ENERO - MARZO 2022 // Nº 174

SEGUROS

Pon un mediador en tu vida

ÓSCAR HERENCIA, GENERAL MANAGER DE METLIFE EN ESPAÑA Y PORTUGAL

"Lo más importante que tenemos las compañías son las personas"

ENTREVISTA TERRITORIAL
Elena Martín y Sonia Prieto (Pelayo)

LA VOZ DEL COLEGIADO
Javier Hernández (PHB Seguros)

PUNTO DE MIRA
La revolución de los seguros de Hogar

REPORTAJES
- Instituto de Desarrollo Asegurador
- Las mujeres del Seguro

Autoconfianza

La seguridad de sentirse bien
acompañado en cada trayecto.

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

ALLIANZ **auto**. Déjanos apoyarte.

allianz.es

VIVIR SEGUROS EN TIEMPOS DE INCERTIDUMBRE

Elena Jiménez de Andrade
Presidenta

El 14 de marzo se cumplieron dos años de la declaración del primer Estado de Alarma por la pandemia, y el consiguiente confinamiento que nos mantuvo en casa durante casi tres meses. Dos años desde que un virus microscópico alterase por completo, y quizá para siempre, nuestras vidas y todos los aspectos de las mismas: economía, relaciones sociales, la forma de trabajar, nuestra forma de entender la realidad, el interés por la salud...

Podríamos dedicar una tribuna entera a enumerar todo lo que ha cambiado. Porque hemos cambiado, aunque no siempre seamos conscientes de ello. Hay unas nuevas gafas para mirar la feria con colores distintos.

En esta nueva realidad de valores ligeramente distintos y distantes, **los seguros se convierten en una pieza indispensable para capear la nueva realidad.** Porque, como hemos tenido oportunidad de vivir en primera persona, si pensábamos que con la pandemia acababa la intranquilidad, la realidad demuestra lo contrario.

El mundo se ha vuelto VUCA: Volátil, Incierto (uncertainty), Complejo y Ambigüo. En apenas un año, hemos sido zarandeados por sucesivas oleadas del Covid, una nevada histórica capaz de paralizar Madrid, la erupción volcánica más salvaje del último siglo, inundaciones extremas, una inflación desbocada propia de otras épocas y una guerra puertas adentro de Europa, con capacidad para arrastrarnos... Y todo ello cuando empezaban a llegar los primeros rayos de luz para la recuperación económica y social. **No vivimos tiempos fáciles.** Aquellos felices años 20 con los que soñábamos hace unos meses, cuando las vacunas alcanzaron velocidad de crucero y pensábamos que nuestro mal llegaba a su fin, tendrán que esperar. **La incertidumbre va a ser nuestra nueva realidad. La nueva normalidad.**

En estos entornos inciertos es donde **tenemos una misión. Ahora es el momento de los seguros como un escudo capaz de amortiguar las incertidumbres** para darnos tranquilidad. Por eso hay que replantearse el papel de nuestro oficio y, sobre todo, rediseñar los productos personales y, especialmente, los de negocios: seguros de crédito, de caución, de responsabilidad civil, de ciberriesgos, de transporte...

Hay que resetear el sector para responder adecuadamente a un reto mayúsculo: capear diferentes problemas interrelacionados; pero a su vez independientes, al tiempo que aliados entre sí para golpearnos desde distintos flancos.

Necesitamos dejar a nuestros hijos y nietos un mundo mejor. Ese era nuestro objetivo. Por eso hay que apostar por la sostenibilidad, como forma de evitar un cambio climático que acentuará los fenómenos meteorológicos extremos; mejorar la prevención y vigilancia sanitaria para esquivar la próxima pandemia; sentar las bases de un modelo económico inclusivo y sostenible que no deje a nadie atrás; y, sobre todo, unirnos para ser más fuertes. **Sembrar la paz entre tanto dolor.**

Está en nuestras manos salir de este pozo aparente, pero sabiéndonos unos privilegiados porque vivimos en la parte rica del mundo, en la parte más segura y asegurada... **donde más pronto que tarde volverá a salir el Sol.**

Elena Jiménez de Andrade
Presidenta
@elenajandrade

COLEGIO DE MEDIADORES DE SEGUROS DE MADRID

CONSEJO EDITORIAL

Elena Jiménez de Andrade
Javier Martínez
Ángel del Amo
Ángel Corada

EDITA

Salvador Molina / Alternativa Press

REDACCIÓN

Miguel Ángel Ossorio, Alexa López, Allison Castillo y Antonio de Miguel.

PUBLICIDAD

Maite López / m.lopez@ecofin.es

DISEÑO Y MAQUETACIÓN

Ana I. Sánchez

IMPRESIÓN

Booklet

COLABORAN EN ESTE Nº

Óscar Herencia (MetLife)
Javier Hernández (PHB Seguros)
Elena Martín Diana (Pelayo)
Sonia Prieto (Pelayo)
Carmen Mª García (Fundación Woman's Week)

COLEGIO DE MADRID

Plaza de España, 10 - 28008 MADRID
Tel.: 91 540 18 00 - Fax: 91 540 18 01
www.mediadoresdesegurosdemadrid.com
info@cmsm.es

Ilustraciones: freepik.es

Depósito Legal: M-38750-2005 ISSN 2695-6586

Nota: El Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid no se hace responsable del contenido de las publicaciones contratadas, ni de los artículos y colaboraciones que se publiquen firmados.

SUMARIO

EN PORTADA

Óscar Herencia

General Manager de MetLife en España y Portugal

"Lo más importante que tenemos las compañías son las personas"

12

03 CARTA DE LA PRESIDENTA

06 PUNTO DE MIRA
La revolución de los seguros de Hogar

24 LA VOZ DEL COLEGIADO
Javier Hernández (PHB Seguros)

EN BREVE

18 El Colegio
26 Mediador
36 Actualidad
40 Vaivén
44 Innovación
52 Compromiso

Nino Rodríguez y Fernando Losada.

48

TRIBUNAS

31 Carmen Mª García

28 ENTREVISTAS TERRITORIAL
Elena Martín y Sonia Prieto, directivas de Pelayo

32 REPORTAJE ESPECIAL
Las mujeres del Seguro

48 DIGITALIZACIÓN
El LAB InsurTech de la mediación

LA INNOVACIÓN INSURTECH HISPANO-LUSA

Siempre fuimos Iberia: amigos, hermanos y rivales. Ocurre hasta en las mejores familias. Pero ahora, más que nunca, somos la misma 'isla energética', según nuestros políticos. En fin, lo que la política no pudo unir, que la economía lo unifique para siempre.

En el Seguro, esta identidad común siempre estuvo presente: un mercado, una cultura. Y en la Innovación del Seguro (InsurTech) los países ibéricos, casi en silencio, han ido creado un ecosistema poderoso y único en el mundo. Quizás muchos no lo sepan, pero somos líderes (juntos). Y eso se está poniendo en valor con iniciativas como el **Foro Ibérico InsurTech**, que nace este 2022 para consolidar lazos previos y que desde el Colegio de Madrid ya se impulsó en 2021 a través del respaldo al InnoDay InsurTech de julio en La Nave, junto a las asociaciones del sector de Portugal (AFIP) y de España (MAD FinTech), junto al Ayuntamiento de Madrid y compañías de primer nivel de ambos países.

Larga vida al InsurTech ibérico como palanca para revolucionar el Seguro en cada rincón del planeta, como ya hicieran los navegantes hispanos y lusos hace varios siglos.

Salgamos a navegar un sector que todavía se puede mejorar y transformar. Es la hora de España y Portugal unidos por el InsurTech.

Salvador Molina, Editor

ENTIDADES COLABORADORAS

Allianz · ARAG · asefa seguros · caser seguros · DAS · helvetia · MAPFRE · MGS Seguros · Mutua de Propietarios · PlusUltra Seguros · Reale Seguros · Sanitas · santalucía Seguros · Zurich

PUNTO DE MIRA
por Salvador Molina y Miguel Ángel Ossorio

HOGAR, DULCE HOGAR

El mes de abril inaugura la campaña de la Renta de las personas físicas. Y, con ello, llegan las preguntas de todos los españoles: ¿Qué me puedo desgravar? ¿El seguro de vida? ¿El de salud? ¿Los planes de pensiones?... ¡El seguro de Hogar!

Pues, para que quede claro, solo se podrán deducir los gastos del Seguro de Hogar si el contribuyente contrató el seguro a la vez que firmó la hipoteca o la restauración del inmueble; y siempre que lo hiciera antes del año 2013.

Si es así, el seguro de hogar debe ir asociado a la adquisición de la vivienda habitual.

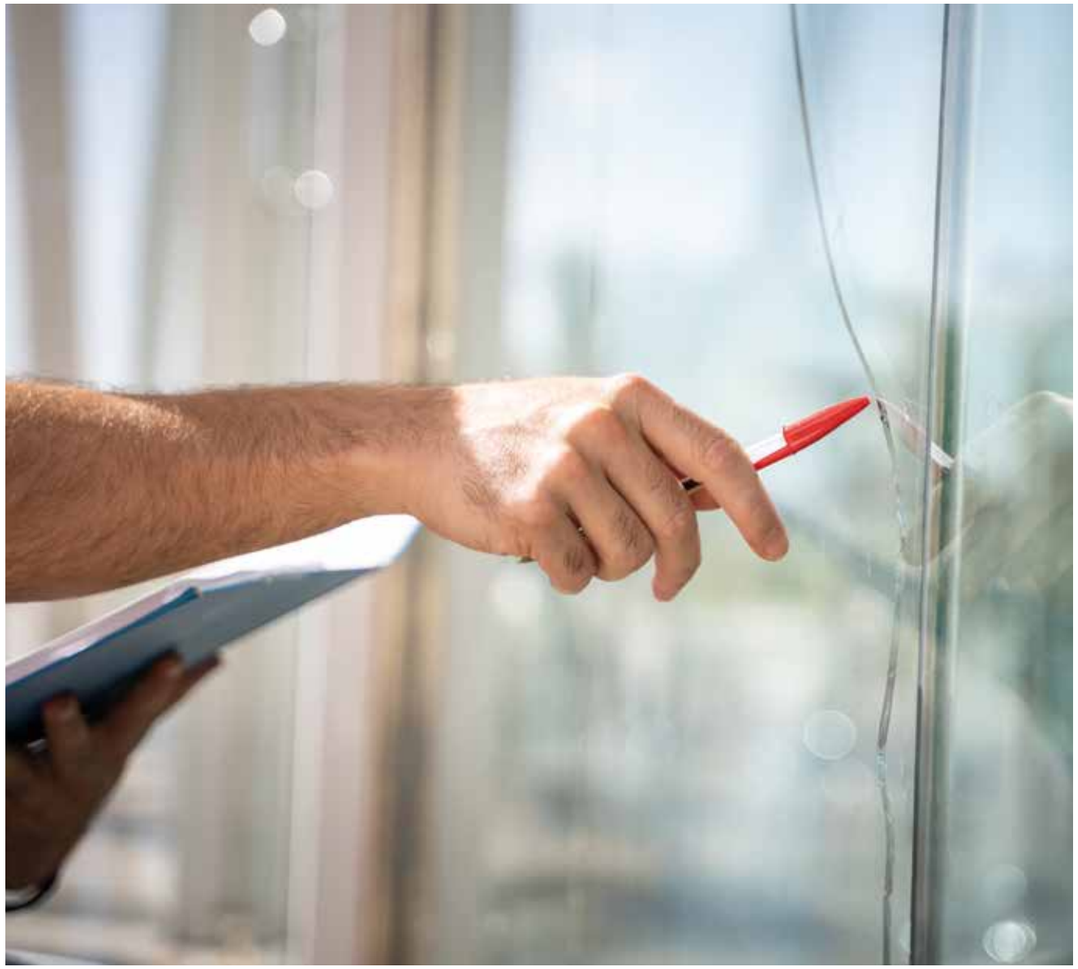
En caso de que el contribuyente sea el propietario de un inmueble y pueda desgravarse un seguro del hogar en la renta, deberá hacerlo como coste por inversión en vivienda habitual.

Para ello, tendrá que dirigirse a las casillas 547 y 548, donde se consigna la deducción por inversión en vivienda habitual.

Pero existe vida más allá de la declaración de la Renta.

Y el seguro de Hogar es uno de los que más se ha fortalecido por los dos duros años de pandemia, confinamiento, teletrabajo, catástrofes naturales y desarrollo de la sociedad digital: asesoramiento online, teleperitaje o teleconsultas a los mediadores.

por Salvador Molina y Miguel Ángel Ossorio



ASESORES VS. INFRASEGUROS

El papel del asesor es fundamental en una rama aseguradora muy zarandeada por infraseguros y guerras de precios provenientes del canal directo, que quieren tratar al seguro de Hogar como si fuera un segundo plato tras sus campañas de acoso low-cost en el seguro de Autos. Sin embargo, son cosas bien distintas. El seguro obligatorio de automóvil es un producto bastante estandarizado, mientras que el seguro de Hogar es un campo minado lleno de exclusiones y de letra pequeña que necesita de las gafas expertas de un mediador para adecuar la póliza a las necesidades del cliente, además de a su presupuesto disponible.

Los cristales son un ejemplo claro de este fenómeno: cristales de contenido (espejos) o de continente (ventanas), que incluye o no la vitrocerámica, las encimeras, los tableros de mesa o los cuadros del hogar. Y de ahí a las cerámicas sanitarias solo hay un paso.

Al igual que en Autos, las franquicias y los límites en los riesgos asegurados tampoco juegan a favor de un cliente no bien asesorado; especialmente en las reparaciones de los daños estéticos y averías.

Y todo ello en el momento de contratar... Pero es aún más complejo cuando el cliente quiere darse de baja. Dice la ley que hay que comunicarlo un mes antes de que

PUNTO DE MIRA
por Salvador Molina y Miguel Ángel Ossorio

venza el seguro y muchas veces no se dice claramente y ni siquiera se sabe cuál es el proceso a seguir. ¿Es el momento de acordarse de su corredor?

6 MILLONES BUSCAN SEGURO DE HOGAR

Seis millones de hogares españoles, un 23% del parque total de viviendas, no cuenta con un seguro de hogar. Y esto es todo un reto y un potencial de crecimiento para el sector. Hay que encontrar a esos propietarios y ofrecerles un seguro a su medida.

Por otra parte, los últimos informes publicados estiman que en España se producen cada año en torno a siete millones de siniestros en hogares. Los más frecuentes son los daños por agua, con más de 2,3 millones de siniestros anuales (33%), roturas de cristales, servicios de asistencia en el hogar y daños eléctricos.

En cuanto al importe del siniestro, los daños por agua supusieron el 37% del total de siniestros, mientras que los robos y los daños por fenómenos atmosféricos supusieron el 11% y el 10%, respectivamente.

La pregunta es: ¿Cuáles son los mejores clientes? Pues parece que los españoles de entre 55 y 65 años son los más concienciados con los riesgos domésticos y, por ende, los que más seguros del hogar contratan, con una cuota 85,5% de la población total.

En paralelo, los 'peores' clientes (mayor nicho de mercado) son los jóvenes entre 18 y 24 años, con una cuota del 39%; aunque en esto también debe influir que es una edad temprana para tener vivienda en propiedad, y los inquilinos en alquiler suelen ser remisos a contratar un seguro de hogar que consideran temporal.

Entre los que no disponen de seguro de hogar, el 27% de los usuarios de entre 45 y 54 años asegura que prefiere asumir el riesgo y no tener ese gasto fijo al mes. El reto del mediador, y de las propias compañías aseguradoras, será tratar de convencer a estos propietarios acerca de la necesidad de contar con un seguro de hogar.

El problema está en que muchos consumidores desconocen la extensión real de las coberturas de este producto, lo que exige un esfuerzo en comunicación a largo plazo que ponga de manifiesto los beneficios de este producto. Y también hay que tener en cuenta que muchos propietarios piensan que la comunidad de vecinos se hará cargo de posibles daños que sufran en su propiedad, algo que es cierto únicamente si el siniestro se produce en lugares comunes, no privados.

Este amplio grupo de personas sin asegurar lleva a la siguiente radiografía: la de las Comunidades con menor porcentaje de viviendas aseguradas.

Destacan Extremadura (67%), Baleares (63%) y Canarias (57%), cuyas cifras, al menos en estos dos últimos casos, podrían explicarse por el amplio parque de viviendas vacacionales con que cuentan, que quizás lleve a muchos propietarios -en algunos casos extranjeros- a no contratar un seguro porque mantienen sus viviendas cerradas la mayor parte del año.

En el extremo contrario están los que más confían en el confort del seguro, con País Vasco (79%), Asturias (77%) y Cataluña (75%) a la cabeza.

