, un 21% más interanual. En paralelo, la solvencia se eleva hasta el 225%, con 1.942 millones



de euros de posición de capital y un exceso de 1.081 millones sobre el capital mínimo requerido.

La compañía también incrementó los dividendos un 23%, hasta los 133 millones de euros.

La siniestralidad cae al 64,9% y los costes mejoran 0,4 puntos, impulsados

por sinergias de integración y eficiencia operativa.

Helvetia Caser ha alcanzado ya 17,6 millones de euros en sinergias, equivalentes al 33% del objetivo previsto para 2027.

La integración en el grupo refuerza el papel de España, que aporta el 16,8% del resultado operativo, el 10,7% de las primas y el 13,9% de los dividendos del grupo.

La estrategia de la compañía avanza en línea con el plan definido, centrado en tres ejes: crecimiento rentable apoyado en distribución y venta cruzada, mejora de la rentabilidad mediante selección de riesgos y eficiencia operativa, y escalabilidad a través de la integración y la digitalización.

En paralelo, Helvetia Caser continúa desarrollando soluciones de asistencia y servicios vinculados al bienestar, incluyendo recomendaciones específicas para el cuidado de mascotas en viajes, un ámbito en expansión que refuerza la diversificación del grupo más allá del seguro tradicional, de la mano de Caservet.

Antes de viajar, aconseja: Revisar la documentación y la normativa en el lugar de destino, adaptar el viaje al medio de transporte elegido, priorizar el bienestar del animal durante el trayecto y cuidar los detalles el día del desplazamiento.

Es importante disponer de soluciones que integren asesoramiento veterinario y cobertura de responsabilidad civil, especialmente en un entorno donde los desplazamientos incrementan la exposición a imprevistos.



Asefa agradece la fidelidad de sus clientes de más de 25 años con una obra artística

Asefa ha puesto en marcha una iniciativa especial para reconocer la fidelidad de aquellos clientes que llevan más de 25 años confiando en la compañía. Como muestra de agradecimiento, ha encargado a la ilustradora gallega Mónica “Molu” Ares la

creación de una lámina conmemorativa exclusiva, realizada en una tirada limitada y numerada.

La obra, creada específicamente para esta acción, simboliza el camino recorrido junto a sus clientes a lo largo de más de dos décadas, reflejando valores como la confianza, la colaboración y la construcción conjunta de proyectos a largo plazo. La ilustración representa, a través de un recorrido visual, la evolución compartida y el compromiso mutuo mantenido en el tiempo.

Esta iniciativa forma parte de la estrategia de fidelización de Asefa y responde a su voluntad de poner en valor las relaciones duraderas, más allá de lo estrictamente contractual.

Los ingresos por primas de las aseguradoras se situaron en 24.449 millones de euros a cierre del primer trimestre de 2026, un 6,99% más que en el mismo periodo del año anterior. De la facturación lograda a lo largo del ejercicio, 14.433 millones correspondieron al ramo de No Vida y los 10.016 millones restantes, al de Vida, según muestran los datos provisionales recabados por Icea.

La facturación del seguro aumenta casi un 7% en el primer trimestre

La facturación del ramo de No Vida fue positiva en todas sus modalidades. Anotó un repunte interanual del 5,36% si se compara con el primer trimestre de 2025. Las primas de Automóviles registraron el mayor crecimiento de un ejercicio para otro: del 7,31%, hasta situarse en 3.985 millones de euros. El seguro de Salud facturó un 6,31% más, hasta 3.815 millones de euros; mientras que los seguros Multirriesgo subieron un 5,14%, hasta los 2.937 millones de euros. Por su parte, las pólizas empresariales, englobadas en la categoría “resto no vida”, crecieron un 2,58% en los últimos 12 meses y aportaron 3.696 millones.

El negocio de Vida, reflejado en los ingresos por primas, aumentó un 9,42% en términos interanuales. El volumen del ahorro gestionado por parte de las aseguradoras se elevó un 4,90% de un año para otro, de manera que las provisiones técnicas se situaron en 221.883 millones a cierre del primer trimestre de 2026.





Allianz aumentó su beneficio un 31% en 2025

El **Grupo Allianz Seguros en España** ha cerrado 2025 consolidando su crecimiento en los principales segmentos de negocio y reforzando su rentabilidad. La filial española –integrada por Allianz Seguros, Allianz Soluciones de Inversión y BBVA Allianz Seguros– registró un resultado operativo superior a los 240 millones de euros, un 7% más, mientras que el beneficio antes de impuestos creció un 31%, hasta los 175 millones.

Este resultado se apoya en la fortaleza del negocio de No Vida, que volvió a actuar como motor de crecimiento con una subida del 8,3%, impulsado especialmente por Automóviles (+9,4%). La compañía alcanzó 3.371 millones de euros en primas en este ramo. Además, mantuvo un ratio combinado del 96,4%.

El negocio de Particulares creció un 7,7%, con especial protagonismo del ramo de Salud, que avanzó un 22,1%. Por su parte, el área de Empresas aumentó un 6,2%, apoyada en el desarrollo de Allianz Commercial y el canal de bancaseguros en colaboración con BBVA.

En Vida y Gestión de Activos, el volumen de negocio alcanzó los 804,5 millones de euros (+4,4%), respaldado por la elevada solvencia del grupo, con calificaciones de “AA” por Standard & Poor’s y “Aa2” por Moody’s. Entre las innovaciones destaca el producto ‘Crescendo’, diseñado para facilitar una entrada progresiva en renta variable.

A nivel global, Allianz también firmó un ejercicio récord, con un beneficio operativo de 17.400 millones de euros y unos ingresos totales de 186.900 millones. El beneficio neto atribuible creció un 10,9%, con un RoE del 18,1% y un ratio de Solvencia II del 218%, evidenciando la resiliencia del modelo.

En España, la compañía ha dado un paso estratégico con la creación de una nueva Dirección de Asuntos Corporativos y Sostenibilidad, liderada por Olivia Loewe. Asimismo, ha nombrado a Mercedes García como nueva directora de Comunicación, en sustitución de Laura Gallach.

La aseguradora ha reforzado su posi-



cionamiento en el segmento empresarial, donde es la segunda del mercado por primas, con nuevas soluciones como asesoramiento legal 24/7 vía app, compensación por baja laboral en menos de 48 horas y coberturas frente a riesgos digitales.

Además, ha lanzado la campaña ‘Negocios valientes’, protagonizada por empresarios como Borja Vázquez y Víctor Cardiel, para poner en valor la evolución de los riesgos empresariales.

En paralelo, Allianz ha rediseñado su estructura comercial con la creación de 21 sucursales especializadas y 58 suscriptores distribuidos por todo el territorio, integrados en Allianz Commercial. Este modelo busca mejorar la cercanía y el servicio a mediadores y empresas.

La estrategia para 2026 se ha compartido recientemente en la Jornada Anual de Asociaciones de Corredores celebrada en Madrid, donde la compañía reafirmó su apuesta por la mediación, la sostenibilidad y el asesoramiento personalizado.



Reale Group adquiere el 18,9% de Canitas para desarrollar una red de servicios veterinarios

El grupo **Reale** ha dado un nuevo paso en su estrategia de diversificación con la firma de una alianza estratégica con Canitas, compañía especializada en servicios veterinarios bajo modelo de suscripción. La operación contempla la entrada de la aseguradora en el capital de la firma con una participación del 18,9%.

El acuerdo, planteado con vocación de largo plazo, permitirá a Reale Seguros desarrollar soluciones integradas dirigidas tanto a propietarios como a profesionales

veterinarios, en un mercado en plena expansión. Según datos del sector, en España existen cerca de 28 millones de animales de compañía —10 millones de ellos pe-

rros— y el 43% de los hogares cuenta con al menos una mascota, con un gasto anual que oscila entre los 1.200 y 1.500 euros.

En paralelo, Reale Seguros continúa reforzando su compromiso con el canal mediador. La compañía ha participado en una jornada formativa organizada junto al Colegio Profesional de Mediadores de Seguros de Castellón, centrada en los retos del sector en un entorno de transformación.

La sesión, impartida por Josep Gendra, director de Formación de la aseguradora, abordó cuestiones clave como la digitalización, la evolución del cliente y la necesidad de reforzar el papel del mediador como asesor de confianza.

El seguro paga 431 millones para cubrir cuidados sanitarios a víctimas de tráfico

El seguro del Automóvil destinó 431 millones de euros a cubrir la atención sanitaria de las víctimas de accidentes de tráfico ocurridos en 2025, según los datos recopilados por **Unespa** a partir de la base de datos de los convenios de asistencia sanitaria (BD CAS).



En España, el seguro privado se hace cargo de los tratamientos médicos que necesiten las víctimas, desde el traslado inicial hasta la recuperación y, en los casos con secuelas, también del gasto médico futuro. Esta atención se sufraga tanto si se realiza en centros públicos como en privados. Del total abonado, 212 millones de euros se entregaron a la sanidad pública y 219 millones a la privada. Las provincias con mayor volumen de pagos fueron Barcelona (15,7%), Madrid (9%) y Sevilla (7,6%).

Durante 2025 se gestionaron 1,03 millones de expedientes, de los cuales el 65% correspondió a centros privados y el 35% a públicos. Esto equivale a unas dos atenciones sanitaria por accidente de tráfico cada minuto en España. Barcelona lideró el número de expedientes (15,1%), seguida de Madrid (10,2%) y Sevilla (9,7%).



Generali sitúa a José de la Rosa al frente de la nueva Dirección Comercial de Empresas

El grupo **Generali** ha reforzado su posicionamiento en el segmento empresarial con una reorganización comercial y nuevos avances en innovación tecnológica, en un contexto de creciente competencia en el mercado asegurador para empresas. Al frente de la nueva Dirección Comercial de Empresas, se encuentra José de la Rosa.

La aseguradora ha puesto en marcha una nueva Dirección Comercial de Empresas, un movimiento estratégico orientado a fortalecer su relación con mediadores y compañías, con un enfoque más cercano y adaptado a las necesidades del tejido productivo español. La creación de esta área se apoya en la sólida posición de Generali en el mercado. Según datos de Icea, la compañía lidera el ramo de Otros Multirriesgos con cerca del 40% de cuota, consolidándose como uno de los principales actores en la protección empresarial.

La nueva dirección será responsable de impulsar ramos clave como Daños, Responsabilidad Civil, Construcción, Transportes, Maquinaria e Ingeniería, líneas estratégicas para el negocio corporativo. Además, trabajará de forma coordinada con suscripción y equipos técnicos para simplificar procesos y agilizar la toma de decisiones.

Al frente de esta área se sitúa José de la Rosa, quien ha subrayado la importancia de combinar conocimiento técnico y com-



promiso a largo plazo para acompañar a empresas de diferentes tamaños y sectores.

Actualmente, más de 300.000 empresas en España confían en Generali, lo que refleja la amplitud de su base de clientes, desde pymes hasta grandes proyectos industriales. La compañía ofrece una propuesta modular y flexible que abarca desde la protección patrimonial hasta la responsabilidad civil, la asistencia tecnológica o la defensa jurídica.

En paralelo, Generali ha incorporado a Rosa Marcos como Head of Software Engineering, reforzando su apuesta por la digitalización, la eficiencia operativa y la gestión del cambio.

Con más de 13 años de experiencia en consultoría tecnológica, Marcos ha liderado proyectos de transformación, digitalización y sostenibilidad, incluyendo iniciativas vinculadas a criterios ESG y adaptación regulatoria.

En otro orden de cosas, la compañía también ha presentado en Valencia su nueva gama de productos de Hogar, Auto y Comunidades, en un encuentro con profesionales del sector en el que participó el **Colegio Profesional de Mediadores de Seguros de Alicante**.

La nueva oferta apuesta por productos más flexibles y personalizables, apoyados en tecnología avanzada que facilita la contratación y gestión diaria, reforzando así el papel de la mediación como eje del modelo de distribución.

En el ámbito global, Generali Global Corporate & Commercial Iberia & Latam ha sido distinguida con el Premio AXCO a la Mejor Aseguradora Fronting, un reconocimiento internacional que pone en valor su capacidad para gestionar programas multinacionales complejos. Este galardón destaca el rigor técnico, el cumplimiento normativo y la colaboración con clientes, brókeres y reaseguradores.



Previsora General celebra el I Encuentro Anual de Mediadores de Colmedse

Previsora General consolida PG Tour 2026, una iniciativa que recorre distintas ciudades y que se posiciona como foro clave para la formación, la innovación y el desarrollo comercial del sector de la mediación.

La compañía ha celebrado recientemente el I Encuentro Anual de Mediadores en el **Colegio de Mediadores de Seguros de Córdoba, Huelva y Sevilla**, segunda parada del tour tras su arranque en el **Colegio Profesional de Mediadores de Seguros de Castellón**. Ambos encuentros han reunido a profesionales del sector en torno a los principales retos que afronta la mediación en un entorno marcado por la digitalización y el cambio en los hábitos del cliente.

Uno de los ejes centrales del encuentro fue la ponencia 'Mediador 2030', impartida por Alfonso Linares, en la que se analizaron las tendencias que marcarán el futuro: la inteligencia artificial, la ciberseguridad y la evolución hacia modelos de relación más digitales y personalizados con el cliente. Las jornadas también abordaron el impacto de estos cambios en la estructura del negocio mediador, así como las oportunidades derivadas de la especialización y la adaptación a nuevos nichos de mercado.

Previsora General aprovechó el foro para reforzar su posicionamiento en seguros de nicho, con especial foco en productos como los seguros de convenio y los accidentes colectivos. Estas soluciones, dirigidas principalmente a autónomos y pequeñas y medianas empresas, se presentan como una vía de crecimiento para los mediadores, tanto en captación como en fidelización.

Uno de los anuncios fue la presentación de una herramienta de IA que permite a los mediadores analizar sus carteras, segmentar clientes, construir perfiles tipo (*buyer persona*) y diseñar estrategias comerciales, aportando un enfoque práctico en plena transformación digital.



Laura Ravés, de MPM, reconocida por su contribución al crecimiento empresarial

La directora de Cultura, Organización y Personas de **MPM** ha sido distinguida con el premio Madonna Mundi a su trayectoria e impacto, en un acto presidido por la Reina Letizia, quien hizo entrega del galardón.

Estos premios, otorgados por Ap!Lleida (la Asociación de Empresarias de Lleida y Pirineos), reconocen el éxito de mujeres empresarias, directivas y profesionales en ámbitos como la cultura, el arte, la investigación, la comunicación o el emprendimiento. Asimismo, ponen en valor iniciativas que impulsan la igualdad, la conciliación, la innovación y el compromiso social.



OnLygal advierte que **revisar el borrador de la Renta puede ahorrar hasta 1.000 euros**

La campaña de la Declaración de la Renta 2025 vuelve a situar el asesoramiento jurídico y fiscal en el centro de atención para millones de contribuyentes. En este contexto, **Onlygal** advierte de que una correcta revisión del borrador puede generar ahorros de hasta 1.000 euros.

Entre las principales novedades introducidas por la Agencia Tributaria destacan el nuevo simulador Renta Web Open, la deducción de 340 euros para perceptores del Salario Mínimo Interprofesional, la flexibilización de la obligación de declarar para desempleados y la tributación del 30% para rentas del ahorro superiores a 300.000 euros.

También se mantienen incentivos relevantes como las deducciones por eficiencia energética (hasta el 60%) o la compra de vehículos eléctricos (15%), además de la exención fiscal para ayudas derivadas de fenómenos como la Dana o incendios, y la posibilidad de pagar mediante Bizum.