DUDAS AL CONTRATAR

El papel del mediador es indispensable a la hora de guiar al consumidor entre la maraña de compañías y modalidades de seguro de hogar que existen. De hecho, no es fácil determinar cuál es la mejor compañía, dada la guerra de precios que existe en el sector, que lleva a ofrecer productos prácticamente idénticos.

El portal Sector Asegurador destaca a AXA, Mapfre, Catalana Occidente, Allianz y Generali como las mejores compañías del ramo. Sin embargo, a la hora de hablar de coberturas y de calidad-precio destaca a Onyx, del grupo MGS Seguros, y a Línea Directa.

Sin embargo, sí se pueden analizar cifras y datos que ayuden a comprender mejor el estado del sector. El informe de Seguros y Fondos de Pensiones de 2020, elaborado por el Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital, cifraba, a cierre de 2020, en 60 el número de compañías aseguradoras que ofrecían este producto en España. Aunque el informe no desglosa las compañías, sí indica que el 42% de las primas las acumulan únicamente cinco aseguradoras. Las diez primeras se llevan el 65% del mercado, lo que deja escaso margen para competir, y en parte puede explicar la guerra de precios.

En paralelo, Multirriesgo Hogar representa el 12% de las primas de No Vida, con una facturación de 4.500 millones de euros en 2020, según el mismo informe, y un crecimiento del 3,8%, lo que evidencia que se trata de un mercado que no ha tocado techo, y al que la pandemia ha convertido más en una necesidad que en un lujo.

> "60 compañías aseguradoras ofrecen en España algún tipo de seguro de Hogar

Y es que los ciudadanos hemos visto que el hogar es más importante de lo que pensábamos cuando apenas volvíamos a él para dormir tras maratonianas jornadas de trabajo en oficina, colegios, gimnasios y vida social fuera de casa: el hogar es, hoy, ese sitio al que vamos a dormir, pero también donde trabajamos, estudiamos, hacemos deporte o nos reunimos con amigos y familiares.

Ya es más que el sitio al que vamos a dormir, lo que implica realizar un uso intensivo que requiere la mejor protección ante cualquier contingencia que pueda surgir y pueda llevarnos a perder esa esencia que hemos forjado durante los dos largos años de pandemia.

Es uno de los directivos españoles más queridos del panorama empresarial por su cercanía y visión de futuro, pero también porque gestiona empresas y equipos con la vista puesta en las personas. Hablamos de MetLife, del sector asegurador, de la mediación y del futuro que se asoma tras la pandemia y en plena guerra, con consecuencias aún desconocidas. Un entorno turbulento que no borra la inquietud de Óscar Herencia para superar barreras.

Óscar HERENCIA

GENERAL MANAGER DE METLIFE EN ESPAÑA Y PORTUGAL

"Lo más importante que tenemos las compañías son las personas"

Con la pandemia dando sus últimos coletazos, y en plena guerra a las puertas de Europa, ¿cómo afronta MetLife este 2022?

Desde que llegó la pandemia, establecimos un reto interno para identificar cómo iba a ser el mundo post-pandemia y las nuevas necesidades de los clientes, y el rol que queríamos jugar en esa nueva situación. Todo esto nos ha servido para acelerar la digitalización de la compañía. Identificamos lo bien que se comunican los canales face to face. Incluso han sido los que mejor han funcionado, y lo que nos ha decidido a invertir más en el canal de corredores. Afrontamos el año con planes de crecimiento y convencidos de que el sector asegurador tiene que jugar un papel crítico en la recuperación económica. Estamos seguros de que va a ser un buen año.

MetLife está muy focalizado en Accidentes y Vida. ¿Contar con un catálogo que no es muy amplio es una ventaja o una desventaja?

Es nuestra estrategia como compañía especialista y de nicho. Todas tienen pros y contras, pero a nosotros nos va bien enfocados en Protección, sobre todo donde creemos que aportamos valor al mercado. Somos líderes en distribución telefónica, en productos de protección de pagos, tenemos una escisión en estilo de vida... También tenemos el ramo de pérdidas pecuniarias, cobertura por desempleo. Y ahora

"El sector seguros es fundamental para la economía"

hemos abierto el ramo de Asistencia y de Otros Daños, lo que nos permitirá seguir evolucionando, siempre con el foco en protección, vida y accidentes. Además, hemos lanzado Vida Completa, un producto que aglutina todos los productos de vida que teníamos en el pasado, y que lo hace más flexible en condiciones de suscripción para que sea muy competitivo.

Somos especialistas en productos de Accidentes, incluso con subsidios y hospitalización. A partir de 2008, vimos una oportunidad en la cobertura de recibos recurrentes que tenemos a futuro y nos permiten mantener cierto estilo de vida. En la última evolución hemos lanzado Vida Completa, con un capital decreciente para hipotecas, posibilidad de capital fijo y con nuestras condiciones de underating flexibles: solo hace falta una declaración de salud hasta 50 años y 350.000 euros de capital,

El corredor es, para nosotros, el primer cliente

y hasta 750.000 euros de capital hay auto-underating. Es un producto que va a ser muy competitivo, y con el que pretendemos a ayudar a los corredores a tener una entrada mejor en Vida. Junto a todo eso, viendo las necesidades del cliente y lo que nos reclamaba, hemos decidido abrir el ramo de asistencia y de otros daños, que nos permite entregar productos muy personalizados para el cliente y con una alta flexibilidad. Por ahí va nuestra evolución, y eso se hace más fácil siendo una compañía especialista, porque somos más ágiles y nos permite cambiar de forma más sencilla este tipo de estrategias.

Tenemos un plan de digitalización con horizonte a 2024 antes de la pandemia. En 2020 se cambiaron las prioridades; la primera, que nuestros empleados estuvieran seguros, pero también notamos que había que acelerar ciertas cosas para poder ser operativos. No tanto para vender, sino para dar servicio a agentes, corredores, etc. Eso nos ha ayudado a que muchas de esas tareas para 2024 ya estén terminadas. La pandemia es una desgracia enorme para la sociedad, pero hay que buscar la parte de aprendizaje, que viene por ahí.

¿Cómo ha integrado MetLife la digitalización en sus productos?

En el canal presencial, donde intervienen agentes y corredores, hemos digitalizado el proceso completo: desde la presentación del producto hasta la firma. Ahora estamos terminando la venta completa online a través de la web y de nuestros canales de comunicación. La idea es simplificar el servicio al cliente, que tenga acceso más sencillo a los servicios. Para nosotros, la digitalización es una manera de mejorar la experiencia que el cliente tiene

con nosotros. Somos una compañía muy orientada a la excelencia. Eso no significa perfección, pero sí ser cada día un poco mejores. Hemos implementado un chatbot, medios de pago como Bizum... de manera que acercamos su manera de trabajar con nosotros a las costumbres que ya tiene, y con las que se encuentra cómodo. Esa es la idea. Para nosotros, la tecnología sigue siendo algo instrumental. Lo diferencial es el trato con las personas. Por eso, detrás de todo siempre está la posibilidad de acceder a una persona que te orienta. Llevando eso a la venta, hemos digitalizado el face to face, pero todos los estudios nos dicen que para la venta de productos de protección, los clientes siguen prefiriendo el asesoramiento profesional. Y de ahí viene el valor añadido del canal de corredores.

¿Perjudica a los corredores tanta digitalización?

Cuando nos encerramos en casa, en marzo de 2020, yo pensé que íbamos a sufrir más en esos canales de corredores y agentes. Pero ha sido el que más capacidad ha tenido para hacer reuniones online, mantener su actividad y estar pendiente de lo que el cliente necesita. El cliente prefiere el consejo de un profesional porque no son productos sencillos de comprar, el lenguaje, aunque ha mejorado, requiere interpretación, y además el corredor ayuda a identificar las necesidades. Los corredores siguen evolucionando con el mercado y tienen sus propios servicios digitales. Han sido siempre un elemento crítico en la distribución de seguros, la opinión objetiva, independiente y profesional, y lo seguirán siendo aunque se digitalicen más.

¿Cuál es la apuesta de MetLife por los corredores y la mediación?

Nosotros, en Portugal o Italia, donde tenemos mucho éxito, hemos aprendido y tratado de traer a España lo

EN PORTADA
por Miguel Ángel Ossorio

que funciona. Siempre hemos sido muy activos en este canal, pero se descontinuó un poco. Ahora hemos montado nuestra propuesta sobre cuatro pilares: producto competitivo, digitalización -que el corredor pueda hacer todo el proceso digitalizado- y experiencia de cliente. Somos una compañía, entre comillas, obsesionada con la experiencia de cliente, con que quieran trabajar con nosotros. El corredor es, para nosotros, el primer cliente, y queremos entregar una experiencia excelente. El cuarto pilar es la formación: la venta de Vida no es automática y requiere más profundidad. A veces, la gente no se siente cómoda vendiendo eso, o haciéndolo con compañías menos generalistas. Por eso vamos a montar una academia para reforzar la capacidad para vender. Esa es nuestra propuesta de valor, y estoy seguro de que vamos a tener una buena acogida con ello.

¿Qué visión tiene MetLife de las InsurTech? ¿Son amenazas a su negocio o potenciales oportunidades?

Amenazas desde luego que no. Nosotros hemos colaborado mucho con ellas y somos miembros de AEFI, la Asociación Española de FinTech e InsurTech. Estos nuevos jugadores vienen a ampliar la oferta que tiene el cliente, con más opciones para elegir. Eso nos obliga a ser cada día mejores, más competitivos o ser complementarios. Todo lo que vaya a mejorar al cliente, para mí es bienvenido. Nosotros trabajamos con determinación para seguir teniendo nuestro espacio y la confianza de los clientes.

Algunas aseguradoras compran InsurTech, otras colaboran y otras desarrollan las suyas.

Nosotros tenemos una estrategia muy potente, con un centro, MetLife Ventures, para invertir en acuerdos con compañías tecnológicas y encontrar o desarrollar capacidades que nos faltan. Forma parte de un paraguas corporativo que no descansa en los países, sino a nivel corporativo.

> “la tecnología sigue siendo algo instrumental. Lo diferencial es el trato con las personas

Eres uno de los directivos más populares de España por tu cercanía y tu forma de explicar la realidad, sobre todo la del sector. Como líder de una multinacional en España y Portugal, ¿cómo se puede liderar en un modelo laboral que conjuga diferentes generaciones, grados de conocimiento de herramientas digitales, trabajo híbrido, nuevas amenazas...?

Es una época apasionante para liderar equipos. La pandemia ha traído nuevos elementos: ha achatado las estructuras y te obliga a una mayor cercanía, que me parece lo más adecuado. Lo mejor que puede hacer un líder es rodearse de los mejores, todo depende de los equipos. Hace años, en una entrevista, dije que lo único bueno que he hecho en mi vida es crear buenos equipos, y tuvo una enorme repercusión. Pero lo creo de verdad. Hay que empoderar a los equipos. Cuando tienes a gente con mucho talento, quiere poder tomar decisiones. Además, ahora se incorporan circunstancias como el trabajo híbrido. Hay que aumentar la flexibilidad y diseñar un modelo donde convivan en armonía las necesidades de los clientes, los requerimientos del negocio y el equilibrio que demandan los empleados hoy en día, con una propuesta de valor interesante. Nosotros tenemos desde baby boomers hasta Generación Z, porque nos viene gente con 22 años. Eso te obliga a que se retroalimenten entre ellos, ya que combinamos experiencia, capacidades, ambición, visión del mundo... Eso nos permite que el cliente que está fuera se sienta representado dentro. Es la diversidad. A partir de ahí, hay que dotar de capacidades a quien necesita adquirirlas e incorporar talento de fuera que nos vaya trayendo capacidades que son necesarias. Es una ecuación compleja, que debe estar basada siempre en el respeto que tenemos por cada uno de nuestros colaboradores, porque lo más importante que tenemos las compañías son las personas. Queremos que encuentren una propuesta para el empleado y que se sientan cómodos trabajando en MetLife.

¿Eres optimista respecto a 2022?

Acabamos bien 2021 y hemos empezado muy bien 2022. Estoy seguro de que va a ser un año positivo. La mediación juega un papel clave. Hay mayor conciencia de protección en la sociedad, la gente se pregunta más qué puedo hacer para estar protegido en momentos de incertidumbre, lo que nos permite un papel como sector en la ayuda a la recuperación económica. El sector seguros es fundamental para la economía. Es solidario, muy bien regulado y capaz de tener buenas relaciones dentro de los diferentes actores. Hemos pasado de ser el sector gris de la letra pequeña a demostrar a la sociedad que estamos aquí para cumplir un papel. No se trata de tener una oportunidad de negocio, sino de desarrollar soluciones a las necesidades que tienen los clientes.

NUEVO PRODUCTO

DAS ABOGADO DE NEGOCIO

Ahora es fácil asesorar sobre protección legal a pymes y autónomos

Legal Risk Scanner

La herramienta que potencia tu valor como mediador y te ayuda a aumentar tus ventas

- Analiza fácilmente los riesgos legales de las empresas
- Ayuda a tus clientes a comprender las necesidades de su caso concreto con información fácil de entender
- Ofrece diferentes modalidades para facilitar la decisión de compra
- Tarifica y emite la póliza de forma sencilla y rápida

En 4 minutos, una oferta a la medida de cada cliente

Contacta con nosotros en
Atencion.mediador@das.es
Tel: 900 827 242

DAS Defensa del Automovilista y siniestros Internacional S.A. de Seguros y Reaseguros, Sociedad Unipersonal. NIF: A-08055196. Inscrita en el Registro Administrativo de Entidades Aseguradoras de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones, con clave de autorización C0396.

Escanea el código QR y accede a Legal Risk Scanner o dirígete a das.es/Abogadodenegocio

LA ACTUALIDAD DEL COLEGIO

Las últimas noticias que han marcado la actualidad del Colegio, reunidas en unas páginas imprescindibles para comprender nuestra actividad.

EL COLEGIO DE MEDIADORES DE SEGUROS DE MADRID Y DKV RENUEVAN SU CONVENIO DE COLABORACIÓN

El pasado 17 de febrero, DKV Seguros y el Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid firmaron un protocolo de colaboración llamado Plan Integral de Cooperación, un acuerdo que busca mejorar la calidad del asesoramiento en Seguros de Salud y la promoción de ambas entidades.
El acuerdo servirá para promocionar desde el Colegio a la aseguradora entre los distintos canales de la Mediación Profesional, celebrar en el Colegio una jornada o reunión con empleados de la compañía de seguros y de mediadores que colaboren con la misma o una sesión informativa sobre los nuevos productos y campañas de DKV.
La novedad del acuerdo, que tiene una duración anual, es que obliga a las partes a dar difusión al proyecto

Elena Jiménez de Andrade (CMSM) y Raquel Sualdea (DKV).

Mediador Eco Amigo, desarrollado junto al programa Movimiento Medialia DKV, y con el que se ayuda a implementar gestos o acciones en las oficinas de los mediadores que minorarán el impacto que su actividad provoca en el medioambiente, mejorando la salud del planeta.
Este programa se encarga de ofrecer información clara y resumida con consejos prácticos y pasos a seguir para el cuidado del medioambiente. Para ello, el Mediador Eco Amigo se informa de los temas de sostenibilidad ambiental más relevantes para su empresa.
Además, su actuación va un paso más allá, ya que proporciona a su empresa acciones sencillas, eficientes y de fácil implementación que tengan un impacto medioambiental positivo.
De esta manera, el Mediador Eco Amigo se convierte en parte del cambio y solución para el cuidado del medioambiente.

EL COLEGIO Y DAS RENUEVAN SU ACUERDO DE COLABORACIÓN

El Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid y DAS Seguros renovaron su convenio de colaboración durante la Semana del Seguro de Madrid. En la reunión para renovar el acuerdo participaron Elena Jiménez de Andrade, presidenta del CMSM, y Arturo Delgado, director territorial Oeste de DAS Seguros.

Las partes valoraron positivamente las actividades que han llevado a cabo hasta el momento, así como la renovación de un acuerdo que "contribuye a que nuestros colegiados estén más cerca de las principales compañías del sector, y viceversa", explicó Elena Jiménez de Andrade.

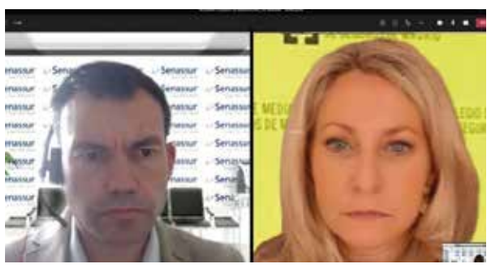
Por su parte, Arturo Delgado destacó que "el canal de mediación es por excelencia nuestro canal", y añadió que "en DAS Seguros estamos comprometidos con el canal mediador y su labor", y anunció un plan formativo para mediadores especializado en materia de Protección Jurídica.

EL COLEGIO Y PREVISORA GENERAL RENUEVAN SU ACUERDO DE COLABORACIÓN

El Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid y Previsora General han firmado la renovación del acuerdo de colaboración que ambas entidades mantienen desde el año 2017.
Con el objetivo de continuar estrechando relaciones entre ambas instituciones, el acuerdo ha sido firmado por Elena Jiménez de Andrade en calidad de presidenta del Colegio de Mediadores de Madrid y Sergio Alonso Carbó en calidad de director Comercial de Canal Corredores en Previsora General.
El acuerdo de colaboración tiene como objetivo el de continuar reforzando la colaboración entre ambas entidades. El convenio fomenta la participación de Previsora General en el desarrollo de un programa de patrocinio y colaboración que permita a la institución colegial la consecución y desarrollo de su plan estratégico, ofreciendo formación al colegiado, servicios de valor añadido, fomento y divulgación de la figura del mediador de seguros.
Sergio Alonso destacó que "estamos muy satisfechos de la evolución de Previsora General en Madrid y de la excelente relación con el Colegio de Mediadores, nuestra vocación es la de formalizar alianzas estratégicas a largo plazo con las instituciones que apoyan y refuerzan la figura del mediador, clave en nuestra estrategia de distribución de seguros".
Previsora General se define como la alternativa a la mutua tradicional, ofrecen seguros personales revirtiendo parte de sus beneficios a los mutualistas en forma de nuevos servicios y coberturas. Líderes en el ramo de Convenio Colectivo, comercializan además seguros de baja diaria para el colectivo de autónomos, seguros de accidentes individuales y colectivos, vida, salud y decesos.

SENASSUR RENUEVA EN 2022 SU COLABORACIÓN CON EL COLEGIO DE MEDIADORES DE SEGUROS DE MADRID

El Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid ha renovado su acuerdo de colaboración con Senassur, por medio del cual la aseguradora continúa como miembro del Plan de Integral de Cooperación.
La presidenta del Colegio, Elena Jiménez de Andrade, y Jorge Moreno, director comercial de Senassur fueron los encargados de rubricar, con formato digital, la continuidad del acuerdo durante 2022.
Jorge Moreno destacó, tras la firma del convenio de colaboración: "Nos alegra mucho poder seguir colaborando con vosotros y continuar creciendo juntos, dando soporte a los corredores de Madrid con productos innovadores y adaptados a las necesidades de sus clientes". Elena Jiménez de Andrade insistió en las ventajas de tener entre los colaboradores del Plan Integral de Cooperación del Colegio a un especialista en el seguro de Auto de la talla de Senassur. "Es una satisfacción mantener la relación con Senassur, que tantos beneficios ha aportado a los mediadores de Madrid durante estos años".
La presidenta del Colegio destacó la colaboración que los profesionales de la correduría han realizado con el Centro de Formación.



Elena Jiménez de Andrade y Jorge Moreno durante la videollamada en la que renovaron el acuerdo.

JAVIER MARTÍNEZ EXPLICÓ EN TVE LOS SEGUROS CONTRA EL ROBO DE OBRAS DE ARTE Y LAS INDEMNIZACIONES POR CIERRE DE ACTIVIDAD DURANTE LA PANDEMIA

El vocal de Deontología del Colegio ha participado en varias ocasiones, durante las últimas semanas, en el programa La Hora de La 1, de Televisión Española.
En una de esas intervenciones explicó las particularidades del seguro contra robo de obras de arte, mientras que en otra intervención habló de las indemnizaciones a las que tienen derecho los empresarios que tuvieron que cerrar sus negocios durante la pandemia.
Con estas entrevistas, el Colegio transmite a la sociedad la realidad del seguro.

ELENA JIMÉNEZ DE ANDRADE DEFIENDE LA LABOR DEL MEDIADOR DE SEGUROS EN EL TORO TV

La presidenta del Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid, Elena Jiménez de Andrade, estuvo el martes 22 de diciembre en los estudios de El Toro TV, en el programa matinal "Dando Caña", contestando a las preguntas de Alba Vila y las de los contertulios invitados. La figura del mediador, la pujanza de los seguros de salud y la forma de encauzar las relaciones con las compañías centraron los focos de la entrevista, que transcribimos a continuación:

Sabemos que los mediadores de seguros aportan facilidad y ahorro a los consumidores y ventas e ingresos a las aseguradoras… ¿Cómo es posible esta cuadratura del círculo?

Todos ganan. Los primeros, los asegurados. Ganamos los mediadores de seguros porque realizamos la labor que nos corresponde.

¿Cómo se define la figura del mediador de seguros?

El mediador es un profesional experto, muy formado, muy preparado. En estos momentos que vivimos ahora es cuando más se valora la figura del mediador. Somos imprescindibles. El mediador te acompaña en tu relación con la compañía de seguros. Te acompaña en el asesoramiento previo a la contratación de los riesgos que tengas. Continúa con la gestión de tu póliza, y, sobre todo, te asesora en el momento del siniestro. Es cuando necesitas una ayuda más personal, más cercana y con el conocimiento que aporta la experiencia.

Y para las compañías aseguradoras, ¿cuáles son los beneficios?

A las aseguradoras les beneficia sobre todo en la fluidez. Tratar con un interlocutor válido para ellas también es importante. No es lo mismo tratar con una persona que no conoce el riesgo que con un mediador. Somos socios, somos partners. Para las compañías, la experiencia que aportamos agiliza y favorece la consecución de sus objetivos, que es, principalmente, cubrir los riesgos.

¿Cuáles son los seguros que ahora piden los usuarios?

Con la pandemia nos hemos empezado a leer las pólizas. Cosa que antes, a lo mejor, no hacíamos porque no teníamos tiempo. Ahora, los seguros vinculados a la salud y a la vida se están contratando de una forma más masiva que antes. Los seguros de hogar, los multirriesgo, siguen siendo los que mayor demanda generan y, obviamente, el seguro obligatorio de auto. Pero salud, vida y hogar son los seguros que la gente está demandando estudiarlos más y ver de qué forma se pueden adaptar a sus necesidades.

¿Cómo se han portado las aseguradoras con los afectado por el Volcán de La Palma?

Se han portado bien porque no había otra forma de portarse. Afortunadamente, las compañías ya están muy expuestas y muy preparadas para este tipo de situaciones. Además de establecer programas de atención de emergencias, en este caso es el Consorcio de Compensación de Seguros el que ha asumido el pago de las indemnizaciones. Lo que han hecho, en este caso, las compañías es favorecer y aportar toda la documentación y agilizar todos los trámites. Se han portado impecablemente bien. El Consorcio ha pagado más de 30.000 millones, que hayamos leído hoy, que no es nada comparado con lo que espera.

¿Es importante la formación para ser mediador de seguros?

Es clave. El conocimiento, la experiencia, pero sobre todo la formación. Los mediadores estamos obligados por ley a tener realizadas más de 300 horas de formación y los agentes, más de 200. Eso es lo más importante, si no estás formado no tienes esa ventaja competitiva que te da el conocimiento.

Yo quiero hacer un seguro. Lo que tiene más sentido común es acudir a un profesional, que sería el caso vuestro. ¿Qué responsabilidad tiene con respecto a lo que yo contrate este profesional?

Por ley, el mediador está obligado a tener un seguro de responsabilidad civil profesional. El mediador, lo que hace, dentro del panorama de la industria aseguradora, dentro de tus necesidades y de tu situación, es decirte cuál es la cobertura que mejor te conviene. La responsabilidad la tenemos cubierta por un seguro, pero la responsabilidad más importante es orientar al usuario y establecer el vínculo con la compañía en toda la vida de la póliza, tanto en la atención del siniestro, que estamos obligados a atenderle, como en la contratación previa del seguro.

Si la compañía no me responde, ¿el mediador de seguros pinta algo?

El mediador siempre interviene. El mediador pinta todo. Cuando la compañía no te responde es cuando nos damos cuenta que la necesidad de contar con un mediador es vital porque es el interlocutor con la compañía.

EL COLEGIO
por Allison Castillo

Es que yo creo que el mediador de seguros es más importante que la compañía. Puedo poner ejemplos de compañías que han dejado tirada a una persona y lo ha resuelto el mediador.

En ese caso, el mediador es determinante, en el Colegio tenemos una campaña que dice "ponunmediadorentuvida.com". Casos como el que has descrito ocurren muy a menudo, es más, son los que más ocurren.

El cliente necesita una persona para su interlocución que no sea alguien que esté en un 902, por ejemplo, que no te entiende, que no conoce tu situación personal. Lo que necesita es una persona que conozca tu situación y que sea el interlocutor con la compañía. Nuestro trabajo está centrado en eso.

Mucha gente se ha quejado de que las compañías te puedan echar.

Es un contrato entre dos partes y se establece, efectivamente, en todas las pólizas que la compañía te puede echar y tú también te puedes ir. La compañía tiene que advertirte con dos meses de antelación que no te va a renovar la póliza y tú puedes decir a la compañía con un mes de antelación que no vas a renovarlo. Y el seguro de la póliza es un contrato, entonces las compañías pueden prescindir de ti porque tienes una elevada siniestralidad, porque tu perfil no encaja en su política…

¿Eso es normal, aunque duela?

Eso es normal, aunque duela. Eso está previsto. Hay compañías que, si tienes un alto índice de siniestralidad y no eres rentable para ellas, no te renuevan. No son ONGs…

Si, pero si yo voy a ver mucho a un médico no me tacha de la lista…

En los seguros de salud, por ejemplo, no ocurre eso. Algunas compañías pueden prescindir de ti y otras, no. Hay compañías que garantizan la duración de tu póliza de salud para siempre.

Eso es muy importante…

Estos son los beneficios que aportamos los mediadores. Nos dicen: "Oye, qué compañía no me va a echar nunca en el seguro de salud". Pues tenemos estas…

A los sesenta y pico ya no te coge una compañía para una póliza de salud…

Hasta los 65 años, máximo. Alguna compañía llega hasta los setenta años, pero con unas primas elevadísimas.

Esto no tiene nada que ver con los mediadores de seguros, pero si la compañía decide cortar ese contrato, ¿no hay devolución de ningún dinero anterior que hayas ido pagando a la compañía?

No hay compensación si es la compañía la que decide de forma unilateral que no renueva el contrato. Si es verdad que, durante la vigencia del contrato, hay una figura que se llama el extorno por la que te devuelven la parte de la prima que has pagado y no has consumido.

Pongamos por caso, me cambio de vivienda y entonces tengo que asegurar otra casa, entonces, sí que cabe la devolución de parte de lo pagado.

ASISA RENUEVA SU ACUERDO DE COLABORACIÓN CON EL COLEGIO DE MEDIADORES DE SEGUROS DE MADRID

El Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid y Asisa han renovado por cuarto año consecutivo su convenio de colaboración para continuar con el impulso de actividades que ayuden al desempeño del mediador y dar fluidez al canal de comunicación directo entre la aseguradora y los colegiados.

La presidenta del Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid, Elena Jiménez de Andrade, y el director Comercial Territorial Madrid de Asisa, Enrique Gallego, han firmado el convenio para 2022 en la sede del Colegio, que se compromete a potenciar la imagen de Asisa en los distintos canales de mediación en Madrid.

Enrique Gallego ha señalado que "nos complace especialmente renovar un año más el acuerdo de colaboración con el Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid. Seguimos reforzando y potenciando la figura del mediador con el apoyo del Colegio de Madrid". "Asisa quiere consolidarse como aseguradora multirramo al servicio de las personas, extendiendo nuestra experiencia en el cuidado de la salud a otros ámbitos a través de nuestra oferta en Vida, Dental, Decesos, Accidentes, Viajes y Mascotas, y por supuesto de la mano de la mediación profesional", añadió.

Para Elena Jiménez de Andrade, "es una enorme satisfacción prorrogar la colaboración de una entidad como Asisa, líder en Salud, con el Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid, porque se revalida la confianza en la mediación profesional para distribuir sus productos aseguradores".

EN ESPAÑA, UNO DE CADA 10 CORREDORES SE REGISTRAN EN LA DGSFP A TRAVÉS DEL COLEGIO DE MEDIADORES DE SEGUROS DE MADRID

El Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid ha cerrado 2021 con un nuevo récord de altas de colegiados. En total se han registrado cerca de 40 nuevas incorporaciones el año pasado, un 48% más que en 2020, el año de la pandemia. De estas, más de 20, han tramitado su inscripción en el registro público de la DGSFP a través del servicio de tramitación que ofrece el Colegio de forma gratuita. Según datos de la DGSFP, durante el ejercicio anterior se dieron de alta en toda España 228 mediadores de seguros (empresas o profesionales).

Elena Jiménez de Andrade Astorqui, presidenta de la Institución, informa que "estos datos reflejan una tendencia muy positiva para el Colegio de Madrid y en definitiva para todos los mediadores de seguros. Acompañamos a los futuros mediadores de seguros en todo su desarrollo profesional, primero desde sus comienzos con el acceso al certificado Nivel, 1,2 y 3 que obtienen desde el Centro de Estudios del Colegio, líder en formación de seguros y después con su inscripción en la DGSFP, para terminar, acompañándolos con todos los servicios que tanto en materia formativa como informativa se ofrecen desde el Colegio con el fin de que puedan ejercer su actividad con excelencia y profesionalidad".

Ángel Corada, gerente del Colegio, explica, a tenor de estos datos, de forma rotunda: "Si se tiene en cuenta que en la Dirección General de Seguros se han tramitado 228 altas en 2021, podemos decir que el Colegio capta el 16% de las colegiaciones totales en España". Además, añade: "Si hemos tramitado durante el año pasado 21 altas de corredores/corredurías a través del Colegio, podemos decir que uno de cada 10 corredores que se dan de alta en España utiliza los servicios del Colegio".

Durante los últimos cinco años, a excepción del año 2020, año de la pandemia, la cifra de nuevas incorporaciones en el Colegio de Madrid ha ido aumentando sustancialmente. Uno de los motivos por los que se incorporan al ente colegial, son las ventajas y servicios que de forma global se ofrecen desde el Colegio.

ARRANCA UNA NUEVA EDICIÓN DEL CURSO SUPERIOR DE RESPONSABILIDAD CIVIL Y SEGUROS DEL CMSM

El Curso Superior de Responsabilidad Civil y Seguros del Centro de Estudios del Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid es una formación que tiene como objetivo profundizar en la Institución de la responsabilidad civil y en los seguros que la cubren, tanto desde un punto de vista profesional como empresarial.

Esta formación, que ha alcanzado diez ediciones, está dirigida a mediadores de seguros y sus colaboradores, Gerentes de Riesgos, licenciados en Derecho, Responsables y Colaboradores de Asesorías Jurídicas, Jefes de Ramo, Suscriptores de Responsabilidad Civil, Jefes de Siniestros, Peritos de Seguros y otros profesionales interesados en la materia, y analizará la problemática actual de la responsabilidad civil y las soluciones de cobertura del riesgo que aporta el sector asegurador.

El análisis se realizará desde un punto de vista teórico, a través de exposiciones de profesionales en la materia, y práctico, mediante presentación y resolución conjunta de casos reales, con constantes referencias a la doctrina jurisprudencial sobre la materia. Todos los años se abren nuevas convocatorias.

ASISA IMPARTE UNA CLASE SOBRE SEGUROS DE SALUD A ALUMNOS DEL CURSO NIVEL 1 DEL COLEGIO DE MADRID

Eduardo Monge, jefe de Ventas de la Delegación de Asisa en Madrid, impartió una clase sobre el Ramo de Salud. A la formación, que se celebró en formatos presencial y online, asistieron casi medio centenar de alumnos del Curso Nivel 1 que imparte el Centro de Estudios del Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid (CMSM).

Durante la ponencia, Monge hizo una descripción de la situación del mercado en este Ramo y aportó valiosos argumentos de venta.

JAVIER MARTÍNEZ: "EL SEGURO ES UN PRODUCTO COMPLEJO Y ES IMPRESCINDIBLE EL SOPORTE HUMANO"

El vocal de Deontología del Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid (CMSM) participó en el programa Todos Seguros, de Capital Radio, para hablar del importante papel del mediador en el sector.

Javier Martínez compartió micrófonos con Miguel Benito, presentador de este espacio en Capital Radio en el que el vocal del Colegio explicó que, "contrariamente a lo que mucha gente piensa, el mediador se va a convertir en una figura más importante". "Nosotros seguimos batiendo récords en matriculación" en los Cursos del Colegio, entidad que tramita 1 de cada 10 inscripciones para formarse como mediador.