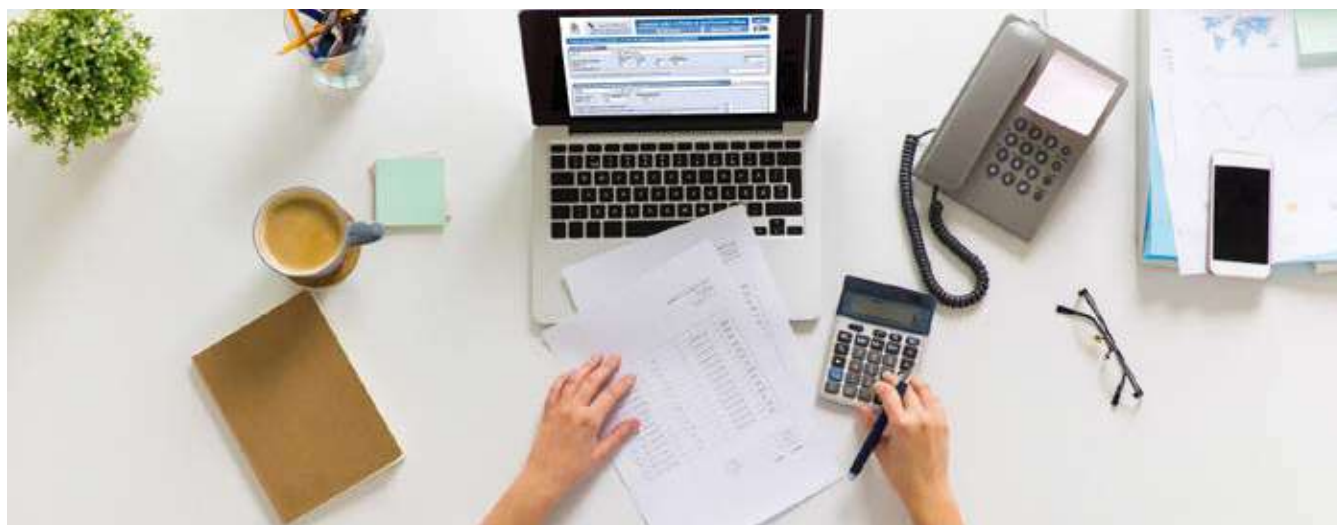
No obstante, el mayor margen de ahorro sigue estando en las deducciones no aplicadas automáticamente. Onlygal subraya especialmente las vinculadas a vivienda (compra anterior a 2013 o alquiler), planes de pensiones, donaciones, familia, movilidad eléctrica y gastos de autónomos.

Uno de los puntos críticos identificados por la compañía son las deducciones autonómicas. En España existen más de 300 beneficios fiscales regionales, muchos de los cuales requieren ser incorporados manualmente por el contribuyente.

Estas deducciones —relacionadas con alquiler, nacimiento de hijos, educación o dependencia— pueden suponer entre 300 y 1.000 euros de ahorro adicional.

Más allá de la campaña fiscal, Onlygal ha presentado su Barómetro de la Protección Jurídica, que confirma que la fiscalidad sigue siendo la principal preocupación legal de los españoles, mencionada por el 35% de los encuestados. Le siguen las herencias (31%) y la jubilación (30%).

El estudio revela además que el 70% de los ciudadanos reconoce desconocer sus derechos, y solo un 20% afirma entender el funcionamiento del sistema judicial. En el ámbito laboral, el 62% de los encuestados ha tenido dudas legales, especialmente sobre jubilación, bajas laborales y cambios en las condiciones de trabajo.



Aura Seguros ha alcanzado los 600.000 asegurados. Un crecimiento sostenido que se apoya en un modelo que combina el papel estratégico de su red de mediación con una clara apuesta por el canal digital como palanca de crecimiento, lo que permite ampliar el alcance de la compañía y llegar a nuevos perfiles de cliente, así como en una estrategia de crecimiento inorgánico.

Aura Seguros supera los 600.000 asegurados

La entidad continúa reforzando su presencia en los ramos de Decesos y Salud, donde ha consolidado su posicionamiento gracias a una propuesta diferencial, en línea con su objetivo de evolucionar hacia una aseguradora especializada en seguros personales.

Además, la compañía ha alcanzado los 50 millones de euros de facturación.



Unespa y la AJPS ponen en valor el talento joven del sector

La patronal del seguro **Unespa** ha reforzado su apuesta por la atracción de talento joven con la renovación de los contenidos del proyecto 'Un futuro asegurado', una iniciativa desarrollada en colaboración con la Asociación de Jóvenes Profesionales del Seguro (**AJPS**).

Esta acción se enmarca dentro de 'Estamos Seguros', la plataforma de divulgación sectorial con la que Unespa busca mejorar el conocimiento social del seguro y posicionarlo como una opción profesional.

Este proyecto pone el foco en dar voz a jóvenes profesionales que ya desarrollan su carrera en el sector asegurador, convir-

tiéndolos en embajadores del talento. A través de una serie de cinco entrevistas individuales y una pieza audiovisual conjunta, la iniciativa muestra experiencias reales que reflejan las oportunidades de desarrollo que ofrece la industria.

El objetivo es romper estereotipos y destacar la amplia diversidad de perfiles

que demanda el sector: desde expertos en tecnología —como programadores, científicos de datos o especialistas en inteligencia artificial— hasta profesionales de áreas como marketing, comunicación o derecho.

El portal 'Un futuro asegurado' amplía su contenido práctico con herramientas orientadas a facilitar el acceso al sector. Entre ellas, destaca un directorio de empleo con ofertas laborales y contactos de recursos humanos de aseguradoras en España.

Asimismo, la plataforma incluye información sobre el valor social del seguro y el papel clave de la tecnología en su desarrollo, así como enlaces a iniciativas formativas como el Grado Superior de Formación Profesional en Administración y Finanzas con especialización en seguros, impartido en distintas ciudades como Madrid, Barcelona o Valencia.



DKV dispara su beneficio hasta los 54,6 millones

La aseguradora **DKV Seguros** ha cerrado 2025 con un beneficio neto récord de 54,6 millones de euros, multiplicando por más de tres el resultado del ejercicio anterior, en un contexto marcado por su transformación operativa y el lanzamiento de su nueva estrategia 'Ambition 2030'.

La compañía alcanzó un volumen de primas de 945 millones de euros, lo que supone un descenso del 7,5%, impactado principalmente por la salida del concierto de Muface. Esta circunstancia también redujo su cartera de clientes hasta 1,75 millones (-11,7%).

Pese a ello, la rentabilidad se disparó gracias a la mejora técnica y la eficiencia operativa. La ratio combinada se situó en el 91,2% (6,9 puntos menos), mientras que la siniestralidad descendió hasta el 74,8% (-8,2 puntos). El ramo de Decesos, por su parte, creció un 6% hasta los 77,3 millones de euros, superando la media del mercado.

Durante 2025, la aseguradora ha renovado sus áreas comercial, de salud y operaciones, simplificando su estructura y reorganizando el territorio en cuatro grandes áreas para ganar agilidad. Además, ha anunciado un ambicioso plan de expansión que prevé alcanzar 220 oficinas en cuatro años, sumando 100 nuevas aperturas.

Este crecimiento se apoya en un modelo de salud híbrido que combina atención presencial y digital. Actualmente, la entidad cuenta con un cuadro médico de 51.000 especialistas, acuerdos con 97 de los 100 hospitales privados mejor valorados según Merco Salud y una red de 21 espacios propios de salud.

En el ámbito digital, su plataforma 'Quiero Cuidarme Más'



ha registrado más de 214.000 consultas de telemedicina y ya cuenta con el 56% de los asegurados registrados.

La nueva hoja de ruta estratégica fija como objetivos superar los 1.000 millones de euros en facturación y alcanzar los 70 millones de beneficio, apoyándose en tres pilares: excelencia operativa, liderazgo en inteligencia artificial y desarrollo del talento.

El plan contempla crecer por encima del mercado en Salud y Decesos, reforzar el control del gasto asistencial —incluyendo la lucha contra el fraude— y avanzar en el uso de inteligencia artificial generativa para mejorar la relación con clientes y mediadores. Asimismo, DKV explorará oportunidades de crecimiento inorgánico con el respaldo de su matriz Ergo.

En paralelo, la compañía ha reforzado su ecosistema digital con la incorporación de 'memodio vida', una aplicación orientada a la prevención del deterioro cognitivo y la promoción del envejecimiento saludable.

Desarrollada por la firma alemana Memodio GmbH, la solución combina entrenamiento cognitivo, actividad física, nutrición y bienestar emocional, adaptándose al perfil del usuario mediante técnicas de gamificación. Está dirigida a clientes de entre 55 y 75 años dentro de su Plan de Longevidad Saludable.

La aseguradora **Asisa** acelera su estrategia de transformación digital con la renovación integral de su app y del Área Privada web, orientándolas a la medicina preventiva y personalizada.



Asisa renueva su app y refuerza su apuesta por la medicina preventiva

Desde el punto de vista asistencial, refuerza su apuesta por la telemedicina integrada y unifica en un único entorno servicios como el Chat Médico, la gestión de citas —presenciales y online— y el acceso al historial clínico completo del asegurado.

La buena acogida del Chat Médico (87% de satisfacción y reducción significativa de visitas presenciales) confirma la consolidación de estos canales digitales.

En paralelo, Asisa orienta estas herramientas hacia la medicina preventiva y personalizada, facilitando el acceso a programas como el 'Plan Esperanza de Vida Plena' —basado en hábitos saludables— y otras iniciativas segmentadas (menopausia, familias primerizas). Esto refleja la tendencia creciente en el seguro de Salud de pasar de un modelo reactivo a uno proactivo, apoyado en datos y tecnología.

Desde una óptica comercial, la nueva plataforma mejora la personalización de la oferta y la visibilidad de productos, reforzando capacidades clave como la venta cruzada, la fidelización y la retención de clientes. Todo ello dentro de una estrategia omnicanal que busca integrar la relación digital y asistencial en un único ecosistema.

El comparador de seguros de Crédito y Caución ayuda a más de cien usuarios en su primer año



Crédito y Caución ha cumplido el primer año de funcionamiento de su comparador de seguros de Crédito, una herramienta digital diseñada para facilitar a empresas y autónomos la búsqueda de soluciones frente al riesgo de impago, que ha ayudado a más de un centenar de usuarios a identificar coberturas adaptadas a sus necesidades.

Disponible a través de la web de la aseguradora, la herramienta permite obtener en poco más de un minuto una propuesta personalizada. Para ello, analiza variables clave como el sector de actividad, el volumen de facturación, el peso de las exportaciones, la relación con organismos públicos o las necesidades de financiación.

El resultado es una selección de pólizas y servicios de valor añadido ajustados al perfil de cada empresa, aunque la contratación final se realiza posteriormente con el apoyo de la red de agentes especializados de la compañía.

En paralelo a su apuesta digital, la aseguradora reforzó su presencia en el canal profesional participando en Salón Gourmets 2026, que se celebró en Ifema Madrid del 13 al 16 de abril.



El IES lanza un curso sobre la **nueva supervisión europea en prevención del blanqueo de capitales**

El **Instituto e-Learning del Seguro (IES)** ha ampliado su oferta académica con diferentes cursos entre los que destaca el de 'AMLA y la nueva supervisión europea en Prevención del Blanqueo de Capitales'.

Se trata de una formación 100% online de tres horas computables como formación continua, que se integra en el área de Prevención de Blanqueo de Capitales de la plataforma y está diseñado para analizar el nuevo marco regulatorio europeo y su impacto en los profesionales del seguro.

La formación aborda la evolución del sistema europeo de prevención del blanqueo de capitales, la creación de la nueva autoridad AMLA (Anti-Money Laundering Authority) —su origen, funciones y poderes—, así como sus implicaciones en España. También profundiza en las nuevas exigencias para los sujetos obligados, el régimen sancionador europeo y ofrece una visión práctica para la adaptación

profesional al nuevo entorno normativo.

Por otro lado, la entidad ha superado las 2.300 matriculaciones en un solo día en uno de sus cursos de Formación Continua. De ellas, más de 1.000 correspondieron a



nuevos alumnos registrados por primera vez en la plataforma.

El IES ha sido además galardonado junto a la insurtech **SegurosIA** con el Seal Awards en la categoría Best Partnership, en el marco del Insurance World Challenges 2026, celebrado en Madrid.

El premio reconoce su proyecto conjunto para evaluar la equivalencia de conocimientos de agentes artificiales en la distribución de seguros. En este contexto, la IA 'Alex', desarrollada por SegurosIA y autorizada en el Sandbox financiero español supervisado por Banco de España, CNMV y DGSFP, se ha convertido en el primer agente artificial en superar una prueba de equivalencia de Nivel 2 en distribución de seguros.

El jurado valoró especialmente el impacto del proyecto en innovación, eficiencia y cumplimiento normativo, así como su aplicación real en el sector asegurador.

En paralelo, el instituto ha presentado la VIII edición del Curso de Seguros para Distribuidores del Nivel 1, que se desarrolla entre marzo y septiembre de 2026.

El volumen de primas estimado para el conjunto del sector asegurador español en el primer trimestre de 2026 alcanzó los 24.449 millones, lo que supone un crecimiento del 7% frente al volumen de primas a marzo 2025, según cifras de [Icea](#).

Las primas alcanzaron los 24.449 millones de euros a marzo

Este crecimiento viene principalmente motivado por el aumento de las primas de Vida ahorro. El ahorro gestionado en productos de seguro, medido a través de las provisiones técnicas, alcanzó los 221.883 millones de euros en el primer trimestre de 2026. Un importe que supone un incremento interanual del 4,9%.



La póliza vigente en el momento del accidente **debe indemnizar el siniestro**

[Fundación Inade](#) ha celebrado una nueva edición de su tribuna virtual 'Charlas Legales', centrada en el análisis del seguro de Accidentes. M^a Carmen Ruiz-Matas abordó, entre otras cosas, el alcance de las obligaciones del asegurador, que incluyen el pago de indemnizaciones en forma de capital, renta u otras prestaciones, así como la cobertura de gastos sanitarios cuando así lo contemple la póliza.

No obstante, se subrayó que, en situaciones de urgencia, el asegurador debe cubrir las asistencias médicas necesarias para evitar la agravación del daño, incluso si no estaban expresamente previstas en el contrato. Asimismo, se aclaró que en casos de dolo, la aseguradora queda exonerada de indemnizar a estos, aunque mantiene su obligación frente a los herederos.

La sesión también abordó las obligaciones del tomador del seguro, entre ellas la de informar sobre la existencia de otros

seguros de Accidentes que cubran a la misma persona. El incumplimiento de este deber puede dar lugar a reclamaciones por daños y perjuicios, aunque no afecta a la suma asegurada.

Otro aspecto clave es la necesidad del

consentimiento del asegurado, que debe constar por escrito. En el caso de menores, se requiere la autorización de sus representantes legales.

En caso de discrepancia en el grado de invalidez y la cuantía de la indemnización, el conflicto debe resolverse mediante peritos médicos.

Cuando existen varias pólizas sucesivas, la responsabilidad recae en el contrato vigente en el momento en que se produce el accidente.





Codeoscopic integra a Gecose Software

Codeoscopic ha integrado a Gecose Software a su organigrama, reforzando su posicionamiento como uno de los principales proveedores tecnológicos para corredores de seguros.

Ambas compañías mantenían desde hace años una estrecha colaboración tecnológica que permitía la integración entre el multitarificador Avant2 Sales Manager de Codeoscopic y la plataforma de gestión de Gecose. Con esta operación, el grupo da un paso estratégico para ofrecer soluciones más completas al canal de mediación.