El Colegio se ha convertido en una potencia en formación, algo que Martínez calificó como "nuestra obsesión". Además, alabó la labor de Ángel Corada, quien "ha hecho una labor extraordinaria" al frente del Centro de Estudios del Colegio.

En este sentido, Martínez recordó que, cuando llegó Elena Jiménez de Andrade a la presidencia, en 2009, el Colegio estaba perdiendo colegiados. Ahora la tendencia es justo la contraria: cada año crecen las cifras respecto al año anterior. "Elena hizo una muy buena selección de compañeros de viaje", explicó, y destacó cómo dieron una vuelta a la institución, haciéndola más abierta y accesible.

MAYOR VALOR SOCIAL

Gracias a ello, la sociedad, y el sector, han podido comprender la importancia del mediador. "La gente va entendiendo que nuestra figura ha hecho una actualización seria y rigurosa", destacó Martínez. "El seguro es un producto complejo y es imprescindible el soporte humano", añadió, y puso como ejemplo de la importancia de este perfil la compra online de un móvil: el usuario, generalmente, está preinformado y sabe cuáles son las características que busca; en el mundo del seguro, el consumidor no sabe nada sobre las coberturas y, en realidad, solo se fija en el precio.

Además, explicó que, en ocasiones, con un mediador el seguro puede salir incluso más barato que contratándolo directamente online. Algo que mucha gente no sabe, a pesar de que podrán contar con el asesoramiento y acompañamiento de un profesional del sector sin que el precio se vea incrementado.

EL COLEGIO CELEBRÓ UNA FORMACIÓN SOBRE COLOCACIÓN DE SEGUROS EN EL MERCADO DURO

Junto a Dario Spata CEO de Iberian Insurance Grup, S.L.; José Núñez CEO de Lloyds Iberia; José Luis Latorre, director general de Alea Agencia de Suscripción, S.L.; y Fernando Barrio, director general de Names Agencia de Suscripción, S.L., el Colegio de Mediadores de Madrid reunió en su sede, el pasado 24 de febrero, a un importante grupo de colegiados que quisieron analizar de cerca las mejores estrategias para la colocación de seguros en el mercado duro. Esta jornada se centró en la forma de plantear las operaciones a los clientes para incrementar su tolerancia al riesgo, al tiempo que explicó las mejores fórmulas para reducir la fricción a la hora de ofrecer distintos productos en mercados complejos. La formación ayudó a los asistentes a adquirir una visión amplia y de claro componente práctico para plantear operaciones, y subrayó el compromiso del Colegio con las actividades formativas junto a compañías líderes del sector como vehículo para el reciclaje profesional y la actualización constante de conocimientos.

"DESDE JOVEN TENÍA CLARO QUE QUERÍA DEDICARME A LOS SEGUROS"

Javier Hernández, gerente de PHB Seguros Agencia Exclusiva de AXA

Desde cuándo está colegiado en el Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid (CMSM)?
Desde 2003, cuando me saqué el título, que cursé en el Colegio. Voy a hacer 20 años ya colegiado.
¿Por qué eligió concretamente al Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid para formarse como mediador a través de sus programas formativos?
Porque considero que nuestra profesión debe ir de la mano de la formación y encaminada a la máxima personalización.
En este sentido, el Colegio es el espacio donde se nos ayuda y guía en la correcta gestión del mundo de la mediación.
Tenía claro que el Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid era el lugar donde podía cubrir esas necesidades como profesional de la mediación.
¿Qué le ha aportado a su profesión y a su empresa, de la que luego hablaremos, el hecho de estar colegiado en el Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid desde hace tanto tiempo?
La garantía y seguridad, sentirte respaldado por un colegio que defiende nuestros intereses.
En mi caso, además, he hecho uso del Departamento Jurídico, así como de la administración y formación, habiendo cursado un gran número de cursos y formación reglada y no reglada.

> "Colegiarse ayudaría a que se dignifique más la profesión

¿Echa de menos algún servicio que podría tener el Colegio y que no ofrezca actualmente?
Como colegiado y mediador, considero que el Colegio podría constituir una mesa de trabajo con compañías del mercado, con el fin de aportar en común para el bien del mercado asegurador.
¿Cómo se podría plantear, más concretamente, este servicio?
Algo sobre conexión, conectividad o mediación con las compañías, porque los corredores y mediadores tenemos como proveedores, socios o partners a las compañías, y si tuviéramos una relación directa, como por ejemplo a través de reuniones con el responsable de la compañía, por medio del Colegio, podría ayudar.
Creo que eso atraería aún a más colegiados.
¿Cree que es importante o incluso necesario estar colegiado para poder competir en el sector de la mediación?
Por desgracia, no es obligatorio. Pero considero que sí es importante, porque eso ayudará a que se dignifique más la profesión y se reconozca el valor que aportamos los mediadores.
Creo que debería ser exigible, como sucede ya en otras profesiones.
Hablemos de PHB Seguros, su compañía. ¿Podría contarnos cuál es su historia? Porque usted empezó muy joven en el sector asegurador y, además, le viene de familia.
PHB Seguros es una agencia de AXA que nace en 2004.
Mis padres, Conchi y Pedro, se han dedicado al seguro desde los 16 y 14 años, respectivamente, y es por ellos por los que estoy en este oficio. Desde pequeño viví la pasión por este oficio. Yo tenía claro desde joven que quería dedicarme a los seguros.
Empecé primero como agente de GES Seguros, en 2001, con 19 años, y luego me dediqué al mercado industrial. Estos años, de 2001 a 2005, fueron muy intensos en formación y crecimiento profesional, apostando por un gran proyecto con AXA Seguros en Guadalajara.
Su oficina se enfocó desde el primer momento de un modo innovador, empezando por su localización: un polígono industrial. ¿Por qué se salió de lo convencional y apostó en su lugar por una ubicación hasta entonces inédita y arriesgada para una agencia que empieza su andadura?

> "Como dice mi padre, 'no cansarse nunca de estar empezando siempre'

Por mi formación y especialización en el mundo empresarial, y por ofrecer el servicio en el lugar en el que se demandaba.Yo quería hacer algo diferente, así que abrí la oficina en un polígono industrial porque es donde estaban los clientes y donde podía aportar valor.
Entonces salió bien aquel plan, porque PHB Seguros creció.
En la actualidad, PHB Seguros es una de las agencias más fuertes de AXA en la provincia y somos especialistas en el mercado industrial y de salud. Tengo que agradecer todo esto al gran equipo que en estos últimos 20 años ha hecho esto posible, y a los clientes que han depositado su confianza en nosotros.
Con esta historia a sus espaldas, y habiendo vivido muchos cambios en el sector de la mediación, ¿es optimista respecto al futuro del sector con el auge de la digitalización y la entrada de nuevos potenciales competidores?
Los mediadores cada día tenemos una competencia mayor y más agresiva, pero eso aporta aún más valor al mediador.
El futuro cambiará, como todo en esta vida, pero, como dice mi padre, 'no cansarse nunca de estar empezando siempre'.
La mediación de hace 40 años no tenía nada que ver con la mediación de hoy, por lo que, en un futuro, nuestro mercado será totalmente diferente.
Cambios va a haber, pero nuestra profesión y el valor añadido que aportamos nos hará imprescindibles. De eso no tengo ninguna duda.
¿Hacia dónde piensa que irá el mercado de la mediación a medida que vaya experimentando estos cambios de los que habla?
Creo que el mercado irá hacia dos modelos: uno de broker que prestará servicios de mediación, asesoramiento y gerencia de riesgos, cobrando minuta por servicio; y el de agencia, que irá hacia un modelo profesional e integrado en la compañía.

NOTICIAS DEL MEDIADOR

La mediación es un mercado dinámico que no deja de arrojar novedades. Recogemos las principales noticias para estar al día.

MPM SOFTWARE LANZA ELEVIA ECLIENT, UN NUEVO PORTAL DE GESTIÓN DE CLIENTES PARA LA MEDIACIÓN

MPM Software ha lanzado al mercado la nueva generación de su solución Elevia eClient para la gestión de los clientes de las corredurías de seguros. Una plataforma concebida para atender las necesidades tanto de clientes particulares como clientes empresa que se asienta sobre la plataforma Elevia, desarrollada para crear un entorno de fácil uso, intuitivo, responsivo y compatible con dispositivos móviles con el que se podrá proporcionar servicios de correduría digital 24x7 a sus clientes.

Entre las características más destacadas de Elevia eClient están la capacidad de personalización a la imagen de cada correduría, la posibilidad de configurar las acciones que se permiten a cada uno de sus clientes y algunos de los contenidos o un cuadro de mando y estadísticas orientadas a cada tipo de cliente.

Asimismo, la plataforma ofrecerá integración con el Gestor de Procesos de Elevia para automatizar respuestas e interacciones con los clientes, y permitirá realizar la declaración de siniestros en línea, así como todo el proceso de tramitación y seguimiento de la gestión de los expedientes y las comunicaciones y gestiones en curso con el cliente.

Además, Elevia eClient permite publicar productos aseguradores para que los clientes puedan cotizar y solicitar contrataciones de nuevas pólizas de seguros y se pueda realizar toda la relación y gestión comercial a distancia y en tiempo real.

La plataforma, que está disponible en español, inglés, portugués y catalán, permite al corredor adoptar un modelo de relación de sus clientes omnicanal, ya que, además de la integración con el ERP segElevia, también se integra con el resto de las soluciones de MPM (segApp, segTarificador, segCotizador, etc.), aglutinando toda la información y actividad con los clientes en un único entorno.

ALLIANZ, AXA, GENERALI, MAPFRE, ZURICH, PLUS ULTRA Y LIBERTY SON LAS ASEGURADORAS CON MAYOR PRESENCIA EN LAS CORREDURÍAS

Según el XIII Barómetro de Adecose, 9 de cada 10 corredurías de seguros trabajan con Allianz, AXA, Generali, Mapfre, Zurich, Plus Ultra y Liberty Seguros.

Si se amplía más el rango, añadiendo al 75% de las corredurías, se incluye en la lista a Reale, ARAG, Fiatc, Caser, Helvetia, Markel, DKV, Sanitas, Catalana Occidente, Asefa, Berkeley, Chubb, SegurCaixa-Adeslas y a Hiscox, según destaca 'SegurosNews' en un análisis que ha hecho del Barómetro.

El portal ha destacado que Generali está presente en el 98% de las corredurías asociadas a Adecose, seguida de Mapfre (con el 97%), Allianz, AXA (ambas con el 96% de presencia), Zurich (con un punto menos, 95%), Plus Ultra (92%), Liberty (91%) y ARAG, Fiact y Reale, con el 90% cada una.

DAS ABOGADO PERSONAL SE INTEGRA EN AVANT2

El multitarificador de Codeoscopic incorpora DAS Abogado Personal, un producto para proteger a propietarios de viviendas que incluye asesoramiento legal, y que se enfoca en contingencias como la ocupación de la vivienda y los daños derivados.

DAS Abogado Personal también incluye cobertura en aquellos puntos que en ocasiones dejan fuera los seguros de Hogar.

RATIFICADA LA CONDENA AL BANCO SABADELL POR VINCULAR UNA HIPOTECA A UN SEGURO DE VIDA

La Audiencia Provincial de Zaragoza ha ratificado la condena al Banco Sabadell por mala praxis en la comercialización de seguros al vincular a la concesión de una hipoteca una póliza de Vida a 20 años.

El Juzgado número 12 de Primera Instancia de Zaragoza condenó el año pasado al banco al estimar que había obligado al cliente a contratar una póliza que beneficiaba injustificadamente a la entidad y a sus sociedades, y la obligó a devolver al cliente la prima abonada más los intereses.

El Colegio de Mediadores de Zaragoza respaldó económicamente la demanda del cliente contra la entidad financiera dentro de sus acciones contra las malas prácticas en la profesión. Imponerle un seguro y el cobro de su correspondiente prima de forma anticipada, que ascendía a más de 20.700 euros, es ilegal y vulnera varias leyes, entendieron.

Tras el recurso de apelación presentado por el Banco Sabadell, la Justicia ha vuelto a dar la razón al demandante, por lo que deberá proceder a la devolución de la prima abonada y la parte no consumida de los próximos años, así como los intereses generados en este tiempo y las costas derivadas del procedimiento.

Los Colegios de Mediadores de Seguros confían en que esta sentencia sea ejemplarizante para combatir la mala praxis bancarias. Actualmente hay dos demandas más interpuestas contra el Sabadell por presuntas malas prácticas en la venta de seguros.

AVANT2 INTEGRA LOS SEGUROS DE VIDA RIESGO DE SANTALUCÍA

El multitarificador de Codeoscopic añade los productos PlanVida Integral y PlanVida Protección Personal de Santalucía a su catálogo para medidores y corredores, al que ya acceden casi dos mil profesionales.

Santalucía ya ofrecía en Avant2 sus seguros de Comunidades y prevé lanzar en poco tiempo los de Hogar y Decesos, según ha confirmado la compañía.

Desde Santalucía han querido destacar la apuesta de la aseguradora por la mediación profesional con este tipo de acciones, que facilitan a muchos profesionales del seguro el acceso a productos personalizables gracias a plataformas digitales versátiles que permiten gestionar mejor el negocio.

DAS SEGUROS Y LISA LANZAN UNA PLATAFORMA PARA MEDIADORES

DAS Seguros y Lisa han puesto en marcha una plataforma que facilitará el acceso de los mediadores al seguro de impago de facturas.

El objetivo de este acuerdo será el de facilitar la gestión y emisión de pólizas en cuestión de minutos, según han confirmado ambas compañías en un comunicado en el que anuncian esta alianza.

Esta nueva plataforma llega al mercado como parte del lanzamiento del microseguro DAS Factura Asegurada, que ofrece a empresas y autónomos la posibilidad de asegurar sus facturas de manera individual, sin cuotas ni suscripciones, siempre que no superen la cuantía de 6.000 euros (IVA incluido), por un importe fijo inferior al 1% del valor de la factura.

Este micro seguro, concebido para ser un producto de pago por uso y on demand (bajo demanda), lo convierte en un embedded insurance fácilmente integrable en cualquier proceso de facturación de los clientes, explican sus impulsores.

Ahora, y gracias a esta nueva plataforma, los mediadores podrán gestionar mejor este seguro, ganando eficiencia en los procesos gracias a una interfaz sencilla, de fácil manejo y adaptada para ajustarse a las necesidades de cada cliente.

Este tipo de plataformas digitales pueden contribuir a facilitar la labor de los mediadores, ya que permiten configurar y personalizar los seguros en función de las necesidades de cada cliente, de forma rápida y eficaz, ahorrando papeleo y garantizando un mejor control de todos los procesos y de la información que se genera.

MADRID SEGURO
Por Miguel Ángel Ossorio

Elena Martín

DIRECTORA DE LA ZONA MADRID DE PELAYO

Sonia Prieto

DIRECTORA DE LA ZONA CENTRO Y CANARIAS DE PELAYO

Entrevistamos a dos directivas de Pelayo, responsables del negocio de la aseguradora en Madrid y Centro-Canarias, para tomar el pulso al sector, hablar del comportamiento de los Seguros en la Comunidad de Madrid y analizar el papel de la mediación en un sector esencial para la recuperación económica y social

"Pelayo es una empresa que sigue apostando por la mediación"

Pelayo tiene 88 años de experiencia en el mercado, 1.023 empleados y 827.728 mutualistas. ¿Tienen datos de su índice de satisfacción? ¿Qué hacen para conocer la opinión de los clientes?

Desde Pelayo, uno de nuestros principales retos es conseguir que nuestros clientes se sientan satisfechos. Nuestra máxima preocupación es que el cliente perciba un excelente servicio.

Realizamos con asiduidad encuestas a los clientes para valorar el grado de satisfacción de los mismos, además de identificar posibles áreas de mejora. Para nosotros es muy importante ofrecer un servicio de calidad que además sea ágil, cercano y comprometido; es tal nuestra implicación con lo que ofrecemos a los clientes que si no cumplimos no abonarán la siguiente anualidad.

Dentro de las prioridades marcadas para los próximos años, un punto importante es continuar optimizando la experiencia de cliente, situándolo siempre en el centro y ofreciendo soluciones de calidad a cada una de sus necesidades.

La tipología de los clientes, de los seguros que contratan, ¿es similar en cada una de las regiones españolas en las que está presente Pelayo? ¿Los madrileños tienen alguna característica diferencial del resto de las provincias?

Nuestros productos van dirigidos a particulares y por las diferentes regiones que existen en España, con unos hábitos, necesidades y tipologías de vida diferentes hacen que un producto tenga mayor acogida y demanda en una zona que en otra.