Con esta integración, Codeoscopic amplía su alcance en el mercado: supera las 1.700 corredurías usuarias de Avant2 Sales Manager y suma más de 600 corredores en su ERP Tesis Broker Manager, a los que se añaden más de 400 corredurías que trabajan con el ERP Fast360 de Gecose.

Pese a la integración, Gecose mantendrá su estructura como compañía independiente, conservando su equipo y operativa, aunque contará con el respaldo tecnológico y humano del grupo para potenciar sinergias.

En paralelo a este movimiento corporativo, los datos del mercado asegurador —analizados a partir del multitarificador Avant2 Sales Manager mediante herramientas de Big Data— reflejan un comportamiento desigual por ramos.

En Autos, la prima media de nueva producción mostró en marzo un ligero crecimiento del 2%, hasta los 468 euros, rompiendo la estabilidad registrada a comienzos de año. La modalidad de



‘Terceros ampliados’ continúa siendo la más demandada, concentrando el 65% de las pólizas.

Por su parte, el segmento de ‘Todo riesgo con franquicia alta’ lidera en precio, con una prima media de 913 euros y un crecimiento interanual del 11%.

En Hogar, sin embargo, se mantiene la tendencia descendente iniciada a principios de año. En marzo, las primas cayeron un 3% interanual, con especial impacto en las modalidades estándar y premium, mientras que el producto básico logra sostenerse en positivo.

El ramo de Motos tuvo un incremento interanual del 11% en marzo, impulsado especialmente por los seguros a terceros. En términos intermensuales se observa un ligero retroceso del 1%.

En contraste, los seguros de Decesos registraron una caída del 6% en su prima media, situándose en 205 euros, mientras que Salud marcó un descenso interanual del 8% en febrero, aunque en marzo repuntó un 3%, rompiendo la tendencia negativa.

AXA Partners ha puesto en marcha un nuevo proyecto de *Quality Monitoring*, que combina inteligencia artificial con la supervisión especializada de sus equipos para elevar los estándares de atención al cliente en los servicios de asistencia del hogar.

AXA Partners lanza un sistema de monitorización impulsado por IA para el hogar



La iniciativa tecnológica combina inteligencia artificial con supervisión humana para analizar de forma continua más de medio millón de llamadas anuales. El objetivo es identificar áreas de mejora en la atención al cliente con una visión más objetiva y basada en datos.

La solución se apoya en Secure Chat GPT, diseñada para cumplir con estrictos estándares éticos y de protección de datos, garantizando el tratamiento responsable de la información.

Más allá del incremento en la capacidad de análisis, el proyecto permitirá extraer información clave para los planes de mejora continua, así como verificar el cumplimiento normativo en cada interacción con el cliente.

En otro orden de cosas, AXA Partners constata una evolución positiva del ramo de Viajes. En la campaña de Semana Santa, la contratación de seguros creció un 12%, impulsada por el aumento de los desplazamientos internacionales y una mayor conciencia del riesgo entre los viajeros.

El crecimiento del turismo internacional está teniendo un impacto directo en la siniestralidad, con un aumento de incidencias relacionadas tanto con problemas de salud leves como con incidencias logísticas, como retrasos o pérdida de equipaje.

A ello se suma el encarecimiento de la asistencia sanitaria en el extranjero. En destinos como Estados Unidos, una urgencia médica puede superar los 1.500 dólares, mientras que intervenciones quirúrgicas simples pueden alcanzar los 15.000 dólares.

Salvador Carrasco se une a Intact Insurance España como Marine Underwriter



Intact Insurance

España refuerza su apuesta por el ramo de Marine con la incorporación de Salvador Carrasco como nuevo Marine Underwriter, para consolidar capacidades técnicas en un segmento clave para el negocio corporativo.

Carrasco aporta una trayectoria de más de cinco años en el sector, con experiencia tanto en correduría como en aseguradoras como Marsh y Starr Europe, siempre vinculado al ámbito marítimo.

Su perfil combina formación jurídica — grado en Derecho por la Universidad Complutense de Madrid— con especialización técnica en derecho marítimo internacional (LLM por la Universidad de Swansea).



La 4ª edición de Hiscox on Tour 'impulsa el talento' de la mediación

Hiscox ha dado comienzo a la cuarta edición de su iniciativa Hiscox on Tour que, bajo el lema 'Impulsando el talento en la mediación', recorrerá varias ciudades españolas –y por primera vez portuguesas– para ayudar a corredurías y profesionales a afrontar un entorno marcado por la consolidación del mercado, el relevo generacional y la transformación digital.

La gira, que arrancó el 28 de abril en la Fundación Giner de los Ríos (Madrid), busca ofrecer herramientas prácticas para la identificación, desarrollo y fidelización del talento en las organizaciones.

Según Carolina Morato, directora general Interina de Hiscox Iberia, el sector atraviesa un momento de cambio profundo en el que "ya no basta con la experiencia tradicional", sino que se requieren perfiles con capacidades técnicas, analíticas y digitales, junto a una orientación consultiva.

En este contexto, la compañía defien-

de que el capital humano será el principal factor diferencial para garantizar la competitividad y sostenibilidad del modelo de mediación.

Para esta edición, Hiscox vuelve a contar con **Growz**, cuyo CEO, Sergi Ramo, impartirá sesiones formativas centradas en la evolución del talento, los perfiles más demandados y los retos actuales del sector.

El recorrido continuará en el Veles e Vents (21 de mayo), el Hotel Hospes Maricel (17 de junio) y el Gallery Hotel (15 de octubre).

Como novedad, la iniciativa cruzará por primera vez la frontera y llegará a Oporto y Lisboa, reforzando su presencia en la península ibérica bajo el lema 'Descubre el Mundo Hiscox'.

En paralelo a esta apuesta por el talento, Hiscox advierte del aumento de los riesgos en ciberseguridad, especialmente para las pequeñas y medianas empresas.

Según su Informe de 'Ciberpreparación 2025', solo el 1% de las pymes españolas afectadas por ciberataques logró evitar consecuencias en los últimos doce meses, lo que refleja la magnitud del impacto.

El fraude por desvío de pagos sigue siendo la principal incidencia, afectando al 53% de las empresas, seguido de los ataques DDoS (49%) y el uso indebido de re-



cursores tecnológicos (43%). El *ransomware*, por su parte, ha impactado al 31% de las organizaciones.

Aunque algunos indicadores muestran una ligera mejora respecto a 2024, el nivel de exposición sigue siendo elevado, con las brechas de datos y los virus informáticos entre las amenazas más relevantes.

Ante este escenario, las empresas están intensificando sus medidas de prevención. El 72% realiza verificaciones de vulnerabilidades al menos una vez al mes, y el 91% lo hace trimestralmente. Además, el 99% ha llevado a cabo este tipo de pruebas en alguna ocasión.

La vigilancia también se extiende a la cadena de suministro: el 64% de las empresas evalúa los riesgos de sus proveedores mensualmente, y el 88% lo hace al menos cada trimestre.

María José Rodríguez, nueva directora general de Seguros Lagun Aro



Laboral Kutxa anuncia el relevo en la Dirección General de su compañía de seguros, Seguros **Lagun Aro**. El pasado 1 de abril, María José Rodríguez fue nombrada directora general en sustitución de Pablo Mongelos, que se jubiló.

Rodríguez aporta una combinación de excelencia técnica, experiencia directiva y un profundo conocimiento del Grupo Laboral Kutxa. Es licenciada en Matemáticas por la UPV-EHU y doctora en Economía por la Universidad Carlos III de Madrid, donde también desarrolló actividad académica e investigadora. Cuenta, además, con formación de posgrado en Economía de la Empresa y Métodos Cuantitativos.

Se incorporó a Caja Laboral en 2006, desarrollando una carrera de casi dos décadas en el ámbito de riesgos. Durante los últimos cinco años ha ejercido como directora de Gestión de Riesgos de Laboral Kutxa. Adicionalmente, ha sido miembro del Consejo de Administración de Seguros Lagun Aro y Seguros Lagun Aro Vida, así como de sus Comisiones de Riesgos y Actuarial y de Auditoría.

Javier García Matallanos, nuevo director económico-financiero de Grupo Preventiva

Grupo Preventiva ha incorporado a Javier García Matallanos como nuevo director económico-financiero, cargo desde el que también se integrará en el comité de dirección de la compañía.

Con más de 20 años de experiencia profesional, García Matallanos ha desarrollado su trayectoria en el ámbito asegurador y patrimonial. En el sector seguros, ha ocupado distintas responsabilidades en firmas como Aon, Mutua Madrileña y Filhet-Allard MDS. Por su parte, en el ámbito patrimonial

ha estado vinculado a organizaciones como EOT Infraestructure y Gilmar.

Licenciado en Administración y Dirección de Empresas y Graduado Superior en Ciencias Jurídicas y del Seguro por la Universidad Pontificia de Salamanca, cuenta además con un Máster en Bolsa y Merca-



dos Financieros por el Instituto de Estudios Bursátiles y ha cursado el Programa de Desarrollo Directivo de Corredurías de Seguros impartido por la Universidad Europea y Adeco.



Mutua Madrileña extenderá la congelación de sus tarifas a más de un 40% de sus asegurados de Auto

En 2025, el Grupo **Mutua Madrileña** reforzó su posición como líder en seguros generales en España, por octavo año consecutivo. Así lo destacó su presidente, Ignacio Garralda, durante la Junta General de Mutualistas, donde subrayó el impacto positivo de la diversificación geográfica y por productos como eje estratégico del grupo. Entre otras cosas, para 2026 ha decidido congelar las tarifas de Autos a más de un 40% de sus asegurados.



La entidad registró un beneficio neto de 520,8 millones de euros, un 14,8% más que el año anterior, y superó los 9.757 millones de euros en ingresos. Además, alcanzó un ratio de solvencia del 297%, el más alto entre los grandes grupos aseguradores españoles.

Garralda puso el foco en la evolución sostenida del resultado consolidado desde 2010, apoyado en negocios distintos al tradicional ramo de Autos. Esta estrategia ha permitido al grupo mantener una política de contención de precios sin comprometer la rentabilidad.

El grupo también destacó por su capacidad comercial: supe-

ró los 19 millones de asegurados en España (+6,1%) y lideró la captación de nuevos clientes en el sector. En Autos, la tasa de fidelidad alcanza el 90%, una de las más elevadas del mercado. Además, Mutua Madrileña superó por primera vez los 5,4 millones de pólizas de No Vida.

En un año en el que buena parte del sector ajustó tarifas por el incremento de costes, Mutua logró congelar precios al 30% de su cartera de Autos, con el objetivo de ampliar esta medida a más del 40% en 2026. Garralda advirtió, no obstante, que factores como la inflación o tensiones geopolíticas —especialmente en Oriente Medio— podrían seguir presionando los márgenes del sector.

De cara al futuro, el grupo prepara su Plan Estratégico 2027-2029 con un fuerte impul-

so a la inteligencia artificial generativa.

El negocio patrimonial también mostró un comportamiento destacado. El área de gestión de activos —con firmas como Mutuactivos— alcanzó los 28.392 millones de euros bajo gestión (+15,7%). Mutuactivos, en particular, marcó un récord con 17.348 millones y se consolida como la mayor gestora independiente de la banca en España.

La colaboración con El Corte Inglés continúa dando resultados. Su joint venture aseguradora incrementó ingresos un 17% en 2025, hasta superar los 394 millones de euros, y elevó un 9,7% la nueva producción de pólizas.



Grupo Mutualidad aumenta un 7% el ahorro bajo gestión y alcanza los 11.546 millones en 2025



Grupo Mutualidad ha cerrado 2025 con un sólido balance tanto financiero como no financiero. Según datos de Icea, el grupo se sitúa como el quinto del ramo por volumen de ahorro gestionado, con 11.546 millones de euros, un 7% más que el año anterior. Además, entra entre los diez primeros por volumen de primas, tras alcanzar los 919,3 millones, lo que supone un crecimiento superior al 30%.

El presidente de la entidad, Enrique Sanz, ha destacado una rentabilidad media del 4,83% en los últimos 20 años. Las primas aportadas por los mutualistas alcanzaron los 766 millones de euros, un 28,8% más que en 2024 y el mejor dato desde su fundación en 1948. El ahorro bajo gestión se situó en 11.181 millones (+6,4%), mientras que el beneficio neto fue de 52,5 millones.

Mutualidad gestiona una cartera de inversiones de 11.253 millones de euros, con un perfil claramente conservador: el 83,2% en renta fija —principalmente deuda pública de alta calidad— y solo un 7,1% en renta variable.

En 2025, la entidad lanzó su Plan Estratégico 2025-2028, orientado a consolidar su crecimiento con un enfoque más innovador y social. Entre sus prioridades destaca el refuerzo de servicios de prevención y cuidados, especialmente dirigidos a la población sénior.

El crecimiento del grupo también se apoya en el fuerte desempeño de Avanza Previsión, que superó los 364 millones en ahorro gestionado (+42,57%) y elevó sus primas por encima de los 153 millones (+37%), situándose como líder en crecimiento del ramo Vida en 2025.

De cara a 2026, Grupo Mutualidad quiere alcanzar 785 millones de euros en primas, mantener la solvencia por encima del 200% y captar más de 15.000 nuevos mutualistas.

Además, prevé lanzar nuevos productos, entre ellos el 'Plan Ahorro Suma+', enfocado en el ahorro colaborativo, y avanzar en la obtención de la certificación B Corp.

Occident ha activado una nueva campaña orientada a reforzar el ahorro a largo plazo entre sus clientes, con una bonificación total del 3% para traspasos procedentes de otras entidades.



Occident bonifica el traspaso de planes de pensiones y PPA con un 3%

La campaña, en vigor del 13 de abril al 30 de junio, está dirigida a clientes menores de 65 años que traspasen un mínimo de 6.000 euros a cualquiera de los productos de previsión incluidos en la campaña.

La bonificación se materializa mediante una rentabilidad adicional del 0,75% anual durante cuatro años, hasta completar el 3% total, condicionada al mantenimiento del capital traspasado durante ese periodo.



Sanitas creció un 12% en 2025, hasta los 3.228 millones

Sanitas ha cerrado 2025 con una facturación de 3.228 millones de euros, un 12% más que el año anterior, mientras que la unidad Bupa Europe & LatinAmerica (ELA), liderada por Sanitas, elevó sus ingresos hasta los 7.022 millones de euros (+14%). De este volumen, el 60% ya procede de mercados internacionales, con especial peso de Polonia, Chile, Turquía o Brasil.

En términos de rentabilidad, el beneficio operativo de Bupa ELA creció un 9% hasta los 533 millones, mientras que Sanitas se mantuvo estable con 220 millones de euros.

Durante 2025, la compañía destinó 176,7 millones de euros a reforzar tres ejes estratégicos: expansión asistencial, innovación médica y sostenibilidad. Entre los hitos destaca la apertura de un hospital, seis centros médicos, doce clínicas dentales y una residencia de mayores. Uno de los proyectos más relevantes del año ha sido la apertura del Hospital Blua Sanitas Valdebebas, el primer hospital nativo digital de Europa.



Sanitas continúa liderando el desarrollo de la medicina preventiva basada en datos genéticos. En 2025 ya ha secuenciado el genoma de más de 9.500 personas, lo que permite diseñar planes de salud personalizados. Los resultados revelan que el 17,2% de los analizados presenta alto riesgo de padecer enfermedades tratables, mientras que un 5,2% podría desarrollar patologías graves. Además, el 100% de los casos muestra interacciones farmacogenéticas relevantes, lo que abre la puerta a tratamientos más precisos.

En 2025, las consultas digitales aumentaron un 26% hasta superar los 1,1 millones, acumulando más de 5 millones des-

de su lanzamiento. El ecosistema Blua cuenta ya con 1,3 millones de usuarios, mientras que servicios como la dermatología digital han gestionado 20.000 casos con tiempos de respuesta inferiores a 20 horas.

En paralelo, la compañía ha desarrollado más de 100 proyectos de inteligencia artificial, incluyendo herramientas como 'Sanitask', que automatiza la transcripción de consultas médicas, o sistemas de análisis de imagen para acelerar diagnósticos.

El negocio asegurador también ha marcado cifras récord, superando los 3 millones de clientes. Sanitas Seguros incrementó sus primas un 11,5% hasta los 2.312 millones de euros.

Entre las novedades del año destaca su entrada en el segmento de mascotas, con el lanzamiento de un seguro veterinario para perros y gatos.

En paralelo, Sanitas ha reforzado su colaboración con **Santalucía**, con la renovación de una alianza que supera ya una década. Durante una convención conjunta, ambas compañías destacaron el éxito de esta colaboración, que combina el liderazgo de Santalucía en Decesos con la experiencia de Sanitas en Salud para ofrecer soluciones integrales.

Avanza Previsión y el Colegio Oficial de Ingenieros Técnicos de Telecomunicación (COITT) han firmado un acuerdo de colaboración para impulsar iniciativas conjuntas en materia de previsión social y ahorro dirigidas a los colegiados de la institución.



Avanza Previsión acercará soluciones de previsión y ahorro a los telecos

El convenio contempla diversas líneas de actuación, entre las que destaca el acceso a soluciones de ahorro y planificación financiera, junto con asesoramiento personalizado, con el objetivo de acompañar a los profesionales en la toma de decisiones a lo largo de las distintas etapas de su vida.

Stoik triplica su número de clientes en los últimos 6 meses

La insurtech **Stoik** celebra su quinto aniversario consolidando su expansión en Europa y, especialmente, en el mercado español, donde ha superado las 700 empresas clientes y ha triplicado su cartera en los últimos seis meses.

La compañía, especializada en Ciberseguros, durante su primer año en España, ha logrado una notable penetración en el canal de distribución. Ya cuenta con más de 200 mediadores emitiendo pólizas con la compañía y más de 500 corredores trabajando con sus soluciones.

Este crecimiento se ha visto reforzado por el lanzamiento de nuevas herramientas como 'Stoik MDR' y 'Stoik Email Security', orientadas a mejorar la protección de las empresas frente a amenazas digitales.

La propuesta de insurtech se basa en un modelo 360° que integra seguro, prevención y respuesta ante incidentes, apoyado en inteligencia artificial y equipos especializados.

Este enfoque se articula en cuatro pilares:

Prevención técnica: herramientas de análisis de vulnerabilidades, seguridad en la nube y monitorización de credenciales en

la *dark web*. En 2024, este sistema permitió detectar más de 50.000 vulnerabilidades y reducir a la mitad la probabilidad de incidentes.

Factor humano: programas de formación en ciberseguridad y simulaciones de ataques de *phishing*.

Defensa gestionada: servicios MDR 24/7 y protección del correo electrónico, apoyados en tecnologías de CrowdStrike, SentinelOne y Microsoft Defender.

Respuesta a incidentes: un equipo CERT interno disponible 24/7 que gestiona y mitiga ataques desde el primer momento.

Stoik apuesta por desarrollar agentes propios de inteligencia artificial, integrados en todo el ciclo de gestión del riesgo: prevención, detección y respuesta.





La cartera existente marca crecimientos superiores a la nueva producción en el primer trimestre

El informe Asegurómetro del primer trimestre, elaborado por **Ebroker** a través de su observatorio Prisma, revela que el crecimiento de las primas se apoya cada vez más en la cartera existente, frente a una nueva producción que muestra signos de desaceleración.



El análisis identifica tres tendencias clave: fortalecimiento del negocio en cartera, mayor dificultad para captar nuevos clientes y un entorno generalizado de subida de primas.

En el ramo de Automóviles —principal línea para el canal de corredores— la prima media se sitúa en 465 euros, con un crecimiento destacado en cartera del 5,3% hasta los 473 euros. Por el contrario, la nueva producción cae un 1,1%. Por segmentos, el comportamiento es homogéneo salvo en los vehículos eléctricos, que rompen la tendencia con descensos tanto en cartera como en producción, consolidando una evolución diferencial dentro del ramo.

El ramo de Motos presenta el mayor contraste: mientras la cartera crece un 6,29%, la producción cae un 12,75%, en lo que el informe interpreta como una corrección tras un ejercicio anterior atípico.

En cambio, Hogar se consolida como una de las líneas más estables, con una prima media de 325 euros (+4,6%) y crecimien-

to sostenido en cartera (+5,62%), acompañado de una producción prácticamente estable.

En otro orden de cosas, la tecnológica celebró el 'Ebroker Team Day 2026' en el Centro Niemeyer, donde reunió a todo su equipo para analizar el contexto del sector y definir sus líneas estratégicas.

El CEO, Higinio Iglesias, destacó la solidez del proyecto y la capacidad de adaptación de la compañía tras más de 25 años de trayectoria, poniendo el foco en la importancia del equipo como elemento diferencial.

Uno de los puntos centrales del encuentro fue la presentación de los proyectos estratégicos para 2026, entre los que destacan el desarrollo de un nuevo CRM con integración de WhatsApp y centralita, la incorporación de agentes basados en inteligencia artificial para la comunicación y sistemas de retarificación automática orientados a la defensa de cartera.



Zurich Seguros da **consejos para viajar con tranquilidad y dejar la casa protegida**



La Semana Santa es uno de los periodos del año con mayor volumen de desplazamientos en España, un contexto que incrementa tanto las incidencias en carretera como los siniestros en viviendas que permanecen desocupadas durante varios días. Ante ese

escenario, **Zurich Seguros** reforzó su estrategia de prevención y seguridad, poniendo el foco en la anticipación como herramienta clave para reducir riesgos y mejorar la experiencia de los asegurados.

La aseguradora, en colaboración con el RACC, ha destacado la importancia de la planificación, el mantenimiento del vehículo y el uso responsable de los canales digitales como factores determinantes para evitar asistencias urgentes en un periodo de alta saturación en la movilidad. Se subraya la importancia de realizar una revisión básica del vehículo —neumáticos, frenos, luces y limpiaparabrisas— como medida preventiva para reducir averías en carretera, uno de los principales motivos de asistencia durante estos periodos.

Otros consejos incluyen viajar con flexibilidad, realizar paradas frecuentes para evitar la fatiga al volante, y elegir horarios de menor congestión para iniciar el trayecto. El uso del teléfono móvil también ocupa un lugar central en las recomendaciones: debe mantenerse cargado para emergencias, pero su utilización al volante está totalmente desaconsejada. Además, en viajes internacionales se recomienda revisar las condiciones de roaming para garantizar la conectividad en caso de incidencia.

Más allá de la movilidad, Zurich pone el foco en la protección del hogar durante las ausencias prolongadas. Entre las medidas básicas destacan revisar cierres de puertas, ventanas y accesos, activar sistemas de alarma y asegurar que no existen puntos vulnerables sin protección. La aseguradora recomienda también cerrar llaves de paso de agua y gas para reducir el riesgo de fugas o inundaciones, así como desconectar aparatos eléctricos no esenciales para evitar incidencias y consumos innecesarios.



JubílaME nombra a Antonio J. de la Torre **nuevo director financiero**

JubílaME ha anunciado el nombramiento de Antonio J. de la Torre como su nuevo director financiero (CFO) para optimizar la estructura de capital, fortalecer la planificación financiera y supervisar las operaciones globales de la compañía.

Con una trayectoria de más de 15 años en gestión financiera y dirección estratégica, antes de unirse a JubílaME, ocupó el cargo de CEO en Estetiplan.



AXA obtiene un beneficio de 232 millones, un 75% más

AXA España ha cerrado 2025 con unos ingresos consolidados de 3.557 millones de euros y un beneficio neto de 232 millones, lo que supone un incremento del 75% respecto al ejercicio anterior, impulsado en parte por el efecto de extraordinarios registrados en 2024.

La compañía supera además los 3,35 millones de clientes, consolidando un ejercicio que su consejera delegada, Olga Sánchez, define como de “consolidación del modelo omnicanal, con foco en el cliente y la excelencia técnica”.

Por líneas de negocio, el mayor dinamismo se registró en Vida y Ahorro, con crecimientos superiores al 14%, apoyados en el buen comportamiento de productos como los Unit Linked. Este segmento superó por primera vez los 1.000 millones de euros.

Salud también mantuvo una evolución positiva (+4,2%), alcanzando cerca de 500 millones de euros y más de 600.000 asegu-

rados, mientras que No Vida creció un 1,3%, situándose al borde de los 2.000 millones.

AXA España mantiene una estructura de distribución diversificada: el 51,3% del negocio procede de agentes, el 41,3% de corredores y brokers, y el 7,4% del canal directo.

A nivel territorial, destacan Centro-Canarias (19%) y Cataluña (17%) como principales áreas de negocio, seguidas de Levante-Baleares (15%) y otras regiones.

De cara a 2026, último año del actual plan estratégico, la aseguradora apuesta por reforzar su crecimiento, ampliar su base de clientes y seguir desarrollando soluciones innovadoras en un entorno marcado por la incertidumbre. “Seguimos trabajando para ofrecer la mejor protección con productos pioneros y la mejor atención posible”, ha subrayado Olga Sánchez.

La compañía avanza en su plan estratégico 2024-2026, alineado con la hoja de ruta global ‘Unlock the Future’ de Grupo AXA. Hasta la fe-



cha, ya ha ejecutado el 70% de las inversiones previstas en crecimiento y transformación.

Entre los hitos del ejercicio destacan la integración de Gacme, el desarrollo de su red sanitaria propia y el inicio de la comercialización de seguros a través de Correos.

Uno de los ámbitos donde más se evidencia la transformación tecnológica es en la lucha contra el fraude. Según el ‘XIII Mapa AXA del Fraude’, el peso de la detección digital ha pasado del 30% al 36% en solo un año, frente a un escenario en 2013 donde el 97% de los casos se identificaban manualmente.

En 2025, AXA evitó pagos fraudulentos por valor de casi 88 millones de euros, consolidando una tendencia creciente en la última década. Aunque el número de casos detectados se ha estabilizado en torno a los 24.000 anuales, la tasa de fraude se mantiene contenida en el 1,92%, tras el repunte registrado en 2020 durante la pandemia de Covid-19.

El uso de herramientas digitales también ha permitido mejorar la eficiencia en la investigación. Los casos sospechosos analizados han descendido de más de 74.000 en 2021 a menos de 65.000 en 2025, lo que refleja una mayor precisión en la identificación del fraude.



Correduidea lanza 'Evolucionia', una iniciativa de transformación digital de los negocios

Correduidea ha lanzado 'Evolucionia', una propuesta que integra desarrollo de negocio, formación, comunicación y transformación digital en un mismo marco de trabajo.

La iniciativa se plantea como un entorno de trabajo desde el que analizar prioridades, compartir conocimiento y poner en marcha iniciativas.

Miguel Serrano, nombrado director corporativo de Administración y Finanzas de Mapfre

Mapfre ha nombrado a Miguel Serrano nuevo director corporativo de Administración y Finanzas en sustitución de Oscar García-Serrano. Además, la entidad ha mejorado el producto en el ramo de Embarcaciones de recreo y avances en Ciberseguridad.



en la matriz. Por su parte, García-Serrano inicia una nueva etapa como CEO de la filial en Colombia.

En paralelo, Mapfre ha actualizado su seguro de embarcaciones de recreo con una propuesta más flexible y adaptada a distintos

perfiles de cliente, desde propietarios habituales hasta usuarios ocasionales.

El renovado producto amplía coberturas clave como la responsabilidad civil —incluyendo una modalidad opcional en marina seca—, daños propios (colisión,

hundimiento o fenómenos meteorológicos), asistencia en el mar 24 horas y protección medioambiental. También incorpora servicios diferenciales como asesoramiento náutico personalizado, cobertura frente al robo y opciones para navegación internacional.

En el ámbito tecnológico, Mapfre ha obtenido la certificación del **Aenor** conforme al Esquema Nacional de Seguridad (ENS), un estándar clave para garantizar la protección de sistemas, datos y comunicaciones, especialmente en entornos vinculados a la Administración pública.

El alcance de la certificación incluye desde la gestión de accesos y la protección de infraestructuras físicas hasta el control de identidades y la supervisión de redes y aplicaciones, consolidando a Mapfre como uno de los actores del sector más avanzados en ciberseguridad.



La experiencia de cliente se ha convertido en un factor estratégico de competitividad

La décima edición del congreso 'Insurance Customer Experience' organizado por **Icea** y patrocinado por **Iris Global**, analizó cómo la experiencia de cliente se ha convertido en un factor estratégico de competitividad en seguros.

El evento ha puesto de relieve que atraer y, sobre todo, retener al cliente exige generar valor de forma constante. María Luisa de la Peña, Chief Marketing & Customer Office de Allianz, defendió la experiencia de cliente como “palanca de crecimiento y productividad”. Invitó a reflexionar sobre el impacto emocional del servicio y planteó una cuestión central para el sector: “cómo queremos hacer sentir a nuestros clientes”. En una línea similar, Gerardo Laino, responsable de Experiencia de Cliente del Club Atlético de Madrid, cuestionó los límites tradicionales del sector asegurador al señalar que, en un entorno de transformación constante, también el negocio debe replantearse.

Por su parte, Ángel Cachón, Chief Digital and Marketing Officer de Donte Group, defendió la necesidad de “sorprender” al cliente mediante estrategias multimarca adaptadas a distintos perfiles.

Uno de los bloques centrales del congreso estuvo dedicado a la nueva Ley de Servicios de Atención al Cliente, que ha generado amplio debate en el sector. En una primera mesa redonda, moderada por Ana Queipo (Iris Global), representantes de Santalucía e Iris Global analizaron los retos operativos de la norma, especialmente en lo relativo a los tiempos de respuesta y la combinación entre atención humana y capacidades técnicas.

En una segunda mesa, se coincidió en que la nueva regulación refuerza la protección del consumidor, especialmente del cliente vulnerable, y redefine de forma estructural la experiencia

de servicio en seguros.

La jornada también incluyó la intervención de Esther Leyre Marín, de Ilunion, quien explicó su modelo de experiencia de cliente basado en tres pilares: digitalización, cultura y gobernanza, orientado a un enfoque de “cliente único”.

Más tarde, Yosune Rodríguez (Ballesol) y Natalia Beloso (Iris Global) abordaron la experiencia del usuario en el ámbito de las residencias de mayores, destacando un modelo de atención “cinco estrellas” también para las familias.

El futuro del sector pasa por ir más allá de métricas como el NPS y avanzar hacia una comprensión más profunda, humana y empoderadora del cliente.

En otro orden de cosas, Iris Global ha participado en el Congreso AIBA 2026 en Roma, uno de los principales encuentros del sector de la mediación aseguradora en Italia, organizado por la Associazione Italiana Brokers di Assicurazioni e Riassicurazioni (AIBA).

La compañía, que inició su actividad en el mercado italiano a mediados del año pasado, ha superado ya las 9.000 pólizas de Asistencia en Viaje en sus primeros meses de operación.