En las grandes ciudades, como es el caso de Madrid, hay mayor concentración de actividad financiera, comercial y también mayor oferta de servicios; todo ello provoca que sean mercados más agiles, exigentes y competitivos con respecto a otras zonas del territorio nacional.

Como responsables de negocio de Pelayo en Madrid, ¿qué balance hace de 2021? ¿Y qué perspectivas de crecimiento ven en la Comunidad de Madrid en este 2022?

El balance del 2021 ha sido positivo a pesar de ser un año atípico debido a la situación económica y a los efectos de la pandemia.

La presión a la baja de las primas medias, sobre todo en el ramo del automóvil y el incremento de la siniestralidad ha influido en que el beneficio sea menor que el del año anterior, a pesar de ello el resultado ha sido bueno.

Además, hemos incrementado las ventas en ramos estratégicos para la Entidad como Vida Riesgo y Salud.

Volvemos a encontrarnos en un momento de incertidumbre pues dependerá nuestro crecimiento de la evolución económica. Es evidente que la inflación afecta de forma importante a los costes de las entidades aseguradoras.

Nos enfrentamos a un entorno complicado y a un mercado competitivo, a pesar de ello el objetivo principal que nos hemos marcado en Pelayo es el crecimiento sostenible.

Conociendo las previsiones del sector, que nos adelanta que las caídas en las matriculaciones continuarán aumentando, nuestro principal foco se centrará en la diversificación a través del desarrollo de captación de clientes.

¿Creen que las redes sociales son un canal idóneo para fidelizar y captar nuevos clientes?

Las redes sociales forman parte de la transformación tecnológica y son una manera más de interactuar con los clientes, por ello debemos de integrarlo en nuestros modelos de negocio conviviendo con los modelos más tradicionales.

Las redes sociales constituyen una parte del cambio tecnológico, siendo un nuevo canal de comunicación, es evidente que no podemos dar la espalda a las nuevas formas de interacción entre clientes y sí tenemos que aprovechar las ventajas que suponen, así como los beneficios que aportan en cuanto a comunicación, transparencia y visibilidad.

Por nuestra parte, estamos invirtiendo en el desarrollo y formación de nuestros mediadores para optimizar y sacar el mayor rendimiento a este tipo de herramientas.

¿Y herramientas tecnológicas como los chatbots y el uso de Inteligencia Artificial?

Es evidente que la transformación tecnológica es un hecho y que en estos años se ha acelerado a un mayor ritmo debido a la pandemia. Se han

> "Las redes sociales constituyen una parte del cambio tecnológico

integrado nuevas herramientas como los chatbots o el uso de inteligencia artificial para estar más cerca del cliente y dar soluciones más agiles.
En Pelayo estamos inmersos en un proceso de trasformación empresarial apostando por la innovación y la tecnología.

¿Creen que estas herramientas y canales ponen en peligro el papel de los mediadores? ¿Qué relación tiene Pelayo con la mediación?

En absoluto, creemos que este tipo de herramientas son adicionales y ayudan a mantener al cliente más cerca de una forma más cómoda.
Pelayo es una empresa que sigue apostando por la mediación, ocupando un papel relevante en la relación entre compañía y cliente.
Además, creemos que son clave para dar respuesta a las distintas necesidades de los clientes. Son nuestros asesores y jugaran un papel muy importante en la consecución del crecimiento.

Las compañías tradicionales se enfrentan al empuje de las InsurTech y las BigTech. ¿Cómo trabaja Pelayo en este sentido: son competidores, potenciales aliados, colaboradores…?

Las compañías tradicionales ya somos poco tradicionales y nos hemos incorporado a ese empuje de una u otra manera. Por nuestra parte tenemos una clara vocación de colaboración, de incorporar aliados que sumen a la generación de valor en cada una de las áreas, de generar sinergias y no exclusivamente en la comercialización sino en todo el ciclo de vida del negocio. Por supuesto, sabemos que serán competidores en muchas ocasiones y eso nos ayudará a mejorar nuestras propuestas de valor al cliente y al mediador.

¿Creen que el sector asegurador saldrá reforzado o debilitado de la crisis que estamos viviendo y de los cambios derivados?

En nuestra opinión saldrá reforzado, hemos tenido que acometer cambios tecnológicos más rápido de lo previsto y adaptarnos a nuevas formas de interactuar con los clientes, lo cual ha generado un gran aprendizaje.
Hemos incrementado la densidad comercial, polizas por cliente, con ventas intensivas en ramos como Salud y Vida, debido a la pandemia y los clientes han sido más consciente de la importancia de tener este tipo de seguros que garantizan mayor tranquilidad ante situaciones impredecibles como las que hemos vivido.
Hay mucho recorrido.

¿Son optimistas respecto al futuro del sector?

Si, lo somos. La perspectiva de futuro es positiva, siempre teniendo presente la situación económica, que es un aspecto clave para la evolución de nuestro negocio.
Es cierto que hay ramos, como el del automóvil, en el cual nos moveremos en un mercado "complejo" si no somos capaces de subir las primas medias, ya que los costes se verán incrementados debido a la inflación, complicando la rentabilidad del ramo y la cuenta de resultados de todos los actores de la cadena.
Hemos cerrado un 2021 con crecimiento en el sector asegurador 5% y si continuamos con la misma tendencia la previsión de este 2022 es al menos cerrar en la misma línea.

Sonia Prieto, a la izquierda, junto a Elena Martín, directivas de Pelayo.

MUJERES Y SOSTENIBILIDAD: EL FUTURO DEL SEGURO

El sector asegurador se ha demostrado resiliente y preparado para soportar una crisis tan grave como la pandemia, tristemente aderezada con fenómenos extremos como Filomena, la erupción del Cumbrevieja o inundaciones en varias zonas de España. Pero aún tiene que conquistar el reto de la Diversidad y la Sostenibilidad. Y ahí entran en juego las mujeres y un nuevo modelo laboral.

Cada mes de marzo se ponen en evidencia las desigualdades que arrastra la sociedad. Pero también se subrayan los logros alcanzados. Deseosos de que cada vez sea menos necesario dedicar páginas, horas de radio y televisión, y encuentros y manifestaciones a pedir 'igualdad', sigue siendo necesario, por el momento, demostrar dónde estamos fallando y qué podemos mejorar.

En España, alrededor del 20% de los puestos directivos de las empresas del Ibex-35 están ocupados por mujeres. Es poco. No hay medias tintas: es muy poco. No se trata de cuotas, sino de talento: España está sobrada de talento femenino que bien podría ocupar por méritos propios esos sillones. No en vano, y según datos divulgados por el Instituto Santalucía con motivo del Día de la Mujer, celebrado el 8 de marzo, el 53% de las mujeres en España tienen estudios superiores, frente a los 41% hombres. Una cifra que, sin embargo, no se refleja después en los puestos de responsabilidad: solo un tercio de los hombres desempeña ocupaciones básicas, frente a casi el 60% de las mujeres.

Hay que romper el techo de cristal

Como cada mes de marzo, Fundación Woman's Week reúne en Madrid a mujeres líderes para visibilizar tanto los retos pendientes, como las ganancias conseguidas. Y en este 2022 ha tenido un especial protagonismo el mundo del seguro de la mano de Maite Maroto, directora general de Iris Global (Grupo Santalucía), y Cristina Llorens, directora de Negocios Estratégicos y Comunicación del Instituto de Desarrollo Asegurador. Dos directivas que son el ejemplo del papel de la mujer en el sector, uno de los que cuentan con mayor presencia femenina, lo que demuestra que el nuestro es un sector pionero que sigue rompiendo barreras. Pero no hay que estancarse: "Muchas veces nos fijamos en cuántas mujeres CEO hay, pero es difícil llegar sin pasar por mandos intermedios", explicó Maite Maroto durante su participación en la 'Cumbre de Liderazgo Femenino', el pasado 2 de marzo, quien también destacó la dificultad que tienen las mujeres para llegar a la cúspide de las empresas si no pasan antes por altos cargos de menor rango.

Ese techo de cristal en realidad no está presente en las primeras franjas de las empresas. Cuando comienzan las carreras profesionales, al terminar los estudios, las oportunidades para hombres y mujeres son prácticamente idénticas. Quizás porque el machismo queda a un lado: no se espera que en España una joven de 23-26 años se vaya a quedar embarazada a corto plazo, lo que invita a las empresas con mentalidad discriminatoria a aparcar ese absurdo temor. Pero el embarazo puede terminar llegando entrados los 30, en línea con la edad de las españolas para tener su primer hijo (a los 31,1 años, según datos del Instituto Nacional de Estadística correspondientes a 2019). Es entonces cuando aparece, como por arte de magia, ese techo de cristal que estanca a las mujeres en los puestos que hayan logrado en una corta carrera de menos de diez años. Y eso marca de por vida el crecimiento profesional, ya que sus compañeros, que entraron al mismo tiempo, sí evolucionan, adquiriendo la experiencia necesaria para optar después a cargos de mayor responsabilidad y, al fin, llegar a la cúspide.

PROMOVER LA CONCILIACIÓN

Detrás de este fenómeno está la dificultad para conciliar o el irregular reparto de tareas del hogar y del cuidado de los hijos. En el primer punto, algunas empresas han avanzado de forma notable en los últimos meses, sobre todo desde que la pandemia evidenciara los beneficios del teletrabajo. Otras, sin embargo, han revertido el proceso, perjudicando de nuevo a las mujeres por tener que volver a horarios laborales imposibles e impropios de este siglo (también por ineficientes).

En el sector asegurador, sin embargo, se ha apostado a largo plazo por el teletrabajo, con ejemplos como el de Liberty, que incluso ha optado por esta fórmula como modelo por defecto. Algunas compañías tecnológicas, como Dropbox o Twitter, también se han pasado al trabajo en remoto total. Pero la mayoría ha

> "El sector asegurador ha apostado **a largo plazo por el teletrabajo como herramienta de flexibilidad y conciliación**

Por Miguel Ángel Ossorio

Maite Maroto (izquierda) y Cristina Llorens (derecha) son algunas de las mujeres del seguro participantes en MWW 2022.

> Las mujeres escalan puestos en el sector asegurador, **pero todavía hay muchos retos por delante hasta lograr que ocupen puestos en las cúpulas**

optado por una ficción híbrida: un par de días en casa y el resto en la oficina. Algo claramente insuficiente para conciliar. Y que enlaza con el otro gran reto de nuestro tiempo: la sostenibilidad. Y es que la apuesta por modelos de trabajo en remoto también contribuye a reducir las emisiones de gases de efecto invernadero relacionadas con el transporte. Mover a miles de personas de un lado a otro todos los días para desplazarse a gigantescos edificios de oficinas ha perdido todo el sentido en una época en la que apenas se necesita un ordenador con conexión a Internet para realizar gran parte de los trabajos. Y esto también afecta a las mujeres: las cifras del Instituto Nacional de Estadística disponibles, correspondientes a 2015, revelan que las mujeres dedican 63,6 horas semanales al trabajo remunerado, el no remunerado y los desplazamientos, frente a las 56,7 horas de los hombres. En 'trabajo no remunerado' es donde se incluyen tareas del hogar y obligaciones familiares, donde las mujeres dedican cuatro horas diarias, frente a las dos horas diarias de los hombres. En tareas del hogar, las mujeres dedican hasta dos horas diarias. Los hombres, la mitad. Por tanto, apostar por un nuevo modelo laboral no basado en el presencialismo, sino en la consecución de objetivos con flexibilidad horaria, deslocalización y capacidad para autoorganizarse será una palanca para que el talento femenino pueda brillar sin tener que renunciar a su vida personal. Y, de paso, para contribuir a que el mundo sea un lugar más sano.

REALE SEGUROS. MUCHO MÁS QUE UNA ASEGURADORA.

Mucho más es contar con más de 3600 personas cerca de ti para ofrecerte una atención personalizada siempre que la necesites.

ENCUENTRA TU MEDIADOR MÁS CERCANO EN **REALE.ES** O LLAMA AL **900 455 900**

900 455 900 / reale.es

REALE SEGUROS

REALE GROUP

TOGETHER MORE

LA ACTUALIDAD DEL SEGURO

Las compañías aseguradoras traen nuevas propuestas de servicios y productos que enriquecen la oferta disponible en el mercado.

MAPFRE, RECONOCIDA DE NUEVO COMO LA ASEGURADORA MÁS VALIOSA DE ESPAÑA

Mapfre ha sido reconocida de nuevo como la aseguradora más valiosa de España, según el ranking Brandz que elabora Kantar, informa la compañía en un comunicado.

El informe, que tiene en cuenta tanto la capitalización bursátil como la valía que le otorgan los consumidores a las compañías, sitúa el valor de Mapfre en 613 millones de dólares.

La clasificación recoge las 30 marcas españolas con mayor valoración, y en este ranking global Mapfre se ha situado en el puesto 21.

Aunque el impacto de la pandemia sigue siendo muy elevado para las grandes compañías del país, el informe de Kantar destaca que las marcas de este top 30 ya han recuperado buena parte de lo perdido en la crisis reciente.

En concreto, el valor de estas 30 empresas ha escalado un 11 % en 2021, hasta los 97.786 millones de dólares, aunque todavía está un 6% por debajo de la valoración que tenían antes de que estallase la crisis del coronavirus.

MAPFRE LANZA UN SEGURO DE DEPENDENCIA PARA PERSONAS ENTRE 55 Y 75 AÑOS

En otro orden de cosas, Mapfre ha lanzado un seguro de Vida que garantiza una prestación mensual y vitalicia en caso de dependencia.

"El novedoso producto, que puede ser contratado por personas de 55 a 75 años, incorpora cobertura para casos de dependencia moderada, severa y gran dependencia", informa la compañía en un comunicado.

El objetivo de Mapfre es ofrecer protección a sus clientes desde el primer momento en el que se produzca la situación de dependencia, sin necesidad de que tengan que esperar a una declaración oficial.

"Basta el reconocimiento como persona dependiente por un perito de la compañía, basado en criterios médicos objetivos, para que el asegurado comience a percibir la renta establecida, que podrá ser elegida a la hora de contratar el seguro, con un mínimo de 100 euros y un máximo de 1.500 euros", explica la compañía.

Además, en los casos en los que se determine que la situación de la persona es de dependencia moderada, el asegurado recibirá el capital fijado previamente para esta garantía y la póliza continuaría en vigor.

La cantidad a percibir sería el equivalente a 6 mensualidades de la renta establecida.

En España, alrededor de 9 millones de personas tienen más de 65 años y, de éstas, cerca de tres millones han alcanzado ya la edad de 80. Se calcula que en 2065 habrá más de 14 millones de personas mayores de 65 años en este país, lo que representará un 34,6% del total de la población en ese momento.

En la actualidad, más de 1.200.000 personas están recibiendo alguna prestación pública de dependencia en España, ayuda que ha sido solicitada por cerca de 1,9 millones de personas.

Ante estos datos, señala Mapfre, "garantizar el acceso a servicios de dependencia, y hacerlo con las prestaciones suficientes, de forma ágil y en un plazo corto, es fundamental para proporcionar la atención y cuidados que necesita una población tan envejecida y garantizar el adecuado funcionamiento de la sociedad".

Los clientes que contraten el seguro de Dependencia de Mapfre podrán incluir, de forma opcional, una garantía de fallecimiento que permite el rescate de las primas.

ZURICH PRESENTA SU ESTRATEGIA COMERCIAL PARA 2022

La compañía reunió a sus equipos comerciales, corredores y agentes en varios encuentros celebrados recientemente para desvelar sus estrategias para este año.

El principal objetivo de la compañía será seguir ganando cuota de mercado e incrementar la retención de clientes, pero también profundizar en su transformación digital, especialmente en el canal corredores. Zurich también ha apostado por el análisis de datos como fórmula para ganar eficiencia y simplificar procesos.

Además, la compañía se centrará en la sostenibilidad, con objetivos de cero emisiones, mejoras en movilidad y foco en el bienestar de las personas, sobre todo de sus profesionales.

IRIS GLOBAL ANALIZA EL FUTURO DEL TURISMO EN LA SEMANA DEL SEGURO Y PRESENTA SU PROPUESTA DIFERENCIAL

La compañía organizó la mesa redonda '¿Hambre de viajar? Seguridad, tecnología e innovación para recuperar el turismo y los viajes de empresa', en el marco de la XXIX Edición de la Semana del Seguro 2022, organizada por INESE en Madrid IFEMA.

En la jornada, moderada por Luz Jiménez Orte, directora de marketing de Iris Global, se analizó la evolución del sector viajes, tanto los de placer como los de trabajo. Un sector que representa el 12% del PIB de España, y que se ha visto muy perjudicado por la pandemia.