En el congreso —centrado en el relevo generacional, la innovación y las nuevas necesidades de protección—, Iris Global ha reafirmado su estrategia de crecimiento en el canal de mediación italiano.

En la Asamblea General de Mutualistas de Pelayo se han aprobado las cuentas y la gestión del ejercicio 2025, año en el que el Grupo cerró con un beneficio neto de 14,3 millones de euros, de los que 6,3 millones corresponden a Pelayo.



Pelayo duplicó su beneficio en 2025, alcanzando los 6,3 millones

Además de las cuentas, se reeligieron por otro periodo estatutario de tres años al presidente Francisco J. Lara, al vocal consejero 2º Alberto Rodríguez de Lama y al vocal consejero 6º Konstantin Sajonia-Coburgo.

Asimismo, la Asamblea General aprobó destinar 400.000 euros del beneficio a la Fundación Pelayo y el resto a reforzar las reservas de la entidad. De este modo, los Fondos Propios de la Mutua alcanzan los 360 millones de euros, situando el superávit del margen de solvencia en 2,3 veces el mínimo exigido.

Estos buenos resultados también se reflejan en la facturación, que a nivel de mutua alcanzó los 434,6 millones de euros, un 6,3% más que en 2024. El ramo de Autos, principal negocio de la entidad, registró una facturación de 352,7 millones de euros, que supone un incremento igualmente de un 6,3%.

Con motivo de la Asamblea se celebró una jornada previa, centrada en los principales retos y objetivos del Plan Estratégico 2025-2027, bajo el lema 'Crecer Construyendo Valor'.

Asase analiza el seguro Marine en zona de guerra

Asase (Asociación de Agencias de Suscripción Española) ha publicado un nuevo episodio de su podcast, en el que aborda el impacto del conflicto en Oriente Medio en el seguro Marine.



Gora Orts, director general de Helix Marine, agencia de suscripción socia de Asase y especializada en riesgos de transportes y marine, ofrece su visión técnica y práctica sobre cómo está reaccionando el mercado asegurador ante un entorno de riesgo creciente.

Se analiza el papel clave del Estrecho de Ormuz como uno de los principales cuellos de botella del comercio mundial, así como las consecuencias que la actual tensión geopolítica está teniendo en el tráfico marítimo, la operativa de los buques y la toma de decisiones por parte de los armadores.

El episodio profundiza en cómo está cambiando la naturaleza del riesgo marítimo, el endurecimiento de las condiciones de suscripción, el aumento de primas y la reducción de capacidad, así como el papel que juega el reaseguro en este tipo de escenarios.



AXA XL pone en valor los seguros cautivos en la **financiación de infraestructuras energéticas**

En un contexto de aceleración de la transición energética, **AXA XL** pone el foco en el papel de las cautivas como herramienta clave para financiar y gestionar riesgos en energías renovables.

El informe *'Future Energy Finance: How Captives are Powering Renewable Growth'*, elaborado junto a Aon y Captive Intelligence, sostiene que estas estructuras están ganando protagonismo porque permiten cubrir la falta de datos históricos y la elevada incertidumbre asociada a tecnologías emergentes. En este escenario, las cautivas ofrecen estabilidad de capital, flexibilidad y una gestión más integrada del riesgo, facilitando el salto de proyectos desde fases piloto a escala comercial.

Desde AXA XL se subraya que el crecimiento previsto de las renovables vendrá acompañado de una mayor complejidad en los proyectos. Aquí, las cautivas actúan como complemento del seguro tradicional, no como sustituto, alineando intereses financieros y aseguradores en estructuras cada vez más sofisticadas.

El informe también refleja que las aseguradoras han pasado de ser vistas como meros proveedores de cobertura a socios estratégicos. Según una encuesta global, el 86% de los líderes energéticos ya las considera asesores clave, un salto significativo

frente al 56% registrado el año anterior.

En paralelo, crece la conciencia sobre los riesgos: fenómenos climáticos extremos, exigencias regulatorias y ciberseguridad figuran entre las principales preocupaciones. De hecho, dos tercios de las compañías prevén que el peso del seguro aumente en los próximos dos años.

Como telón de fondo, persisten desafíos estructurales —especialmente regulatorios y políticos— que siguen frenando el despliegue renovable, mientras el sector asume que el mix energético seguirá siendo híbrido, con presencia de petróleo y gas.

Nuel Consulting ha incorporado a Jorge Antón como director de Organización y Planificación.

Aporta a la consultoría conocimiento técnico y de negocio, y refuerza el área de servicios a aseguradoras y agencias de suscripción.



Jorge Antón, nuevo director de **Organización y Planificación de Nuel Consulting**

Licenciado en ADE y en Ciencias Actuariales y Financieras, cuenta con una sólida trayectoria en puestos directivos dentro del sector. En su etapa más reciente, ha desempeñado durante los últimos seis años el cargo de subdirector general de Fidelidade.



José Enrique Iglesias se une a Markel como director de Marítimo

Markel España ha incorporado a José Enrique Iglesias como Head of Marine for Spain, puesto en el que está desde el 15 de abril. Su llegada responde a la apuesta de la aseguradora por fortalecer su posicionamiento en seguros Marítimos, un segmento altamente técnico y con creciente demanda en el ámbito internacional.

Con formación en el Iese Business School, cuenta con una sólida trayectoria en programas internacionales y riesgos vinculados a cargadores, logística y cascos.

Este movimiento se ha visto acompañado por la presentación oficial de la nueva línea de negocio marítimo en un encuentro celebrado en Barcelona, en colaboración

con el **Colegio de Mediadores de Seguros de Barcelona** y la **Fundación Auditorium**. En la jornada, el equipo de suscripción expuso las claves de esta propuesta especializada y su potencial para el canal mediador.

En paralelo, Markel ha reforzado su estructura operativa con el nombramiento de Jorge Espino como director de Opera-



ciones para el Sur de Europa. Ingeniero industrial con Executive MBA por el Instituto de Empresa, cuenta con más de 25 años de experiencia en el sector financiero.

Su rol estará orientado a reforzar la ejecución, el gobierno corporativo y la alineación entre tecnología y negocio, actuando como nexo entre la estrategia global y la operativa regional.

El refuerzo organizativo se completa con la incorporación de Raquel Vaquerizo como Senior Claims Handler. Licenciada en Derecho, aporta experiencia en la gestión de siniestros complejos de Responsabilidad Civil Profesional, General y Sanitaria. Procedente de compañías como Everest y Berkley, su trayectoria incluye el ejercicio en despachos especializados, donde ha representado tanto a aseguradoras como a asegurados en litigios complejos.

Dos de cada tres pólizas de Multirriesgos se distribuyen por mediadores



El 67% de las primas y el 59,3% de las pólizas de Multirriesgos a diciembre de 2025 se distribuyeron a través de agentes y corredores, según **Icea**.

Dentro de los seguros de No Vida, Multirriesgo ocupa una vez más el cuarto lugar, en esta ocasión con una cuota del 21,4%. Desde el enfoque de distribución, agentes y corredores es, un periodo más, el principal canal de distribución, con casi el 70% del total intermediado seguido por el canal de bancaseguros que es el que tiene un mayor crecimiento.

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.



GANA CLIENTES CON EL MARKETING EMAIL

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

II-Broker convoca a sus directores de oficina a la primera Convención Territorial 2026

II-Broker (Incorporate Insurance Broker) ha celebrado su Convención Territorial de primavera, una cita clave para reforzar la coordinación interna y revisar la estrategia del grupo, con la participación de los responsables de sus 18 oficinas y del equipo central.

A lo largo de la convención, se trabajó en la revisión de objetivos comerciales, el impulso de la actividad en las oficinas territoriales y la evolución de las herramientas tecnológicas que la correduría viene implantando para reforzar su modelo de gestión, eficiencia operativa y capacidad comercial.

El encuentro ha servido para alinear objetivos comerciales, analizar el desempeño de la red territorial y avanzar en la implantación de herramientas tecnológicas orientadas a mejorar la eficiencia operativa y la capacidad comercial. La correduría consolida así un modelo basado en la integración operativa y la homogeneización de procesos, sin renunciar a la flexibilidad necesaria para potenciar el desarrollo de cada oficina.

Con más de 50.000 clientes, II-Broker insiste en un crecimiento sostenido apoyado en la excelencia en el servicio y en una estructura comercial cohesionada. En este contexto, la dirección ha subrayado la importancia de mantener una visión estratégica común y de fortalecer las alianzas con aseguradoras.



Miller Spain nombra a Jochen Wilmes como director de Caución, Crédito y Riesgos

Miller Spain refuerza su apuesta por el negocio de grandes cuentas y riesgos complejos con la incorporación de Jochen Wilmes como director de Caución, Crédito y Riesgos.

Con experiencia en la estructuración de soluciones para entornos complejos, Wilmes llega para impulsar un modelo más técnico y consultivo, en línea con la evolución del sector hacia un asesoramiento más especializado. Desde la dirección, se subraya que la gestión del riesgo se ha convertido en un elemento estratégico para las empresas, elevando la relevancia de estas líneas de negocio.



Cristina Serrano sustituye a Cristina Gutiérrez como nueva directora gerente de Fecor

La Federación de Corredores y Corredurías de Seguros de España (**Fecor**) apuesta por Cristina Serrano como directora gerente, en sustitución de Cristina Gutiérrez, que inicia una nueva etapa dentro del sector asegurador, tras casi ocho años de gestión marcados por el fortalecimiento de la organización.



El relevo llega con un perfil claramente orientado a la estrategia y la modernización del sector. Serrano aporta experiencia en comunicación, desarrollo de redes, planificación estratégica y liderazgo, además de una trayectoria vinculada al crecimiento y la innovación. Su formación en Ciencias del Trabajo, junto con especialización en marketing y nuevas tecnologías, refuerza ese enfoque.

Desde la presidencia, Alberto Ocaranza subraya que su conocimiento del sector, cercanía al corredor y visión estratégica serán claves para afrontar un entorno cada vez más exigente.

Serrano asume el cargo con un doble objetivo: consolidar la actual base de Fecor y avanzar hacia metas más ambiciosas,

apostando por la colaboración y el refuerzo del valor para asociaciones y corredores.

Fecor apuesta por un mayor foco en cohesión interna, innovación y adaptación a los cambios del mercado asegurador.

Su antecesora, Cristina Gutiérrez, cierra su etapa como directora gerente de Fecor tras casi ocho años marcados por la consolidación institucional y la modernización de la federación, para asumir un nuevo proyecto dentro del sector asegurador.

Durante su mandato, Fecor ha reforzado su papel como interlocutor clave ante el ámbito político y como entidad representativa de la mediación, al tiempo que ha registrado un crecimiento sostenido en asociaciones miembro y compañías del Grupo de Apoyo. Esta evolución ha ido

acompañada de avances en profesionalización, digitalización y posicionamiento de marca.

Entre los hitos más relevantes de su gestión destacan el impulso de Corredor-Tech como palanca de innovación, la integración en la Red del Pacto Mundial en 2022 —siendo pionera entre las organizaciones de mediación— y el lanzamiento de iniciativas vinculadas a sostenibilidad como los premios CorredorGreen. Asimismo, proyectos como el Fecorathon han contribuido a acercar el sector al talento joven y a fomentar el relevo generacional.

Gutiérrez deja una organización más cohesionada, con mayor visibilidad y capacidad de influencia, representando a más de 800 corredurías en toda España.

Aprocose analizará la independencia del corredor en su XXII '¿Quieres Saber?'

Aprocose celebrará el 14 de mayo en Valencia la XXII edición de su foro '¿Quieres Saber?', poniendo el foco en una de las principales preocupaciones del sector: la pérdida de independencia del corredor frente a la creciente concentración del mercado asegurador.



La asociación advierte de que la mayor presencia de grandes grupos e integradores está impulsando una homogeneización de la oferta que puede erosionar el valor diferencial de la mediación profesional.

El encuentro plantea abrir un debate sobre estos nuevos equilibrios, con el objetivo de analizar el impacto de esta tendencia desde distintas perspectivas y fomentar una reflexión plural.



ERSM Grupo refuerza su apuesta por el asesoramiento con la incorporación de la plataforma **JubilaMe**, una solución tecnológica que permite ofrecer servicios de planificación de la jubilación y coberturas personales bajo marca blanca.

ERSM Grupo se alía con JubilaMe para reforzar la planificación de la jubilación de sus clientes

La herramienta facilita el análisis de la situación financiera del cliente, proyectar escenarios de jubilación y diseñar estrategias de ahorro a medida, impulsando así la evolución del corredor hacia un perfil más cercano al asesor financiero integral.

Desde la correduría, destacan que este movimiento responde a un doble objetivo: mejorar la personalización del servicio y reforzar la fidelización de clientes mediante una propuesta más completa.

En otro orden de cosas, ERSM Grupo ha entrado en el capital de la correduría **Manuel Mora**, de la que adquiere un 40% con opción de ampliación futura, en una operación ya autorizada por la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones.

La alianza refuerza el posicionamiento de ambas entidades, combinando la capacidad estructural y tecnológica de ERSM con la implantación local y la cartera consolidada de Manuel Mora, una correduría con más de 30 años de trayectoria, 3.000 clientes y un volumen de primas de cinco millones de euros, con fuerte peso en el ramo de Vida.



Adecose entrega los Premios Estrella a las aseguradoras mejor valoradas

Adecose ha hecho entrega de los Premios Estrella 2025, basados en los resultados de su Barómetro 2025 sobre la calidad de servicio de las aseguradoras.



Estos galardones reconocen a las compañías mejor valoradas por las corredurías en términos de satisfacción global y por ramos. Se estructuran en tres categorías: Bronce (mejor por ramo), Plata (nota superior a 7 en satisfacción) y Oro (nivel de excelencia y compromiso sectorial).

En esta edición, destacan entidades como Allianz (Premio Estrella de Bronce en Flotas y Transportes), Arag (Premio Estrella de Plata y Premio Estrella de Bronce en Defensa Jurídica y en Pérdidas Pecuniarias), Asefa (Premio Estrella de Oro y Premio Estrella de Bronce en Ramos Técnicos y en Seguro de Caucción), Berkley (Premio Estrella de Oro), Cesce (Premio Estrella de Bronce en Riesgo Político), Cigna Healthcare (Premio Estrella de Plata y Premio Estrella de Bronce en Salud Colectivo); Ergo Seguros de Viajes (Premio Estrella de Plata), Fiatc (Premio Estrella de Bronce en Daños Patrimoniales), Hiscox (Premio Estrella de Oro y Premio Estrella de Bronce en Ciberriesgo, D&O y en Responsabilidad Ci-

vil), Iris Global (Premio Estrella de Plata y Premio Estrella de Bronce en Asistencia en Viaje), Markel (Premio Estrella de Plata), Reale (Premio Estrella de Oro y Premios Estrella de Bronce en Autos, Daños Patrimoniales Particulares y Daños Patrimoniales Empresas), Solunion (Premio Estrella de Bronce en Crédito), Surne (Premio Estrella de Oro y Premios Estrella de Bronce en Accidentes individual, Accidentes colectivo, Vida ahorro colectivo, Vida ahorro individual, Riesgo colectivo y Riesgo individual) y Zurich (Premio Estrella de Oro), que han sido reconocidas por su calidad de servicio en distintas líneas de negocio, con especial protagonismo de aquellas que alcanzan la categoría Oro por su alto nivel de valoración y vinculación con iniciativas sectoriales.

Más allá de la entrega de premios, el encuentro ha servido también para abordar la gestión interna de la asociación, con la aprobación de cuentas de 2025, el presupuesto de 2026 y la presentación de la memoria anual.