En este sentido, Javier Contín, director Innovación Iris Global, se mostró optimista al decir que "estamos empujando todos hacia la recuperación de los viajes, no solo por recobrar la economía española, sino también para restablecernos mental y psicológicamente", y añadió que "creemos que este será un buen año y el próximo, aún mejor".

Por su parte, David Pérez, cofundador & director de Negocio de Heymondo.es Smart Insurance Correduría de Seguros Digital, auguró que "la industria turística no llegará este año a los niveles pre-pandemia, pero los seguros sí que están igualados, incluso superando los objetivos más optimistas, porque, hoy por hoy, el porcentaje de personas que viajan con seguros llega prácticamente al 100%".

PROPUESTA DIFERENCIAL

La compañía del Grupo Santalucía también presentó en la Semana del Seguro sus propuestas en el mercado más allá de los viajes.

De la mano de Sandra Llamas, directora de Alianzas de Servicios de Iris Global, y de Ignacio de Alvaro Torán, responsable de Atención de Operaciones Domiciliarias de Naturgy, organizaron un disruptivo encuentro en el que los asistentes participaron en un taller colaborativo a través de la metodología LEGO® Serious Play® INSPIREO®, guiado por Pere Juárez Vives y enfocado en aprender a crear una propuesta diferencial basada en el trabajo en equipo.

"En Iris Global ofrecemos una propuesta de valor sólida para el cliente y líquida para el usuario final que nos llama y siente que todo fluye. Para ello, y gracias a nuestro alto nivel de innovación y digitalización, disponemos de un conocimiento muy intensivo de cada cliente que nos permite ayudarle adecuadamente y, finalmente, hacerle la vida mejor", señaló Llamas.

LAS ASEGURADORAS SE LANZAN A POR LA HIPOTECA INVERSA

Finteca y Caser anunciaron un acuerdo para ofrecer hipotecas inversas en España, en línea con el anuncio que días después hicieron Mapfre y el banco Santander.
Dichos acuerdos demuestran el papel que están jugando las aseguradoras a la hora de ofrecer estos productos en España, donde en 2019 apenas se contrataron 149 hipotecas inversas, frente a las 40.000 que hubo en Reino Unido. El acuerdo entre Finteca y Caser permitirá a la primera asesorar a potenciales clientes interesados en contratar una hipoteca inversa a través de sus más de 3.000 agencias inmobiliarias. Los analistas de la compañía realizarán estudios que ayuden a cada persona a elegir el mejor producto para sus necesidades. Respecto al acuerdo entre Mapfre y el Santander, el objetivo es crear una sociedad conjunta, al 50%, para ofrecer el producto. La alianza permitirá trabajar en el diseño, configuración y condiciones de la hipoteca inversa, con el foco en ofrecer al cliente senior servicios de valor adaptados a sus necesidades, con procesos sencillos para facilitar la contratación del producto.

ASÍ ES EL SEGURO NUEVOS PROPIETARIOS DE ARAG

ARAG ha lanzado el seguro Nuevos Propietarios, una póliza creada para proteger los derechos antes, durante y después del proceso de compra de una vivienda.
"El nuevo seguro está pensado para particulares que quieran comprar una vivienda, ya sea de segunda mano o nueva, incluso la compra sobre plano", explica Ana Rodríguez, del departamento de Oferta y Business Projects de la compañía.
Entre sus garantías y coberturas destacan la reclamación por incumplimiento del contrato de arras o de compra y la revisión y redacción de documentos y contratos.
Asimismo, y con objeto de dar continuidad a la póliza, también cubre la reclamación por ocupación ilegal de la vivienda, la reclamación de daños y reclamación frente a la comunidad de propietarios y vecinos. También incluye acceso al servicio de asistencia jurídica telefónica y videollamada de Arag.
El seguro tiene una prima que parte en 135 euros anuales.

EL RAMO AUTO CONCENTRA LA MAYOR CANTIDAD DE SINIESTROS FALSOS

Alrededor del 7% de los accidentes de coche declarados a las aseguradoras son falsos, según revela el VI Barómetro del Fraude en el Seguro de Autos y Hogar, impulsado por Línea Directa. En concreto, se han detectado 75.000 intentos de estafa en los dos últimos años, coincidiendo con la pandemia.
Según el barómetro, existen mafias que se dedican a intentar estafar a las compañías aseguradoras a través de los productos de Auto, con un coste medio de 1.130 euros por 'siniestro'.
Los intentos de engañar al seguro se centran en simular siniestros o en causarlos e implicar a terceros, por lo general inocentes. Respecto al modus operandi, por lo general van cambiando de aseguradora para seguir estafando sin despertar sospechas y sin ser penalizados. La guerra de precios en el sector, con atractivas campañas para atraer clientes y la reducción o eliminación de condiciones previas como reclamo publicitario, pueden contribuir a que sea más fácil cambiar de compañía para estas bandas.
Por otra parte, Hogar también acumula importantes bolsas de fraude, aunque la cifra (2,5% del total de siniestros notificados) dista mucho de la de Auto. En su caso, los intentos de fraude se centran en simulaciones de accidentes, seguidos de declaraciones de daños producidos antes de la contratación del seguro.
El Barómetro analiza el posicionamiento de la población respecto a este fenómeno. Aunque la condena es mayoritaria (63% lo hace), casi un 40% lo justifica en algunos casos y la mitad de los defraudadores no se arrepienten de haberlo hecho. No obstante, 3 de cada 4 encuestados no dudaría en denunciar a un tercero por fraude al seguro si fuera a ser recompensado por ello.

© Cruz Roja

EMPLEADOS DE HISCOX DONAN 5.000 EUROS A CRUZ ROJA PARA AYUDAR A UCRANIA

Un grupo de empelados de Hiscox ha donado 5.000 euros procedentes de un premio interno a Cruz Roja para apoyar su campaña de ayuda a los ciudadanos ucranianos que huyen de la guerra.
El equipo de Hiscox Iberia había obtenido un premio en una competición interna y ha decidido donar el dinero íntegramente a Cruz Roja, una cantidad que se suma a los 10.000 euros que ya había donado la filial española de la compañía y a los más de 128.000 que ha donado Hiscox a nivel global desde el inicio de la invasión de Rusia.
Además, el Grupo Hiscox donará en un primer momento otros 118.000 euros a la Cruz Roja y, más adelante, tiene previsto donar 118.000 euros más al Comité de Emergencia para Catástrofes para Ucrania. El objetivo es ofrecer ayuda inmediata para aquellos que se han visto obligados a abandonar su país por el horror de la guerra, pero también ofrecer apoyo para la reconstrucción y recuperación de las regiones devastadas.

DKV SEGUROS SE SUMA A UN PROYECTO DE LA FUNDACIÓN DOWN ZARAGOZA

'Llaves para la autonomía' es un proyecto impulsado por la Fundación Down Zaragoza que permite ayudar a personas con síndrome de Down a independizarse, para lo que les ayudan a preparar sus nuevos hogares.
En línea con este proyecto, los empleados de DKV han podido pintar una vivienda puente para personas con síndrome de Down que se quieren independizar después de un período de aprendizaje en el piso. Concretamente, los voluntarios de DKV en Zaragoza han participado en la reforma y acondicionamiento del inmueble, un proceso que ha durado cuatro días y que ha incluido limpieza y colocación de los muebles.
La compañía destaca con orgullo "la implicación de directivos de Zaragoza como voluntarios, que se pusieron el mono, cogieron la brocha, y dieron todo para dejar la vivienda perfecta", como explica Francisco Peña, responsable del Departamento de Personas de DKV.
Como parte de esta colaboración, DKV apoyará a los trabajadores con discapacidad intelectual de la Fundación Down Zaragoza a través de su Programa de Seguridad en Redes, 'Conectándote Seguro', y organizará una jornada de convivencia y deporte entre el voluntariado corporativo de DKV y la Fundación.

VAIVÉN DEL SECTOR

VAIVÉN DEL SECTOR

AXA España reorganiza su estructura con importantes cambios

La filial española de la aseguradora afronta una nueva etapa estratégica con una remodelación de su estructura.

La compañía, a partir del próximo 1 de abril, emprenderá cambios que afectan a varias áreas. Uno de estos cambios es el nuevo puesto de Luis Sáez de Jáuregui, actual director de Distribución y Ventas, y que asumirá la dirección de Oferta. Otro, el de Mar Romero, quien pasará de la dirección territorial de Levante-Baleares a dirigir el área de Distribución y Ventas.

Entre los cambios también destacan los que afectan a Nuria Fernández, quien pasará de dirigir Oferta Particulares a ser General Manager del AXA Madrid International Hub y directora de Desarrollo Estratégico de la compañía para Brasil, Colombia, Rusia y Turquía. También habrá cambios que afecten a Jesús Carmona, actual director de Oferta Empresas y Profesionales, si bien todavía se desconocen, así como las que afectarán a Rodrigo Figueroa, actual director de Clientes. Otro cambio será el que afecte a Josep Alfonso, actual director de Comunicación, Sostenibilidad, Relaciones Internacionales y de Fundación AXA, quien asumirá, además, Marca y Publicidad.

Además, el 1 de abril se creará la nueva Dirección de Clientes y Transformación, con el objetivo de desarrollar un modelo omnicanal, y que estará dirigido por Jorge Alba, hasta ahora responsable en el Área de Tecnología, que pasará a manos de Carolina de Oro.

María Sánchez Vidal, nueva directora de Relaciones Institucionales y Desarrollo de Negocio de Avanza Previsión

Avanza Previsión, entidad aseguradora perteneciente al Grupo Mutualidad de la Abogacía, ha anunciado la incorporación de María Sánchez Vidal como directora de Relaciones Institucionales y Desarrollo de Negocio. Licenciada en Administración y Dirección de Empresas y en Derecho por la Universidad Carlos III de Madrid, cuenta con una dilatada experiencia en el ámbito público, en concreto, en el Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital, donde ha ejercido varios cargos desde 2007 hasta la actualidad.

Tras superar las oposiciones al Cuerpo Superior de Inspectores de Seguros del Estado, se incorporó al Ministerio como inspectora coordinadora del área de Seguros de Personas del Servicio de Consultas y Reclamaciones, para después ocupar el cargo de responsable del área de Análisis de Canales de Distribución durante seis años. También ejerció como representante de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP) en el Comité técnico de innovación financiera de la Secretaría General del Tesoro y Política Financiera, como miembro de la Comisión de trabajo de innovación tecnológica de la DGSFP, y como vocal representante de la DGSFP en la Comisión de Coordinación del Espacio contralado de pruebas en el sector financiero.

María Victoria Valentín-Gamazo, nueva directora de Líneas Financieras en Iberia de AIG

María Victoria Valentín-Gamazo dirigirá el equipo de Líneas Financieras de España y Portugal de AIG. La nueva directora de Líneas Financieras de AIG en Iberia es licenciada en Derecho por la Universidad Complutense de Madrid y cuenta con una dilatada experiencia y conocimientos en materia de suscripción y gestión del talento.

Mar Latorre será nueva directora de Siniestros de Fiatc Seguros

Tras 24 años de trayectoria en Fiatc, donde hasta ahora era responsable del Departamento de Siniestros para Particulares, asume un nuevo cargo en el que buscará proporcionar un mejor servicio tanto a clientes como mediadores, por lo que el nombramiento, que confía en alguien 'de la casa', confirma esta estrategia.

Beltrán Palazuelo deja Santalucía AM para gestionar un fondo de renta variable europea en solitario

Beltrán Palazuelo, uno de los gestores más destacados de la firma de fondos del Grupo Santalucía, deja el equipo de Renta Variable para pasar a gestionar por su cuenta un fondo de bolsa europea continental en otra compañía, según ha publicado el diario online El Confidencial.

El gestor perfilará durante las próximas semanas la firma con la que lanzará este producto financiero, que dará continuidad a la estrategia realizada en los últimos años en Santalucía AM, convertida ya en un referente en la gestión financiera y en uno de los puntales de la estrategia de diversificación de la aseguradora, en un sector en el que las compañías del Seguro se están anotando importantes éxitos gracias a una gestión concienzuda en la que estos profesionales tienen mucho peso a la hora de tomar decisiones.

Asisa incorpora a tres nuevos consejeros en su Consejo de Administración

Asisa fortalece sus órganos de gobierno con el objetivo de impulsar sus planes de crecimiento, diversificación e internacionalización. Y, para ello, ha incorporado a tres nuevos consejeros en su Consejo de Administración, según ha indicado en un comunicado.

De este modo, el Consejo Rector de Lavinia S. Coop, accionista única de Asisa, ha nombrado, a propuesta de su presidente, el doctor Francisco Ivorra, a la doctora Antonia Solvas Martínez como nueva consejera en el Consejo de Administración de la aseguradora, y a Javier Gómez-Acebo Saénz de Heredia y Enrique García Candelas como consejeros independientes.

La doctora Antonia Solvas, secretaria del Consejo Rector de la cooperativa y delegada de Asisa en Barcelona, tiene una larga trayectoria en la compañía y lidera la actividad de la aseguradora en Cataluña, donde ha impulsado en los últimos años un ambicioso plan para acelerar su crecimiento. Por su parte, Javier Gómez-Acebo y Enrique García Candelas cuentan con una dilatada experiencia en el sector financiero, donde han desempeñado responsabilidades de gestión en diferentes entidades.

Caser incorpora a Fernando García en su red de agentes financieros

Fernando García cuenta con más de 14 años de experiencia en el sector, tras su paso por Banesto y, hasta ahora, por su cargo en el banco Santander. En esta entidad, de hecho, ha ocupado puestos de responsabilidad en la división de Banca Privada, por lo que, en su desembarco en Caser Asesores Financieros, podrá aportar su dilatada experiencia acumulada en la entidad que preside Ana Botín.

Licenciado en Derecho por la Universidad Complutense de Madrid, cuenta con un MBA por el IEB y con la certificación europea European Financial Planning Association, de EFPA.

En su valoración del nombramiento, Helena Calaforra, directora de Caser Asesores Financieros, ha destacado que Fernández podrá ofrecer servicios de máxima calidad con garantías de solvencia y solidez, en línea con los objetivos de la compañía.

Munich Re nombra a Daniel Rodríguez nuevo director de Vida y Salud

Daniel Rodríguez será el nuevo director del negocio de Vida y Salud de Munich Re en España y Portugal, según ha confirmado la compañía a través de fuentes del sector.

Rodríguez sustituirá en el cargo a Esteban Alburquerque, quien asumirá el cargo de Chief Commercial Officer Vida y Salud para el Sur de Europa y Latinoamérica en la compañía, aunque estará basado en Madrid.

Con una trayectoria de casi dos décadas en el sector asegurador y en consultoría actuarial, Daniel Rodríguez, quien es licenciado en Ciencias Actuariales y Finanzas por la Universidad Complutense de Madrid y PDD por IESE, se incorporó en 2015 a Munich Re, donde, desde 2018, trabaja para el negocio de Vida y Salud, por lo que conoce perfectamente el sector y podrá aplicar su dilatada experiencia en su nuevo cargo.

Eduard Tormo será Executive Director de Reinsurance Solutions en Aon

Eduard Tormo, con más de tres décadas de experiencia en el sector asegurador, seguirá basado en Barcelona, desde donde impulsará el papel de Aon con un cargo que el CEO para Iberia de Reinsurance Solutions de la compañía, Alejandro Moseguí, ha calificado de "reconocimiento a su excelente labor", como recogió SegurosNews en una nota publicada en su web.

Eduard Tormo, quien se incorporó a Aon Re Iberia en 2002, buscará la mejora de la experiencia de cliente de la compañía a través de nuevos servicios y soluciones, y asumirá responsabilidad sobre esta parte del negocio convertida en uno de los pilares de la compañía, y donde su desempeño ha demostrado importantes éxitos en los últimos años.

Ramón Francino llega a Berkshire Hathaway Specialty como suscriptor senior de RC

El abogado Ramón Francino, quien cuenta con 20 años de trayectoria en el sector asegurador, se incorpora a Berkshire Hathaway Specialty como suscriptor senior de RC, según confirman medios del sector.

Francino, con experiencia en compañías como Mapfre, Zurich o Aon, se encargará en Berkshire Hathaway Specialty de reforzar "un área clave en el desarrollo de nuestra compañía en España", destaca Juan Madrid, director de RC de la compañía, que incorporará a más de una decena de profesionales a su estructura como parte de esta estrategia para posicionarse mejor en el mercado, donde ya posee un importante papel que, ahora, y con este tipo de nombramientos, quiere incrementar para seguir creciendo e incrementando su base de clientes.

Liberty Global Transaction Solutions traslada a Antonio Jesús Sánchez de Londres a Madrid

Liberty Global Transaction Solutions ha traslado al suscriptor Antonio Jesús Sánchez desde Londres a Madrid, según han indicado fuentes conocedoras del movimiento.

Se establecerá en la oficina de Liberty Specialty Markets ubicada en la capital española, y servirá como base de operaciones para Liberty Global Transaction Solutions en España.

Antonio Jesús Sánchez llegó a Liberty en el año 2020, tras su paso por Hogan Lovells y Pérez-Llorca, desde donde asesoró operaciones de fusiones y adquisiciones de diversas empresas.

El objetivo de este movimiento es el de iniciar presencia física en España para expandir el negocio de la compañía en el sur de Europa.

Liberty Global Transaction Solutions también cuenta con oficinas en París y Milán.

Alejandra Martínez llega al área de suscripción RC de Markel

Alejandra Martínez se ha incorporado al área de Suscripción de Responsabilidad Civil de la compañía Markel, según han indicado medios del sector conocedores del fichaje.

Martínez, quien es licenciada en Derecho, ha pasado durante su trayectoria profesional por otras compañías del sector, como Allianz o AIG.

Ahora, en el área de Suscripción RC de Markel, se focalizará en RC Profesional, donde buscará aportar un valor añadido adicional al equipo con el objetivo de seguir impulsando el papel de Markel en este segmento de negocio.

Los seguros de RC son de los más demandados en la actualidad, dadas las dificultades que afrontan todos los sectores económicos y lo convulso del panorama empresarial, por lo que existen grandes oportunidades de negocio.

LA INNOVACIÓN DEL SECTOR

En esta sección hablamos de
las nuevas tecnologías y las nuevas pólizas
que están irrumpiendo y transformando el sector.

MPM SOFTWARE DEFINE LOS PASOS ESTRATÉGICOS PARA LA DIGITALIZACIÓN DE LAS CORREDURÍAS

MPM Software y el Club Català de Corredors (CCC) mantuvieron una reunión en Igualada (Barcelona) para analizar la estrategia tecnológica y los proyectos de innovación en segElevia, con el objetivo de establecer los próximos pasos estratégicos para continuar con la digitalización del colectivo.

En la reunión se identificaron los diferentes ámbitos de actuación para 2022 sobre esta temática, y se puso de manifiesto que el 90% de los socios del CCC están trabajando con la solución segElevia y las tecnologías de MPM Software, que permiten al colectivo obtener un mejor rendimiento operativo y una mayor capacidad de análisis de la actividad y la información.

Se prevé que durante 2022, de acuerdo con lo establecido en el plan estratégico de la asociación, el 100% de los socios pasen a adoptar segElevia como solución corporativa para el colectivo, lo cual permitirá a CCC continuar generando valor, diferenciación y proveer tecnologías y servicios de calidad a todas sus corredurías, y por extensión, a sus clientes.

En cuanto a las innovaciones previstas para inicios del 2022 se habló acerca de la puesta en marcha de procesos para facilitar la operativa y distribución conjunta de productos, una analítica avanzada de negocio incorporando modelos predictivos, la integración de Elevia con Microsoft Office y la implementación de chatbots para ofrecer servicios de atención, venta y postventa a los clientes del corredor a través de Web, Whatsapp y Facebook.

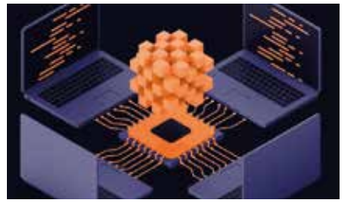
SANITAS SIGUE CRECIENDO EN TELEMEDICINA

La aseguradora ofreció casi 450.000 consultas digitales en 2021 solo en la Comunidad de Madrid, un incremento del 25,5% respecto al año anterior, según destaca en un comunicado. En Madrid, los clientes de la compañía han descargado más de 2,4 millones de informes médicos a través de la app en 2021, un 21,8% más que el año anterior. Además, en 2021 pidieron 1,5 millones de citas a través de canales digitales, un crecimiento del 41,2% respecto a 2020.

Desde Sanitas destacan la importancia de estas cifras no solo por la adherencia a los canales digitales, sino porque contribuyen a un ahorro de emisiones contaminantes derivado de un menor número de desplazamientos a centros médicos cuando es posible despachar a través de Internet las consultas. Para profundizar en ello, la app Mi Sanitas ya muestra a los clientes cuál es su aportación personal a la reducción de emisiones, permitiéndoles contribuir a proteger la salud del entorno y de las personas. Solo en los primeros 9 meses de 2021 los clientes de Sanitas lograron evitar la emisión de 6.035 toneladas de CO_2.

LOS PRECIOS DINÁMICOS EN SEGUROS DE SALUD LLEGAN A DKV DE LA MANO DE QUANTEE

DKV Seguros ha anunciado una alianza estratégica con Quantee para implementar un sistema de cálculo de precios dinámicos en sus seguros de Salud utilizando las capacidades del software innovador desarrollado por esta compañía. "La fijación dinámica de precios es parte de la estrategia de personalización de la oferta de productos de DKV para fortalecer su posición como un importante proveedor de seguros de salud en España y un socio fiable para sus clientes", explica la aseguradora en un comunicado.



De este modo, DKV Seguros podrá ofrecer tarificación más personalizada y adaptada a las necesidades individuales de cada cliente, quienes, además, se beneficiarán de una evaluación de riesgos más precisa a su situación y un precio justo proporcionado por DKV.

El papel de Quantee servirá para prestar tecnología que permita realizar estos cálculos con precisión. La compañía, además, dará soporte al equipo actuarial de DKV Seguros en la configuración de las tarifas dinámicas dentro de la solución. Se espera que los primeros productos con precios dinámicos se lancen al mercado en 2023.

EL MACHINE LEARNING Y LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL CONTINÚAN COMO LAS PRINCIPALES TENDENCIAS DE TI EN SEGUROS

Senassur ha dado unos consejos en su blog para proteger los datos corporativos, también cuando se teletrabaja. Estos son los más importantes.

1. Extremar las precauciones a la hora de tratar la información.
2. Usar herramientas corporativas para poder garantizar la privacidad y seguridad de las mismas.
3. No guardar documentos en el escritorio de los dispositivos. Algo lógico, ya que, al no existir copia de seguridad, sería complicado recuperarlos en el supuesto de sufrir un problema informático.
4. Solamente hacer uso de nubes ligadas a la organización, evitando la utilización de otras alternativas ajenas a ella. Algo que no puede tomarse a la ligera...
5. Contar con una política de seguridad integral en la nube.
6. Reforzar la seguridad en el teletrabajo, puesto que, como veremos a continuación, los datos corporativos y personales suelen convivir en muchos dispositivos.

7. Educar y capacitar a los trabajadores, fomentando así las buenas prácticas de seguridad.
8. Mantener controles de acceso críticos a la información corporativa.
9. Las empresas deben impedir que se saque información corporativa de la oficina sin autorización previa.
10. Los trabajadores que se lleven información en papel al lugar de teletrabajo no pueden crear "archivos domésticos" con documentos corporativos propiedad de la empresa.
11. Los documentos que se impriman fuera de la oficina tienen que destruirse una vez realizada la tarea correspondiente.
12. La información ha de ser archivada en carpetas de red y/o plataformas corporativas.
13. Cuando teletrabajen, los corredores de seguros no pueden hacer uso de nubes que no estén vinculadas a la correduría.
14. De igual modo, si cuentan con dispositivos corporativos no deben emplear los personales para teletrabajar.
15. Finalmente, y relacionado con el consejo anterior, no es recomendable usar dispositivos USB personales como memoria externa de almacenamiento de información corporativa.

ZURICH OFRECERÁ LOS SEGUROS DE ESTACIONES DE CARGA DE COCHES ELÉCTRICOS DE PLUG INSURANCET

Plug Insurance ha creado una póliza que permitirá asegurar las estaciones de carga de vehículos eléctricos, cada vez más populares por la mayor penetración de estos medios de transporte, lo que conllevará un mayor número de siniestros en el futuro.
El producto cubrirá tanto la estación como el cable de carga del vehículo, así como actos vandálicos o robo. Los asegurados contarán con una garantía de hasta 2.000 euros y podrán contratarlo online. Para ello, Plug Insurance también ha llegado a un acuerdo con Zurich, que podrá ofrecer este producto a sus clientes.

DAS INNOVATION LAB PROPONE MÁS COLABORACIÓN

El DAS Innovation Lab celebró una sesión para evaluar los primeros seis meses de campaña LegalTech para impulsar el trabajo entre entidades del sector, donde destacó la importancia de fomentar la colaboración como vía para crear nuevas realidades en el mercado.
Diversos expertos coincidieron en la necesidad de crear vínculos de confianza entre compañías asentadas y startups que colaboran juntas, de modo que las recién llegadas puedan responder a las necesidades de las grandes, y las grandes asumir los cambios que traen las startups al mercado.

UN ENCUENTRO UNE A ASEGURADORAS E INSURTECH Y DESTACA LA IMPORTANCIA DE LA COLABORACIÓN ENTRE ENTIDADES

'Open Insurance: Nuevos modelos de suscripción y distribución de seguros' reunió en Madrid a directivos de aseguradoras e InsurTech para analizar el fenómeno de la digitalización del seguro a través de estas startups basadas en tecnología.
Organizado por Future Finance Hub, la mesa redonda contó con Jordi Rivera, CEO de DAS Seguros; Jordi Pagès, CEO & Co-Founder de WeeCover; Ángel Macho, Director de Negocio de Berkley España; Ángel Uzquiza, Corporate Director Innovation Santalucía; y Luis Oliveira, Country Manager de Yolo.
Los expertos reconocieron que los dos próximos años serán claves para el desarrollo del sector InsurTech y la digitalización del Seguro, un proceso en el que la hibridación de estas compañías, con diferentes culturas pero mismos objetivos, será esencial.
A diferencia de lo que sucedió en el sector FinTech, donde la Banca vio como una amenaza a estas startups, el sector asegurador está fomentando un ecosistema conjunto en el que InsurTech y empresas consolidadas en el mercado están trabajando de manera conjunta para crear sinergias. Para ello, se están centrando en el cliente, lo que derriba barreras a la hora de buscar sinergias.
Los expertos abogaron por fomentar la proactividad en las relaciones con el cliente, ya que el sector asegurador, por su naturaleza, provoca que solo exista esa comunicación en caso de siniestro.
Entre los sectores con mayor futuro para esta colaboración los expertos destacaron movilidad, salud, farmacéutico, reputación digital o economía circular, en un debate que sirvió para demostrar la buena salud de las relaciones entre aseguradoras e InsurTech, un fenómeno que beneficiará a las startups (porque podrán crecer y llevar sus productos al mercado), a los incumbentes (porque navegarán la ola digital con éxito, mejorando su posición y productos) y a los clientes (porque podrán aprovechar las nuevas tecnologías para mejorar sus coberturas, ser escuchados y personalizar su experiencia).

Descubre el seguro más completo para propietarios de un edificio

En Grupo Mutua de Propietarios hemos lanzado el seguro más completo del mercado dirigido a propietarios de edificios.
Permite al propietario de un edificio, asegurarlo de forma correcta con un importante ahorro,
ya que evita tener que realizar además los seguros de hogar de cada vivienda para asegurar los muebles y electrodomésticos que pertenecen al propietario. Con el seguro Mutua Edificio Confort para Propietarios de Edificios,
puedes asegurar tanto las zonas comunes como las privadas, el continente y contenido de las zonas comunitarias y de las zonas interiores de cada una de las viviendas. El propietario puede olvidarse de qué cubre la póliza de edificio y qué cubre la póliza de hogar.
Nosotros lo cubrimos en una misma póliza.
Además de las garantías que cubre normalmente un seguro de edificios, incluimos otras garantías que hemos adaptado para propietarios verticales.

GRUPO
MUTUA DE PROPIETARIOS

1.- Daños al contenido de las viviendas del propietario
Esta cobertura es muy importante ya que cubre los daños materiales directos ocasionados a los muebles, ajuar doméstico y electrodomésticos ubicados en las distintas viviendas del edificio asegurado, propiedad del asegurado, propietario vertical, por hechos cubiertos por las garantías de Incendio y afines, Extensivos, Fenómenos atmosféricos, Daños eléctricos privados, y por las coberturas de Daños propios causados por aguas y Robo, siempre que dichas garantías y coberturas figuren como contratadas en la Condiciones Particulares.
Esta garantía está pensada para aquellas viviendas que el propietario alquila con algunos muebles o electrodomésticos incluidos. El propietario tiene la opción de contratar un capital de contenido por vivienda de hasta 20.000 euros.
2.- Actos vandálicos del inquilino
Esta garantía cubre los deterioros inmobiliarios y al robo del Continente en el interior de las viviendas, causados por inquilinos titulares de un contrato de arrendamiento de dichas zonas, como consecuencia de actos de vandalismo o malintencionados.
3.- Defensa jurídica del arrendador
A través de esta garantía, el propietario del edificio contará con el servicio de defensa jurídica que te ayudará a recuperar tu vivienda, si tu inquilino no te la devolviese tras finalizar el contrato y te ayudará a reclamar las rentas que este inquilino te haya impagado.
4.- Defensa jurídica ante la ocupación ilegal
En Grupo Mutua de Propietarios te damos la oportunidad de proteger tu inmueble ante la ocupación ilegal de tu edificio y de las viviendas y locales del mismo. Te garantiza la defensa de tus derechos y la reclamación de los daños que te ocasionen los responsables de la ocupación
5- Responsabilidad Civil Inmobiliaria de zonas de uso privativo.
En este seguro no tendrás que preocuparte por donde se ocasiona el siniestro, cubrimos la responsabilidad civil inmobiliaria del propietario, originada tanto en las zonas comunes del edificio, como a través de esta cobertura en las zonas de uso privativo.
6-Rotura de cristales del continente privativo y placas de vitrocerámica
Cubrimos la rotura de cristales del continente del interior de las viviendas y las placas vitrocerámicas.

Y además, ofrecemos una serie de servicios, que hacen de este seguro de edificios, único en el mercado:

Incluimos la realización de la ITE/IEE del edificio sin coste adicional, el análisis de factibilidad de implantación de instalaciones de eficiencia energética y de puntos de recarga de vehículos eléctricos y la tramitación y gestión de subvenciones para obras de rehabilitación y mejora energética.

Contacta con nosotros si necesitas más información.
email: comercial@mutuadepropietarios.es
teléfono: 93.487.30.20
web: www.mutuadepropietarios.es

INSTITUTO DE DESARROLLO ASEGURADOR
EL LAB INSURTECH DE LA MEDIACIÓN

Nino Rodríguez y Fernando Losada demuestran que la innovación está del lado de la Mediación. Su laboratorio InsurTech ya ha lanzado 7 plataformas que lo demuestran y siguen innovando.

Es el mayor laboratorio de Innovación para la Mediación del Seguro, que acaba de recibir el 'Premio Galicia Segura' concedido por INADE. En poco más de tres años han lanzado siete plataformas InsurTech para abordar retos como el alquiler, la ciberseguridad, el Tercer Sector o las comunidades de vecinos. Y seguirán innovando con nuevas InsurTech. Es el Instituto de Desarrollo Asegurador, inicialmente constituido por las correduría gallega Noceda y la vasca Lansegur, luego reforzada con la adquisición de otras en Madrid.

Domnino Rodríguez (Noceda) y Fernando Losada (Lansegur) son los socios fundadores; pero junto a la experiencia de ambos en el mundo asegurador, cuentan con un amplio equipo de profesionales con Javier Vázquez como director general y responsable del LAB de innovación, y con Cristina Llorens al frente del negocio en Madrid y de la dirección de Desarrollo Estratégico y Comunicación.

Fernando Losada acumula un conocimiento de más de 40 años en el sector. Su visión de "querer hacer de otra forma las cosas de siempre" ha sido una constante en sus tiempos de dirección de áreas de negocio en grandes compañías como Plus Ultra Seguros, Grupama o Helvetia Seguros. Luego constituyó su propio canal de asesoramiento y mediación: Lansegur. Y desde hace menos de un lustro, su apuesta es unir la disrupción InsurTech con el asesoramiento personal y de calidad propio de la mediación.

Domnino Rodríguez, socio fundador.

Hablemos con Fernando, ¿cómo surge la idea de crear Instituto de Desarrollo Asegurador?

Instituto de Desarrollo Asegurador, en su origen, fue concebido como una fórmula de expansión de sus dos sociedades matrices, Noceda Corredores y Lansegur. Ya en su fase inicial de desarrollo, detectamos una oportunidad de aprovechar talento de un programa de formación posgrado en el que participaban varios miembros de nuestro equipo y de ahí surge la idea de incorporar profesionales cualificados y desarrollar las verticales de negocio que ahora son nuestra seña de identidad: protección de alquiler, ciberrriesgo y tercer sector, entre ellas.