El arranque de la campaña de fruta de hueso vuelve a tensionar la logística agroalimentaria y pone el foco en la necesidad de adaptar las coberturas aseguradoras al incremento de actividad. En este contexto, **Jhasa** recomienda revisar los seguros de Transporte de mercancías perecederas para ajustarlos a la estacionalidad, la sensibilidad del producto y la mayor complejidad operativa.

Jhasa propone revisar los seguros de Transporte ante la campaña de la fruta de hueso



Pese a que muchas compañías operan con pólizas anuales, el inicio de campaña exige recalibrar coberturas, especialmente en aspectos como límites, condiciones de transporte, conservación y responsabilidades, para evitar desajustes en los picos de actividad.

El ejercicio 2026 incorpora mejoras en el seguro agrario de frutales y una reducción del coste efectivo en algunas regiones gracias al aumento de subvenciones, y eso refuerza el atractivo de estas coberturas.

Apromes lanza su primer Informe de Sostenibilidad

Apromes, coincidiendo con su 25º aniversario, está articulando una estrategia centrada en sostenibilidad, formación, *compliance* y desarrollo del talento.

El hito más relevante es la publicación de su Informe de Sostenibilidad 2025, con el que se sitúa a la vanguardia del sector al adoptar de forma voluntaria el estándar europeo VSME para pymes. El documento refleja avances significativos en digitalización —con una reducción del 75% del uso de papel—, un fuerte compromiso social con elevada presencia femenina y una gobernanza sólida sin incidencias en materia de cumplimiento.

En paralelo, la asociación refuerza su papel de apoyo al mediador con iniciativas prácticas,

como formación especializada en previsión social complementaria, orientada a ayudar a las corredurías a cumplir con las exigencias del convenio colectivo y minimizar riesgos laborales y financieros.

Apromes también impulsa su red de servicios mediante acuerdos estratégicos: con el bufete Vegas Nieto para fortalecer el *compliance* (penal, distribución y protección de datos) y con

Michael Page para facilitar el acceso a talento cualificado, un factor clave en un entorno de creciente especialización y transformación del sector.

Además, la asociación continúa ampliando su proyección institucional y académica, con reconocimientos como el nombramiento de Sergio Navas, rector de la Universidad Fundepos de Costa Rica, como asociado de honor.





El aumento de las multas sobre ciberseguridad aumenta la exposición financiera y regulatoria de las empresas

Aon pone el foco en uno de los grandes retos actuales del riesgo empresarial: la creciente exposición a sanciones por ciberseguridad y su limitada cobertura aseguradora. Así lo recoge en su informe 'Asegurabilidad de las multas cibernéticas', elaborado junto a A&O Shearman, que advierte de un endurecimiento regulatorio especialmente intenso en la región Emea.

La principal conclusión es que las multas cibernéticas aumentan, pero su asegurabilidad sigue siendo incierta y muy dependiente de cada jurisdicción. En muchos casos, las pólizas solo cubren estas sanciones si la legislación lo permite, lo que deja a las empresas expuestas a asumir directamente estos costes, incluso contando con seguros de Ciberriesgos.

En paralelo, sí existe una cobertura más sólida para los costes asociados a los incidentes —como defensa jurídica, gestión de crisis, interrupción del negocio o recuperación—, lo que evidencia una brecha creciente entre el riesgo regulatorio y la protección aseguradora efectiva.

El informe subraya además el fuerte incremento de la presión normativa, con marcos como el RGPD, NIS2, DORA o la futura regulación de inteligencia artificial de la UE, que amplían el alcance de las obligaciones y elevan significativamente las sanciones, pudiendo alcanzar hasta el



7% de la facturación global en algunos casos.

A ello se suma un cambio en la actuación de los supervisores, que adoptan un enfoque más técnico y exigente, evaluando no solo el cumplimiento formal, sino también la capacidad real de las organizaciones para prevenir y gestionar incidentes. Las consecuencias no se limitan a multas económicas, sanciones como suspensiones de actividad o prohibiciones de gestión pueden tener un impacto incluso mayor y, además, no son asegurables.

En este contexto, el mensaje para las empresas —y especialmente para sus órganos de dirección— es contundente: el riesgo cibernético ya no es solo tecnológico, sino también regulatorio y reputacional. La gestión pasa por reforzar la gobernanza, mejorar los controles, anticipar escenarios y revisar las coberturas, en un entorno donde el seguro, por sí solo, no cubre todos los frentes.



El Colegio de Zaragoza impulsa el talento femenino

El Colegio de Mediadores de Seguros de Zaragoza ha celebrado la jornada 'Next level. Cuando la igualdad ya es un hecho', centrada en analizar el grado de madurez de la igualdad en el sector asegurador y los retos pendientes para consolidarla como un elemento estructural y no solo aspiracional.



Las principales directivas del sector coinciden en un mensaje clave: la igualdad ha dejado de ser únicamente una cuestión ética para convertirse en un factor estratégico de competitividad. La diversidad se percibe ya como una palanca de innovación, productividad y rentabilidad, especialmente en entornos de distribución y transformación tecnológica.

El debate ha puesto el foco en la necesidad de eliminar sesgos estructurales y reforzar medidas de seguimiento como indicadores y KPIs, más allá de las cuotas. También se ha subrayado la importancia de la conciliación y la corresponsabilidad como condiciones básicas para el desarrollo profesional en igualdad de condiciones.

A nivel sectorial, se ha señalado que la presencia femenina es ya mayoritaria en plantillas, pero persiste un desajuste en posiciones de liderazgo y en determinados ámbitos como la mediación, donde en Zaragoza solo el 30% de colegiadas son mujeres.

En síntesis, el sector asegurador se sitúa en una fase de "madurez en igualdad", donde el reto ya no es solo avanzar, sino consolidar los logros y convertir la igualdad en un estándar natural dentro de las organizaciones.



La prima de Auto descendió un 3,5% en marzo

Check24 constata un cambio de tendencia en el seguro de Autos en España: las primas comienzan a moderarse tras meses de tensión en precios. En marzo de 2026, la prima media se situó en 395 euros, un 3,5% menos que un año antes, lo que supone un ahorro medio de 14 euros para el conductor.

El dato tiene relevancia adicional porque encadena seis meses consecutivos por debajo de la barrera de los 400 euros, lo que apunta a una fase de estabilización —o incluso ligera corrección— tras las subidas previas del mercado.



Garantía Global Canarias propone **soluciones aseguradoras para el sector rent a car**

Garantía Global Canarias refuerza su posicionamiento en el negocio de la movilidad con su participación en el IV Congreso del Rent a Car organizado por Apeca.

La correduría aprovechó el foro para presentar una propuesta específica para el canal rent a car, basada en seguros affinity

y garantías mecánicas. El modelo busca ampliar la oferta de valor de las empresas de alquiler, especialmente en dos frentes: la comercialización de coberturas complementarias durante el alquiler y la protección de vehículos cuando salen de flota hacia el mercado de ocasión.

Más allá del producto, la propuesta incorpora soporte técnico en la gestión de siniestros e incidencias, con el objetivo de



reducir la carga operativa de los operadores y mejorar la experiencia posventa, un aspecto cada vez más relevante en la fidelización del cliente.

El director de la DGSFP estará presente en el Congreso de Mediadores 2026

José Antonio Fernández de Pinto, director general de la **DGSFP**, participará como ponente destacado en el Congreso de Mediadores 2026, que se celebrará los días 5 y 6 de octubre en Santander.



El director general de Seguros abrirá el encuentro con una intervención centrada en la visión supervisora sobre el mercado, donde se esperan claves regulatorias y tendencias que marcarán el futuro de la mediación. Su perfil técnico —con experiencia en inspección, auditoría y organismos internacionales— refuerza el peso institucional de su participación.

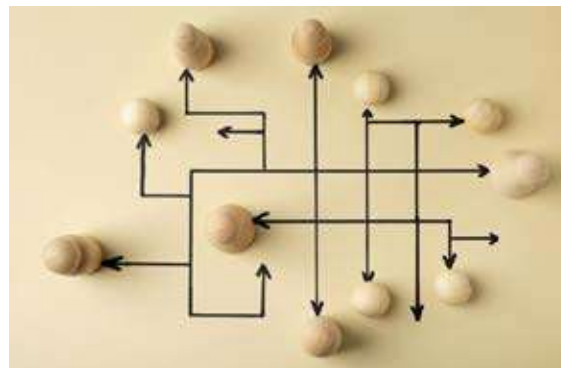
El congreso, bajo el lema ‘Volviendo a los principios’, reunirá a líderes del sector asegurador para analizar los principales retos de la distribución. Entre ellos, destacan el impacto de la inteligencia artificial (IA), el encarecimiento de primas por fenómenos climáticos, la sucesión en corredurías y la creciente presión competitiva en ramos como Salud.

Además, el foro pondrá el foco en cuestiones sensibles como la relación entre banca y seguros o la banalización de productos mediante estrategias comerciales agresivas, en un contexto económico marcado por la incertidumbre geopolítica.

Senda Brokers establece una nueva estructura directiva orientada al crecimiento y la especialización

Senda Vivir Seguros ha iniciado una nueva etapa marcada por la consolidación de un modelo organizativo más estructurado, profesional y orientado al crecimiento sostenible de su red de corredurías asociadas.

El eje del cambio es la implantación de una estructura organizativa más definida, basada en áreas funcionales y comités especializados. Este nuevo modelo busca mejorar la toma de decisiones, clarificar responsabilidades y facilitar el desarrollo de proyectos estratégicos.



Lejos de suponer una ruptura, la iniciativa responde a una evolución natural del grupo, alineada con su crecimiento y con las nuevas demandas del sector, donde la especialización, la agilidad y la capacidad de generar negocio son factores diferenciales.



FP Dual y la lucha contra la mala praxis bancaria centran la asamblea general de Agacose

La Asociación Gallega de Corredores y Corredurías de Seguros (**Agacose**) ha celebrado su asamblea general en la que se trató del presente y futuro de la profesión.

El encuentro sirvió para validar el balance anual y definir la hoja de ruta estratégica, con especial foco en los desafíos del mercado y en la defensa del corredor como figura independiente. Bajo el liderazgo de Pablo Lariño, la asociación puso el acento en la necesidad de fortalecer el colectivo y mejorar su posicionamiento en un entorno cada vez más competitivo.

Uno de los ejes destacados fue la apuesta por la FP Dual en seguros como vía para atraer talento joven. En el plano reivindicativo, cobró protagonismo la intervención de Miguel Orellana, centrada en la Iniciativa Legislativa Popular que busca limitar las prácticas bancarias en la comercialización de seguros vinculados a hipotecas. El objetivo es garantizar la libertad de elección del cliente y proteger al mediador frente a la presión de la banca.

La jornada concluyó con un mensaje de unidad y profesionalización del sector, reforzando la importancia de la formación continua, la ética y la colaboración como pilares para el futuro de la mediación.



Juan Carlos Sánchez-Valencia liderará el área de Flotas y Motor de Sabseg



Sabseg centra su objetivo en España en crecer con adquisiciones, especialización y músculo directivo. Así, el grupo refuerza una de sus áreas clave, Flotas y Motor, con la incorporación de Juan Carlos Sánchez-Valencia como nuevo director nacional.

Procedente de una correduría ya integrada en la compañía y con más de tres décadas de experiencia, su misión será impulsar el negocio de flotas corporativas y mejorar la gestión del riesgo, una línea que Sabseg considera estratégica para su expansión.

En paralelo, la compañía avanza en su crecimiento inorgánico con la integración de **Baigorri**, especializada en riesgos empresariales e industriales. Esta operación refuerza su presencia en Aragón y consolida su posicionamiento en segmentos como Crédito, logística, industria y energías renovables.

A nivel organizativo, Sabseg también fortalece su cúpula con el nombramiento de Felipe Cobián como director general de Negocio y Red. Desde este puesto, liderará la actividad comercial y la red de más de 60 oficinas, con el objetivo de acelerar tanto el crecimiento orgánico como nuevas adquisiciones.

Todo ello se enmarca en el plan estratégico 2030 de la compañía, respaldado por una relevante inyección de capital y con una meta ambiciosa: alcanzar los 2.000 millones de euros en primas intermediadas.

El 48% de las empresas prevé ampliar el uso de la IA en sus programas de salud

El último informe 'Global Employee Health de Howden 2026', de **Howden**, refleja cómo la inteligencia artificial (IA) empieza a consolidarse como una herramienta relevante también en el ámbito de la salud laboral y los beneficios para empleados, con un impacto directo en la gestión del bienestar corporativo.



El estudio señala que el 68% de los empleados confiaría en la IA para su atención médica y que casi la mitad de las empresas prevé ampliar su uso en programas de salud. En España, además, se detecta que el 54% de los trabajadores ha renunciado a atención médica por motivos económicos.

En este contexto, la salud se consolida como un elemento estratégico en la relación empresa-empleado. El seguro médico influye tanto en la retención de talento como en la captación, mientras que las compañías lo consideran clave para productividad y fidelización. El informe apunta a la IA como palanca para mejorar prevención, diagnóstico temprano y atención remota, configurando un modelo más personalizado y eficiente en la gestión sanitaria dentro de las organizaciones.

En paralelo, Howden Iberia ha sido reconocida por su compromiso con el talento femenino, con el premio 'Best Women Talent Company 2026'.

CenterBrok culmina la comunicación del responsable del Sistema Interno de Información

El Grupo CenterBrok ha completado la comunicación del responsable de su Sistema Interno de Información –clave en los canales de denuncias– ante la Autoridad Independiente de Protección del Informante, cumpliendo así con la normativa vigente.

Este paso afecta directamente a los corredores asociados que utilizan el servicio de Canal de Denuncias, una herramienta cada vez más relevante tras el refuerzo legal en materia de protección del informante. El proceso ha sido liderado por el departamento jurídico del grupo, lo que refuerza el papel estratégico del cumplimiento normativo dentro de las corredurías.



RibéSalat sitúa dos grandes ejes estratégicos en la agenda empresarial: la gestión del talento directivo y el creciente

impacto del ciberriesgo, tras un encuentro celebrado junto a Asociación para el Progreso de la Dirección (APD) en Madrid.

RibéSalat y APD analizan los retos del relevo generacional en la alta dirección

Por un lado, la firma pone el foco en el relevo generacional en la alta dirección. Directivos como Alberto Díez de Celis y Rafael Barrilero subrayan la necesidad de anticipar la transición del talento senior para evitar ineficiencias, preservar el conocimiento crítico y garantizar la continuidad del negocio. La sucesión no debe ser reactiva, sino planificada, integrando herramientas financieras, legales y organizativas, y aprovechando al talento sénior como activo estratégico.

En paralelo, la compañía alerta del avance del ciberriesgo como uno de los principales desafíos para las empresas. Entre las tendencias más relevantes, destaca el peso creciente del factor humano: hasta el 77% de los incidentes tiene origen interno, ya sea por errores o malas prácticas. A ello se suma la evolución de los ataques, que van más allá del *phishing* tradicional y explotan vulnerabilidades en sistemas y entornos *cloud*.

RibéSalat también advierte de un riesgo cada vez más interconectado, donde un ciberataque puede generar no solo pérdidas de datos, sino impactos operativos en sectores críticos como energía, transporte o sanidad, amplificados además por la dependencia de proveedores tecnológicos.

En este contexto, la regulación —con iniciativas como la Directiva NIS2— eleva el nivel de exigencia y traslada la ciberseguridad al ámbito de la gobernanza empresarial, implicando directamente a la alta dirección.



ACS-CV enseña a los corredores a **lograr reclamaciones útiles**

La Asociación de Corredores de Seguros de la Comunidad Valenciana (**ACS CV**) refuerza su apuesta por la profesionalización del canal con nuevas iniciativas en formación y crecimiento selectivo de su base asociativa. En el ámbito formativo, la asociación ha celebrado una segunda edición del curso 'Cómo lograr reclamaciones útiles'.



La jornada, con la participación de Juan Bataller, se centró en la redacción eficaz de reclamaciones ante instancias como el Servicio de Atención al Cliente, el Defensor del Cliente y la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones, combinando marco normativo con casos prácticos y herramientas de inteligencia artificial.

Desde la asociación, Raúl Alberola destacó que las reclamaciones son una herramienta clave para la defensa del asegurado y para elevar la calidad del servicio en la mediación.

En paralelo, ACS CV avanza en su estrategia de consolidación con la incorporación de nuevas corredurías. Según Aurelio Gil, director mercantil de la asociación, la prioridad no es aumentar volumen, sino integrar firmas jóvenes, de tamaño medio y con potencial, reforzando así la estabilidad y credibilidad del colectivo. En este sentido, ha incorporado recientemente a la correduría **Assegurances Carlet** y a **Segurgest 2000** de Castellón.

Suevia estrena **web corporativa**

Suevia Auditores y Asesores de Riesgos y Seguros ha presentado su nuevo sitio web que refuerza su identidad digital y refleja su compromiso con una comunicación más cercana, clara y adaptada a las necesidades actuales de clientes y empresas.



Con un diseño completamente renovado, la nueva web destaca por su estructura intuitiva, una navegación más fluida y una presentación visual que facilita el acceso a información esencial sobre servicios, equipo, oficinas y responsabilidad social corporativa. El objetivo es ofrecer una experiencia digital que permita a cualquier usuario encontrar respuestas rápidas y fiables sobre sus seguros particulares o empresariales.

El sitio incorpora también un blog de actualidad, donde Suevia compartirá novedades del sector asegurador, cambios legislativos, análisis de riesgos y noticias corporativas.

El Colegio de Mediadores de Seguros de Córdoba, Huelva y Sevilla (**Colmedse**) ha celebrado, en formato online, su IV Foro de Salud, coincidiendo con el Día Mundial de la Salud.

Colmedse celebra su IV Foro de Salud

El foro ha servido como espacio de análisis y reflexión sobre la evolución del ramo de Salud, uno de los segmentos con mayor dinamismo dentro del mercado asegurador, así como sobre los nuevos retos comerciales, asistenciales y de servicio que marcan la actualidad del sector.

Entre otras cosas, se expusieron las claves de captación y comercialización en el segmento de expatriados y de estudiantes internacionales, un nicho con creciente interés para la mediación.



Arrenta Sabseg recomienda solicitar el seguro de Hogar para inquilinos en los contratos de arrendamiento

Según datos de **Arrenta Sabseg**, los seguros de Hogar para arrendatarios están creciendo, aunque siguen siendo claramente minoritarios: menos del 20% de los inquilinos los contrata.

El principal problema es el desconocimiento. Muchos arrendatarios creen erróneamente que los daños que provocan — desde una fuga de agua hasta un incendio doméstico— quedan cubiertos por el seguro del propietario. La realidad es que la aseguradora del dueño puede asumir inicialmente el coste, pero después lo reclama

al inquilino responsable. Esta exposición es aún más evidente en los daños a terceros —por ejemplo, inundaciones a vecinos o desperfectos en zonas comunes—, donde la responsabilidad recae en el inquilino y no suele estar cubierta ni por el seguro del propietario ni por el de la comunidad.

En paralelo, el sector del alquiler muestra una alta siniestralidad cotidiana: cerca

del 40% de las viviendas registran incidentes cada año, principalmente relacionados con agua (hasta el 40%), rotura de cristales (más del 20%), fallos eléctricos, pequeños incendios, robos o problemas con cerraduras. Situaciones frecuentes, pero con potencial impacto económico relevante.

Desde el sector se insiste en que estas pólizas, con un coste aproximado de 99 euros anuales, actúan como una herramienta de protección financiera y también de estabilidad contractual. De hecho, más de la mitad de los propietarios reconoce haber tenido conflictos con inquilinos, lo que refuerza la recomendación de incorporar este seguro en los contratos de alquiler.





Especialización y crecimiento, ejes de la jornada anual de RibéSalat



RibéSalat refuerza su estrategia en torno a la especialización y el crecimiento. Así lo ha puesto de manifiesto en su jornada anual, donde ha subrayado el peso de sus áreas técnicas (como Crédito, Caución, Deportes, *People&Talent*, *Transactional and Contingent Solutions* o *Logística*, entre otras) como motor de su desarrollo, junto a un enfoque transversal que integra IT, Administración, Recursos Humanos, Marketing o Siniestros.

La correduría consolida un modelo híbrido de expansión que combina crecimiento orgánico, adquisiciones —como las recientes incorporaciones de **Cecinco** en Madrid y **Solana y Mengod** en Valencia— y alianzas internacionales, en línea con la creciente demanda de soluciones especializadas por parte del cliente corporativo.

En paralelo, sigue profundizando en su posicionamiento en nichos concretos, como el deportivo. En este ámbito, ha cerrado un acuerdo con la International Padel Players Association para ofrecer cobertura de asistencia en viaje a jugadoras profesionales

Esta iniciativa refleja una tendencia clara en el mercado: el diseño de soluciones aseguradoras cada vez más específicas, adaptadas a colectivos con necesidades concretas, en este caso vinculadas

PIB Group Iberia gestionó 500 millones en 2025

El año pasado, **PIB Group Iberia** ha alcanzado los 500 millones de euros en primas gestionadas, con España como principal motor (400 millones) y Portugal ganando protagonismo en su estrategia de expansión.



El crecimiento del bróker se apoya en un modelo mixto, que combina desarrollo orgánico con una intensa actividad de adquisiciones. Desde 2022, ha cerrado 35 operaciones corporativas, consolidando un proceso de concentración del sector basado en la integración de corredurías especializadas.

En términos estratégicos, el grupo entra ahora en una fase diferenciada en cada mercado: mientras en España prioriza la consolidación operativa, la eficiencia y la integración tras años de compras, en Portugal acelera el crecimiento inorgánico, identificado como mercado clave. De hecho, las recientes adquisiciones de **AQS Consultores de Seguros** y **Seguraz – Mediação de Seguros** refuerzan su presencia territorial y capacidades en segmentos empresariales.

El modelo de PIB Group Iberia pivota sobre tres ejes: escala, especialización y proximidad. A ello se suma una apuesta por la tecnología y el refuerzo de equipos comerciales y de consultoría, con foco en áreas como Crédito, reaseguro, *employee benefits* o riesgos especializados.

El Colegio de Madrid provee a sus socios de un nuevo servicio gratuito de asesoría tecnológica

El **Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid** está acelerando su estrategia de modernización con un conjunto de iniciativas que combinan tecnología, formación y posicionamiento institucional. El eje principal es el acuerdo con **Damantia Technologies**, que se convierte en proveedor tecnológico de referencia del Colegio.

A través de esta alianza, los mediadores colegiados dispondrán de un servicio gratuito de asesoramiento en transformación digital, estructurado en tres niveles: desde soporte básico y ofimático hasta consultoría avanzada para proyectos complejos, pasando por orientación en sistemas ERP e integraciones tecnológicas.

Este servicio se complementa con un ciclo permanente de webinars tecnológicos, diseñado para acercar soluciones Insurtech a la mediación. Entre los contenidos destacan la automatización de procesos, la venta digital mediante herramientas como cotizadores por mensajería instantánea y el uso de inteligencia artificial para la atención al cliente, con sesiones mensuales impartidas por empresas del ecosistema tecnológico asegurador.

En paralelo, el Colegio refuerza su papel como actor institucional del sector. Ha participado en el foro 'Horizonte Seguro', donde defendió el rol del mediador como figura clave para transformar la incertidumbre en protección, en un momento marcado por riesgos crecientes y cambios en el mercado de Hogar, Salud y Vida.

Además, prepara la décima edición de 'Madrid Seguro', que contará con el respaldo institucional de la Casa Real, con la presidencia de Felipe VI.



Coseba reúne a sus directivas en una nueva jornada de 'Singular Woman'

Coseba 1986 refuerza su apuesta por el talento femenino en el sector asegurador con la celebración de la cuarta edición de las Jornadas 'Singular Woman', una iniciativa para mujeres directivas de la mediación.

Más allá del componente institucional, la jornada ha tenido un enfoque práctico, con talleres centrados en habilidades clave como liderazgo, comunicación y confianza, orientados a mejorar la proyección profesional de las participantes en un contexto de cambio constante en el sector.

En este sentido, Coseba consolida la línea estratégica de fomentar la diversidad y el desarrollo del talento como elementos diferenciales, vinculando el avance del liderazgo femenino no solo a una cuestión de igualdad, sino también a la mejora de la competitividad y la solidez empresarial.



MDS refuerza su estrategia de crecimiento

El **Grupo MDS** refuerza su estrategia de crecimiento en España con un doble movimiento en el segmento de riesgos especializados y financieros: la expansión de su alianza con **HWF**, en el negocio de M&A y la integración de **AseRiesgo Correduría de Seguros**.

En el ámbito de riesgos transaccionales, MDS impulsa junto a HWF —ambas pertenecientes al Ardonagh Group— la creación de un hub en Madrid para asesorar operaciones de fusiones y adquisiciones. HWF, con una amplia trayectoria internacional en este segmento, se establece en España con equipo propio para acercar su especialización al mercado ibérico, re-

forzando la capacidad conjunta de ambas firmas para acompañar operaciones corporativas complejas.

Paralelamente, MDS incorpora AseRiesgo, correduría madrileña altamente especializada en Responsabilidad Civil y riesgos profesionales, con una cartera relevante de grandes empresas de ingeniería y sector público. Esta operación refuerza la



apuesta del grupo por integrar firmas técnicas que aporten valor añadido en líneas especializadas.

En conjunto, ambas iniciativas consolidan la estrategia de MDS de construir una plataforma en España basada en especialización, sinergias internacionales y crecimiento inorgánico, con foco en riesgos complejos y clientes corporativos.



El Colegio de Lleida se centra en la digitalización y el relevo generacional

El **Colegio de Mediadores de Seguros de Lleida** ha presentado su hoja de ruta para modernizar el sector y preparar a los profesionales ante los nuevos retos del mercado.

El plan se divide en cuatro pilares: Normativa y Técnica (cumplimiento legal (RD 287/2021), actualización legislativa y seminarios especializados por ramos Vida, Salud, RC y Pymes); Digitalización (impulso de las insurtech y mejora de las habilidades de liderazgo para ganar competitividad); Equipos de apoyo (profesionalización del personal administrativo y comercial para optimizar la atención al cliente y la operativa diaria); y Talento y futuro (fomento del relevo generacional mediante la FP Dual, becas y la planificación de la sucesión empresarial).



SCV Mediadores celebra su **II Encuentro de Corredurías**

SCV Mediadores de Seguros ha organizado la segunda reunión de su grupo estratégico de corredurías, consolidando una iniciativa orientada a transformar el modelo de negocio de la mediación hacia estructuras más digitales, eficientes y blindadas ante los cambios del mercado.

La jornada se centró en la resolución de retos prácticos e inmediatos. Se trabajó la implantación real de la Inteligencia Artificial (IA) dentro de los procesos diarios de los despachos. Lejos de limitarse a herramientas de redacción, el foco se puso en la eficiencia administrativa profunda: la conciliación automática de datos, el análisis técnico de riesgos y la mejora del asesoramiento proactivo al cliente.



Sergio Benito, **nuevo director general de Cojebro**



Cojebro inicia una nueva etapa estratégica marcada por el refuerzo de su estructura directiva y la definición de un plan de crecimiento a medio plazo. El nombramiento de Sergio Benito, como director general —con amplia experiencia en mediación y desarrollo de negocio—, responde a la necesidad de profesionalizar aún más la organización y adaptarla a un entorno cada vez más competitivo.

El relevo se complementa con la reordenación de funciones de Pelayo Viña, que asumirá la dirección de SegurLike Network —pieza clave en el modelo de negocio del grupo— y continuará vinculado a la operativa de Cojebro, garantizando continuidad en la gestión.

Este movimiento se enmarca en una hoja de ruta más amplia, aprobada por unanimidad en la última asamblea, que pone el foco

en: el nuevo impulso estratégico orientado al crecimiento sostenible del negocio y al fortalecimiento del posicionamiento de SegurLike en el mercado asegurador; la implicación directa y personal de todos los miembros de la Junta en la coordinación, seguimiento y ejecución de los acuerdos y objetivos establecidos; el reforzamiento del staff, con el objetivo de incrementar el volumen de negocio y optimizar el seguimiento y calidad de los servicios prestados a socios y partners; la segmentación del panel de aseguradoras, para estructurar de forma más eficiente y equilibrada las relaciones estratégicas y maximizar el retorno mutuo; la propuesta de modificación de los Estatutos y Código Deontológico, orientada a dotar a la organización de una mayor eficiencia operativa, reforzar el seguimiento del cumplimiento de los deberes y obligaciones de los socios y fortalecer y garantizar la imagen y reputación de la organización; y la implantación de un nuevo modelo de convenciones, con la participación de ponentes de primer nivel y un enfoque específico en el impulso del networking entre socios y aseguradoras.



El CCC crece un 12,59% en primas emitidas en No Vida al inicio de 2026

El Club Català de Corredors d'Assegurances (CCC) ha celebrado su Asamblea mensual. Durante la primera parte de ella, se abordaron los puntos habituales de seguimiento del negocio, destacando el buen inicio de 2026, con un crecimiento del 12,59% en primas emitidas en el negocio de No Vida.

Asimismo, se fijaron los presupuestos de negocio para el ejercicio 2026, se revisaron las principales novedades de productos y se analizaron las operativas más relevantes para las corredurías del Club.

La segunda parte de la sesión estuvo centrada en la presentación realizada por Zurich, en la que se expusieron las conclusiones del grupo de trabajo conjunto creado entre ambas organizaciones. Durante la presentación se detallaron las mejoras ya implementadas en distintos ramos clave como Autos, Particulares, Pymes y Vida.



Intermundial lanza la nueva edición de su catálogo para corredores Pack Plus 2026

Intermundial ha publicado la edición 2026 de 'Pack Plus' para corredores, con la que refuerza su propuesta de valor para el canal y da un paso más en la evolución del seguro de Viaje hacia un modelo más completo, flexible y adaptado a las necesidades reales del viajero.

La nueva edición incorpora mejoras en distintas modalidades del catálogo, con avances en coberturas, límites y servicios que buscan ofrecer a los corredores una propuesta más competitiva y diferencial, y a sus clientes, una protección más amplia antes, durante y después del viaje.

Pack Plus 2026 incorpora mejoras que refuerzan la propuesta global para el canal corredor. Entre ellas destaca la ampliación de 4 a 26 causas de interrupción del viaje, presente en productos como 'Travel VIP', 'Travel Premium', 'Travel Study Plus' y 'Anulación Plus'. A ello se suma la ampliación de las garantías de anulación hasta 46 causas en productos como 'Travel VIP', 'Travel Premium', 'Travel Cruise' y 'Anulación Plus', incluyendo nuevas situaciones como la violencia de género y el acoso escolar (*bullying*).

Asimismo, se amplía del grado de parentesco hasta el tercer grado, también por vínculo político, que se incorpora en 'Travel VIP', 'Travel Premium', 'Travel Cruise', 'Anulación Plus' y también en el nuevo 'Travel Group Premium'.

Entre las principales novedades destaca el lanzamiento de 'Travel Group Premium', para viajar en grupo por España, Europa continental e islas. Incorpora coberturas de asistencia médica y sanitaria de hasta 500.000 euros, hasta 34 causas de anulación, avión medicalizado en todo el mundo, más de 30 actividades cubiertas y parentesco hasta el tercer grado, también por vínculo político.





Solo el 2,5% de los patinetes eléctricos circula de forma legal tras la nueva normativa

La nueva regulación de los Vehículos de Movilidad Personal en España apenas está teniendo impacto real en el mercado, dejando al descubierto un importante problema de aseguramiento y responsabilidad civil. Según datos de [Terránea](#), solo unos 125.000 patinetes eléctricos se han regularizado tras la entrada en vigor de la normativa, frente a un parque estimado de unos 5 millones.

Cerca del 97,5% de los usuarios circula fuera de la legalidad, sin matrícula ni seguro obligatorio, lo que supone un riesgo financiero significativo. En caso de accidente, especialmente con daños a terceros, el usuario responde directamente con su patrimonio, al no contar con cobertura aseguradora.

El informe apunta además a un comportamiento reactivo del mercado: los picos de regularización se producen únicamente cuando hay campañas de control y sanción, como se ha visto en algunas regiones, mientras que en ausencia de presión policial el cumplimiento vuelve a caer.



Unipoliza nombra a José María Márquez nuevo director de Operaciones

El CEO de [Unipoliza](#), Andrés Martín, ha presentado el nuevo plan estratégico de desarrollo de la correduría, acompañado del nombramiento de José María Márquez como nuevo director de Operaciones.

Entre las principales líneas de actuación del nuevo plan estratégico destacan: la optimización de procesos internos, la digitalización de la operativa, el fortalecimiento de las relaciones con aseguradoras colaboradoras y la mejora de la experiencia del cliente. Todo ello con el propósito de incrementar la competitividad y garantizar un servicio más ágil, especializado y adaptado a las nuevas demandas del mercado.

José María Márquez liderará la ejecución del plan estratégico a nivel operativo, coordinando los distintos departamentos y asegurando la correcta implantación de los nuevos procesos y herramientas.

Es graduado en Relaciones Laborales y Recursos Humanos por la Universidad de Córdoba y cuenta con más de cuatro años de experiencia como suscriptor de riesgos de empresa.



BMS incorpora a **Laura González** como **Executive Director, Energy & Infrastructure**

BMS Group anuncia la incorporación de Laura González como Executive Director, Energy & Infrastructure, quien asumirá la responsabilidad del desarrollo de esta línea de negocio en Iberia.

Con su incorporación, el bróker prevé impulsar el crecimiento y la consolidación de una de las *specialties* estratégicas del grupo, ofreciendo soluciones altamente especializadas en el segmento de grandes clientes.

Licenciada en Derecho con especialización económica por la Universidad de Deusto y Master en Gerencia de Riesgos y Seguros por Fundación Mapfre, cuenta con más de 20 años de experiencia y un alto nivel de especialización en energía, construcción e infraestructuras.



Albroksa aumentó un **28%** sus primas de nueva producción en el inicio de 2026

Albroksa ha presentado sus datos de cierre del primer trimestre del ejercicio, destacando un incremento del 28% en primas y del 14% en pólizas en lo que respecta a su nueva producción. La correduría, con sede en Cáceres, cierra los tres primeros meses del año con 4,5 millones de euros en nueva producción y 9.200 nuevas pólizas, alcanzando así un volumen de más de 60 millones de euros en primas intervenidas.

Durante este mismo periodo, se han incorporado siete nuevas delegaciones franquiciadas que se unen a un total de 200 puntos de venta distribuidos por todo el territorio nacional. Dentro de la propuesta de valor de Albroksa, destaca la próxima presentación de su nueva plataforma tecnológica, Albroxfera. Esta herramienta, además de lograr una mayor eficiencia en todos los procesos, solventa de manera integral las necesidades que un profesional de la mediación requiere en su trabajo diario.





El Consejo Gallego alcanza un acuerdo con Ipur para **fomentar la formación en riesgos industriales**

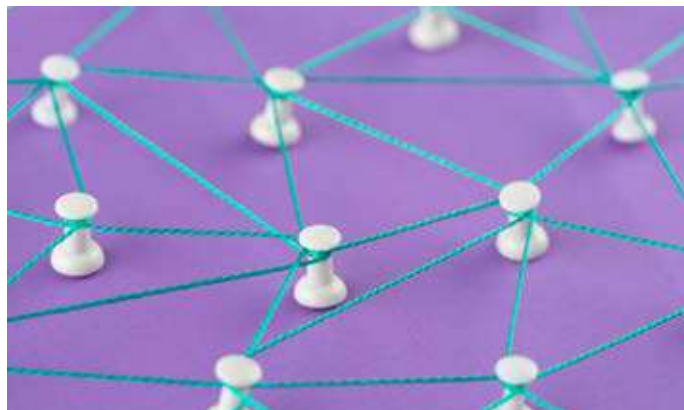
El Consejo Gallego de Mediadores de Seguros, a través del **Colegio de Mediadores de Seguros de A Coruña**, ha formalizado un acuerdo de colaboración con **Ipur** (Asociación de la Industria del Poliuretano Rígido), para reforzar la formación y la divulgación de conocimientos prácticos sobre riesgos constructivos, especialmente en sectores industriales con mayores dificultades de aseguramiento.

Uno de los ejes principales del acuerdo es el análisis de riesgos asociados a cubiertas industriales con instalaciones fotovoltaicas, un ámbito en crecimiento que plantea nuevos desafíos para el sector asegurador. Entre los aspectos que se estudiarán desta-

can: comportamiento frente al fuego del conjunto constructivo; interacción entre los sistemas de cubierta y las instalaciones fotovoltaicas; e impacto en la propagación de incendios y severidad de los siniestros.



Acrisure refuerza su apuesta por la especialización y la tecnología con la adquisición de **Vave MGA**, hasta ahora parte de Canopus Group. La operación integra a Vave en su plataforma de suscripción en EE.UU., consolidando su posicionamiento en nichos de alto riesgo como catástrofes naturales.



de respuesta son determinantes. El movimiento se enmarca en una tendencia clara del sector: la integración de MGAs especializadas para reforzar capacidades en mercados complejos, combinando suscripción técnica, acceso a capacidad aseguradora —que en este caso seguirá aportando Canopus— y herramientas digitales avanzadas.

Acrisure adquiere la agencia de suscripción Vave MGA

La clave estratégica de la operación reside en el modelo de Vave, basado en el uso intensivo de datos y tecnología, con capacidad para ofrecer cotizaciones inmediatas en riesgos complejos —como propiedad en zonas expuestas a terremotos o inundaciones— mediante APIs propias. Este enfoque permite ganar agilidad y precisión en un segmento donde la capacidad técnica y la rapidez



El Consejo General recomendó contar con un seguro de Viajes durante los desplazamientos en Semana Santa

Con motivo del incremento de desplazamientos durante la Semana Santa, los mediadores de seguros recordaron la importancia de contar con un seguro de Asistencia en Viaje antes de iniciar cualquier desplazamiento, especialmente cuando se viaja fuera de la Unión Europea.

En los viajes a terceros países, donde los sistemas sanitarios suelen ser muy diferentes y los costes de atención médica muy elevados, disponer de una póliza adecuada puede evitar situaciones complejas y gastos imprevistos. Además de la cobertura sanitaria, este tipo de seguros ofrece servicios de asistencia, repatriación o responsabilidad civil que resultan clave ante cualquier incidencia durante el viaje y, por lo general, se trata de pólizas con un coste reducido en relación con el nivel de protección que proporcionan.

La contratación de este tipo de seguros se ha generalizado en los últimos años y, en muchos casos, se incorpora de forma automática al proceso de reserva de viajes o servicios asociados. Sin embargo, desde el **Consejo General** se insiste en que no todas las pólizas ofrecen las mismas garantías, por lo que es importante ver con detalle sus coberturas en función de las características del viaje.

En este contexto, el Consejo General identifica cinco elementos clave que deben ser objeto de especial atención al contratar un seguro de viaje: inicio de coberturas y garantía de anulación; repatriación y transporte sanitario; capital asegurado en asistencia sanitaria; responsabilidad civil; y duración y tipo de viaje.



Ilunion Correduría de Seguros ha superado los 55.000 voluntarios asegurados dentro de su póliza dirigida a entidades del Tercer Sector, asociaciones y ONG de toda España.



Ilunion ya ha asegurado a más de 55.000 voluntarios en entidades del tercer sector

La póliza incluye cobertura de accidentes y responsabilidad civil, independientemente de la edad o de la situación personal de cada voluntario, lo que facilita una protección homogénea en todas las actividades desarrolladas por las organizaciones sociales.

Además de esta póliza específica, ofrece seguros de Responsabilidad Civil general, Ciberseguridad, Multirriesgo, Accidentes y otras coberturas adaptadas a las necesidades del tejido social español.



El equipo de Ágora Broker se formará en IES

Ágora Broker ha formalizado un acuerdo con el Instituto e-Learning del Seguro (IES) para que sea su partner en formación continua.

La alianza permitirá que directivos y empleados de la correduría accedan a un catálogo enfocado en: actualización normativa, el perfeccionamiento técnico, el desarrollo comercial, productos aseguradores y la mejora continua de las competencias profesionales.

WTW lanza un asistente virtual impulsado por IA de la mano de Embark

WTW ha anunciado actualizaciones en Embark, su software de Experiencia Empleado. Una solución que ayuda a las organizaciones a incrementar el nivel de compromiso y la participación en sus programas de recursos humanos, optimizar el acceso a prestaciones y simplificar la consulta de información relevante desde sus lugares de trabajo.



Entre las novedades, destaca el lanzamiento del Asistente Virtual de Embark, que utiliza inteligencia artificial y está pensado para influir directamente en la toma de decisiones relacionadas con la experiencia de los empleados y el rendimiento de la organización.

El Asistente Virtual de Embark incluye: IA generativa segura para entornos empresariales; asistencia para conversaciones personalizadas; referencias claras a las fuentes y su origen; soporte en múltiples idiomas; experiencia alineada con la identidad corporativa; controles de acceso por roles; e información útil sobre la plantilla.



Zaragoza prepara la IV Kalibo 5K Andada Canina y Familiar

El Ayuntamiento de Zaragoza ha acogido la presentación de la IV edición de la Kalibo 5K Andada Canina y Familiar, una iniciativa de bienestar animal y participación ciudadana en la ciudad.

El acto ha contado con la participación institucional del Ayuntamiento de Zaragoza, el Colegio de Veterinarios de Zaragoza y con la intervención de Miguel de las Morenas, director general de **Kalibo Correduría de Seguros**, impulsor de esta iniciativa desde su origen.

La Andada se celebrará el 10 de mayo en el Parque del Agua, con un formato abierto y familiar que combina actividad física, ocio y concienciación. La recaudación íntegra se destinará a terapias e intervenciones asistidas con perros dirigidas al alumnado del Colegio Público de Educación Especial Alborada de Zaragoza.



del deporte, prevenir el acoso escolar y promover la integración social entre los jóvenes.

Cohebu se une al Atlético Sanluqueño para luchar contra el acoso escolar

Bajo el marco de la campaña 'Más Que Fútbol', ambas entidades unen fuerzas para acercar el deporte a las aulas y centros de enseñanza, como herramienta de transformación social.

“Queremos que los jóvenes vean en el deporte no solo una actividad física, sino una escuela de vida. El respeto, el esfuerzo y la empatía son valores que deben acompañarlos siempre”, ha señalado José Antonio Buzón, representante de Cohebu Mediadores de Seguros.

Entre los temas abordados en estas jornadas destacan: Campaña Antibullying: concienciación y prevención del acoso escolar; Valores del deporte: trabajo en equipo, disciplina, respeto y superación; e Integración social: el deporte como espacio inclusivo para todos los jóvenes.

Cohebu Mediadores de Seguros, en colaboración con el Atlético Sanluqueño C.F., ha puesto en marcha una serie de jornadas educativas en centros escolares de las localidades de Sanlúcar y Trebujena, para fomentar los valores



Cuando llega **el invierno**

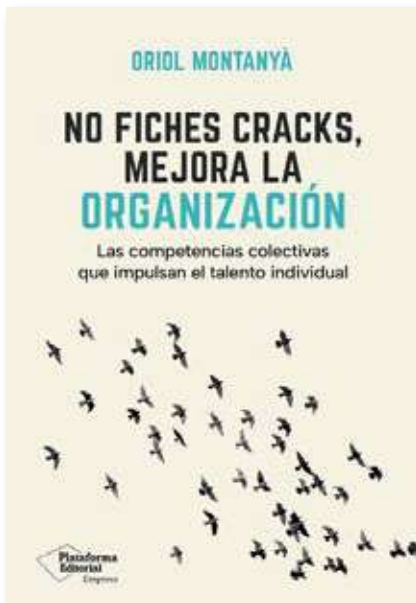
El éxito de un liderazgo humanista en tiempos complejos

Carlos Ranera

Editorial: Almuzara

Precio: 16,15 € libro
impreso
6,41 € libro
electrónico

En un bosque donde el invierno pone a prueba a todos, una manada aprende algo que pocos líderes comprenden: correr no es lo mismo que avanzar. Balto, el perro más viejo, ya no corre como los jóvenes ni compite por el primer lugar. Pero ve algo que los demás aún no saben mirar: el horizonte. Y desde esa mirada enseña a la manada que liderar no consiste en mandar, sino en escuchar; que la fuerza no sirve de nada si deja a alguien atrás; y que una comunidad solo sobrevive cuando cada paso se da pensando en los demás. A través de su viaje —cruzando lagos helados, enfrentando decisiones difíciles y descubriendo el valor de cada miembro del grupo— la manada aprenderá que el liderazgo auténtico no nace del poder, sino del cuidado; no del control, sino de la confianza.



No fiches cracks, **mejora la organización**

Las competencias colectivas que impulsan el talento individual

Oriol Montanyà

Editorial: Plataforma

Precio: 16,05 € libro
impreso
8,07 € libro
electrónico

Buscamos líderes carismáticos, profesionales brillantes y trabajadores con listas interminables de competencias. Sin embargo, la experiencia demuestra que el talento, por sí solo, no basta. El rendimiento sostenido nace de las competencias colectivas que una organización es capaz de desplegar. No se trata de fichar genios para que arreglen la empresa, sino de construir una empresa capaz de multiplicar el talento que ya existe. El libro explica cómo crear ecosistemas donde la gente pueda trabajar mejor, tomar decisiones más inteligentes, coordinar esfuerzos y convertir las buenas intenciones en resultados medibles.

PYMESEGUROS

REVISTA ONLINE PARA CORREDORES Y CORREDURÍAS

Información relevante para pymes y autónomos

A diario
Accede a las noticias
que te interesan en

www.pymese seguros.com





Una compañía del Grupo ERGO

Hacemos que cuidarte sea tan



como parece

Y para ello, cuidamos de ti y los tuyos antes de que pase cualquier cosa.
Con chequeos que te orientan, telemedicina que te acompaña
y soluciones digitales que hacen más fácil cada paso.

900 814 760 | facildkv.com

*Imágenes generadas por IA

Salud

Decesos

Vida

Accidentes

Baja laboral

Hogar