¿Cómo lo definiría?

Es un bróker asegurador que se ocupa de la búsqueda de soluciones a las necesidades de las personas usando lo mejor de la tecnología y de la técnica aseguradora. Sencillamente, hacemos lo mismo de siempre; pero lo hacemos de forma diferente y situando a la persona, el elemento humano, en el centro de nuestra atención. Por eso decimos que lo importante no es lo que hacemos, sino cómo lo hacemos.

Fernando Losada, socio fundador.

LA MAYOR RED INSURTECH DE ESPAÑA

Instituto de Desarrollo Asegurador es un proyecto que opera ya en España y Portugal; pero con capacidad también en el resto de la Unión Europea; así como acuerdos de colaboración en 32 países.

A finales del pasado año sumaban 15.300 clientes, con una facturación cercana a los 3 millones de euros y un volumen de primas gestionadas de más de 16 millones de euros. Trabajan con las principales Aseguradoras: Mapfre, Allianz, Reale Seguros, AXA, Caser, Santalucía, Adeslas, Plus Ultra, Arag, Generalli, Vida- Caixa, Fiatc, Catalana Occidente, Liberty, Sanitas, etc.

Cuenta con 7 plataformas y 11 oficinas, que emplean a más de 40 profesionales que apoyan a 500 agentes, creando una gran red de servicio al cliente.

- **evopoliza.com** es el mediador de seguros online, pero con trato personalizado y video asesoramiento profesional.
- **lawebdelarrendador.com** contiene todo lo necesario para alquilar la vivienda sin riesgos.
- **protegetualquiler.com** ofrece un seguro de alquiler para los clientes, incluida la cobertura anti-okupas.
- **protegetuinmobiliaria.com** es un sistema individualizado de protección y garantías para la agencia inmobiliaria.
- **protegecomunidades.com/vecinos/** para estudiar, comparar y gestionar tu comunidad de vecinos.
- **movilidad-iddeas.cleverea.com** tiene el mejor seguro para la bici o el patinete.

Nino Rodríguez lleva toda su vida como corredor de seguros, ¿cómo ve la Innovación en la Mediación? ¿Es un tema de Tecnología o de Personas?
La innovación es una necesidad y diría que una obligación de todo profesional, de toda sociedad. Y como tal es una cuestión de personas, claramente. Innovar solo tiene sentido si con ello mejoramos la vida de la gente, en el ámbito de que se trate. Es un fin en sí mismo. La tecnología no es más que una herramienta, un medio, que, con el uso adecuado, puede facilitar esa finalidad siempre que su propósito sea inequívocamente el de facilitar la vida de la gente. Nosotros lo llamamos "dotarla de alma" e intentamos llevarlo a la práctica.

¿Qué le diría a los que creen que la tecnología va contra de la Mediación?
Que la cuchara no va en contra de la sopa, simplemente permite deglutirla con mayor facilidad. Por usar una alegoría de fácil asimilación. La tecnología permite a la mediación y a cualquier actividad ser más eficiente.

¿Cómo podemos ser más fuertes los mediadores y dar mejor servicio a nuestros clientes con la tecnología?
Seremos más fuertes y mejores siendo más eficientes. Esto tiene múltiples significados, entre ellos mejorar los procesos, la gestión de los datos, la oferta de productos y servicios o la comunicación en todos los ámbitos de relación.

En el cuadro adjunto están explicadas las 7 plataformas InsurTech que ya han lanzado al mercado. Destáquenos por qué pusieron su foco en ellas y cuáles están en proceso de ideación para el futuro.
Hemos entendido que en cada uno de los segmentos a que se dirigen había una oportunidad de aportación de valor, ya sea producto, servicio o mejora de procesos operativos. Y nos hemos posicionado con soluciones prácticas en cada caso. A partir de aquí continuaremos con nuevas aportaciones, ahora mismo en proceso de desarrollo, en el ámbito inmobiliario para el mercado portugués y en el de la dependencia, por citar algunas.

La mayor parte de sus plataformas actuales ponen el acento en el ladrillo: propietarios, inmobiliarias, comunidades de vecinos, etc. ¿Por qué?
Nuestra incursión tan acusada en el segmento inmobiliario surge por razón de oportunidad y porque disponíamos de un equipo cualificado para hacerlo, formado, capaz y conocedor del medio. Ese es el elemento clave, disponer del talento.

Su última novedad ha sido una cobertura anti-okupas en sus pólizas para asegurar el alquiler a los propietarios. ¿Con qué compañía lo han desarrollado y qué novedades aporta?
La cobertura gratuita antiocupas que incorporamos a nuestras pólizas de impagos de alquiler, es un gadget que pretende dar respuesta a una necesidad real y muy de actualidad, como sabemos. Y lo hemos puesto en marcha en colaboración con nuestro partner principal en el ramo, la compañía Arag.

Volvamos con Fernando Losada. Las nuevas tecnologías también son generadoras de oportunidades de nuevos negocios.
La búsqueda, el hallazgo y finalmente la puesta en práctica de la idea innovadora siempre van acompañados de la generación de nuevas oportunidades. Y la tecnología lo facilita. Siguiendo esa pauta hemos puesto en marcha soluciones prácticas innovadoras en ámbitos como inmobiliario, ciberrriesgo, drones o tercer sector.
Las características comunes a todos ellos son que aportan soluciones aseguradoras personalizadas, mejoran los procesos de gestión acortando los tiempos y dan respuesta a necesidades concretas que los procesos estándar no alcanzan a detectar.
En inmobiliario, por ejemplo, redujimos los tiempos de contratación de dos o tres días a veinte minutos reales. En ciber hemos puesto en marcha la primera plataforma de análisis de vulnerabilidades online. Y en tercer sector hemos creado un abanico de productos ad hoc adaptados a las especificidades de un sector tradicionalmente olvidado.

En otro cuadro adjunto se reflejan sus alianzas en el mundo de la calidad, la tecnología, la sostenibilidad y la innovación. Pero destáquenos una y póngala en valor.
Todas ellas son importantes y aportan un alto valor percibido por parte de nuestros clientes, pero si tuviera que destacar alguno me decantaría por la plataforma de sostenibilidad, por la capital importancia que tiene la protección del medio ambiente, no solo en relación a nuestro futuro, sino ya en nuestro presente. El compromiso con esta causa es ineludible e inaplazable, nosotros estamos totalmente implicados y lo estaremos cada vez en mayor grado, porque somos conscientes de que nuestro futuro y el de nuestros hijos está comprometido.

¿Cómo podríamos medir su apuesta por la Innovación? ¿Cuánto invierten en formar a su equipo o en desarrollos tecnológicos?

> **Innovar solo tiene sentido** si con ello mejoramos la vida de la gente

COMPROMISO ASEGURADOR

■ **Compromiso Social:** Como respuesta al confinamiento y la pandemia, el LAB de Innovación creó y desarrolló una correduría virtual llamada EVOPÓLIZA. Es una fórmula para prestar el asesoramiento y los servicios cara a cara pese a la distancia. Resolver todas las dudas con los mejores especialistas y desde donde quiera: webcam, tablet, móvil, etc. Pero como ellos dicen: "viéndonos CARA a CARA".
Es una demostración de que se puede innovar en la Mediación para llegar a los clientes de todas las maneras posibles, utilizando la última tecnología y evitando esperas y procedimientos complicados. Con EVOPÓLIZA, el ciudadano es quien elige el seguro, el especialista, el día y la hora e incluso el idioma.

■ **Compromiso Medioambiental:**
• La única Correduría miembro de la Plataforma de Movilidad Sostenible; un Foro que agrupa a todas las organizaciones que apuestan por impulsar una movilidad sostenible, contribuyendo a la Agenda 2030 y a un crecimiento sostenible desde el punto de vista económico, social y medioambiental.
• La única Correduría con el sello Agreed 2030, concedido por Fundación Europea del CO2, que acredita la medición de sus emisiones de CO2 bajo estándares de normativa internacional ISO e implementado las medidas de corrección y control necesarias mediante la elaboración de un plan de reducción de emisiones, "alineándose de este modo con los objetivos de Europa 2030 en materia de descarbonización".

■ **Compromiso Técnico:**
• Miembros de AGERS, una asociación constituida para capacitar a los profesionales del mundo de los Riesgos Fnancieros y del Seguro. Nació en 1984 con la finalidad de divulgar los métodos científicos de la Gerencia de Riesgos para adaptarla a los cambios metodológicos habidos, a las necesidades de la sociedad y de las empresas.
• Socios de E2K GLOBAL BUSINESS SOLUTIONS y miembros del consejo de administración de E2K Global – Servicios y Soluciones para Corredores de Seguros. Se trata de la primera factoría de servicios de valor añadido para corredores de seguros creada por corredores de seguros; pero que trabaja en España y América para las grandes compañías aseguradoras, así como para todo el sector nacional de la mediación.

■ **Compromiso x Innovación:**
• Miembros de Madrid Capital FinTech (MAD FinTech), el único clúster FinTech e InsurTech de España creado para promover la Innovación Abierta y conectar con toda una red internacional. El clúster está promovido por el Ayuntamiento de Madrid y el Foro ECOFIN en colaboración público-privada y acoge a los principales actores del mercado internacional.
• Miembros de Foro Ibérico InsurTech, el puente de colaboración entre el ecosistema InsurTech de España y Portugal, a través de la Asociación FinTech e InsurTech de Portugal (AFIP) y Madrid Capital FinTech (MAD FinTech), para facilitar la Innovación Abierta.

Dedicamos en torno al veinticinco por ciento de nuestros recursos a la formación de nuestros equipos y a nuestro laboratorio de ideas y desarrollo de soluciones prácticas. El talento es nuestro motor y la formación continua el combustible que lo mantiene en marcha. Las ideas son una consecuencia de todo ello, surgen y tratamos de ponerlas en práctica. Así lo entendemos y así lo hacemos.

¿Qué importancia tiene la atención al cliente cuando supuestamente intermedia una plataforma online? ¿Cómo podemos personalizar el asesoramiento y que el cliente perciba que es el centro del servicio?
Es muy sencillo, pensando en él, teniéndole presente en todas las fases del proceso. Cuando surge una idea, cuando se desarrolla, cuando se concreta en un producto o en un servicio; si en todas esas etapas tenemos la imagen del perceptor final presente en nuestra mente, ya sea persona o ente, todo lo que hagamos estará enfocado a él y a su realidad. No se puede hacer de otra forma. Empatía es la palabra, pero que se concreta en la visualización permanente de quién es nuestra razón de ser.

Un mensaje para los mediadores
Nuestra profesión no es solo necesaria, sino que es imprescindible. Aportamos a la sociedad un valor difícilmente sustituible.

SEGUROS RESPONSABLES

Aquí encontrarás ejemplos de 'empresas comprometidas' que practican desde RRHH, Fundaciones o RSC su Responsabilidad Social.

EL INSTITUTO SANTALUCÍA EVIDENCIA LA DESIGUALDAD EN LAS PENSIONES EN ESPAÑA

Las pensiones de las mujeres en España fueron un 21,5% inferiores a las de los hombres en 2021. Es una de las conclusiones que extrae el Instituto Santalucía en la actualización de su Guía Temática para Mujeres Trabajadoras. "Con este documento, buscamos dar a conocer una serie de conceptos básicos sobre la jubilación y el sistema de pensiones en España, incluidas las últimas reformas, y cómo afectan a la vida laboral de las mujeres", explica José Manuel Jiménez, director del Instituto Santalucía.

La guía hace hincapié en cómo las interrupciones por embarazo, permiso de maternidad y los trabajos temporales o a tiempo parcial repercuten sobre las pensiones de las mujeres. Además, el hecho de que el salario medio de las mujeres en 2019 fuera un 18% inferior al de los hombres también impacta en las pensiones, al cotizar por bases más bajas.

PENSIONES DE LAS MUJERES

En 2021, la cuantía media de las pensiones de las nuevas altas de jubilación del Régimen General de las mujeres era de 1.199 euros, un 21,5% inferior a las de los hombres, con una media de 1.528 euros, ya que la Seguridad Social ofrece a ambos géneros la misma pensión por jubilación a igual importe de cotización.

La situación se produce a pesar de que las mujeres tienen una mayor preparación, ya que el 53% de las mujeres en España tienen estudios superiores, frente a los 41% hombres. Este mayor índice de nivel educativo en las mujeres contrasta con una tasa de activad 10 puntos menor que la de

los hombres: el 54% frente al 64%. En nuestro país, las mujeres conforman un 46,17% del total de trabajadores. Además, el 58,6% de estas mujeres desempeñan ocupaciones básicas como personal de limpieza, camareras o barrenderas, frente al 32,7% de los hombres.

La Guía también destaca que la esperanza de vida de las mujeres ha crecido en los últimos años y es más alta que la de los hombres: 85 años de media, frente a 79 años, respectivamente. Esto significa que las mujeres vivirán más tiempo jubiladas, por lo que, en caso de que la pensión pública no fuese suficiente, deberán haber acumulado más recursos a la edad de jubilación, destacan desde el Instituto Santalucía.

ALLIANZ CELEBRA EL DÍA INTERNACIONAL DE LA MUJER REFORZANDO SU APUESTA POR LA FORMACIÓN

La aseguradora se centra en formación, concienciación y voluntariado para celebrar el Día de la Mujer. Lo hará con una jornada junto a la psicóloga especialista en Igualdad, Paula Sánchez, donde se hablará del techo de cristal y conciliación junto a directivas de Allianz.

Además, se organizará un programa de voluntariado corporativo junto a la Fundación Adecco para mejorar la empleabilidad de mujeres en situación de vulnerabilidad.

Con estas acciones, la compañía busca subrayar su compromiso con las mujeres, que representan el 30% de su Comité de Dirección y el 36% de los cargos de responsabilidad.

Z ZURICH FOUNDATION APUESTA POR EL EMPLEO JUVENIL

La Z Zurich Foundation, la fundación benéfica de Zurich Insurance Group, ha puesto en marcha varios programas para fomentar el empleo entre los jóvenes. Uno de ellos, Z-SHAKE, nacido en 2020 en colaboración con la Fundación Junior Achievement, busca aumentar la formación y empleabilidad de los jóvenes de los Programas de Formación e Inserción (PFI) y la Formación Profesional Básica y Grado Medio; y el Ciclo Formativo de Grado Superior Técnico en Seguros, una titulación de Formación Dual que prepara a los jóvenes para trabajar en el sector asegurador, y que se quiere extender a más comunidades autónomas.

Como forma de potenciar este programa, la Z Zurich Foundation prevé extender Z-SHAKE hasta el curso 2026-2027, para lo que desarrollará una plataforma educativa digital con la que se espera poder llegar a uno de cada tres alumnos de FP Básica en España. Se espera que más de 80.000 estudiantes de formación profesional se beneficien de esta iniciativa, que además contribuirá a fomentar entre los jóvenes el acceso a profesiones relacionadas con el sector asegurador. De hecho, el Ciclo Formativo de Grado Superior Técnico en Seguros es una titulación de Formación Dual creada en 2017 y única en España, que permite a los alumnos del Ciclo Formativo de Grado Superior en Administración y Finanzas la posibilidad de especializarse en el perfil de Técnico en Seguros, combinando las clases teóricas en el instituto con estancias de formación remuneradas en empresas del sector.

La titulación se ofrece actualmente en seis centros educativos de Cataluña y en un centro educativo en la Comunidad de Madrid, y el objetivo es ampliarla a más comunidades autónomas. Para poder extender la formación a más alumnos y en nuevos territorios se contará con la financiación de la Z Zurich Foundation, junto con el resto de los miembros del grupo de trabajo que respaldan la iniciativa (AEMES, CECAS, Col□legi d'Actuaris de Catalunya, Col□legis de Mediadors d'Assegurances de Barcelona, Girona, Lleida y Tarragona, Consejo General de Mediadores, Fundación ADECOSE, Fundación Bertelsmann, Fundación MAPFRE, ICEA, y UNESPA).

SANITAS RENUEVA SU COMPROMISO CON EL PACTO MUNDIAL DE NACIONES UNIDAS

La aseguradora se adhirió en 2007 a este Pacto Mundial, que implica aceptar los Diez Principios sobre defensa del medio ambiente, los Derechos Humanos, los derechos laborales y la lucha contra la corrupción, en el marco de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Para participar en el Pacto Mundial se requiere que la compañía presente las medidas que ha llevado a cabo para integrar estos principios, así como el resultado obtenido en los compromisos adquiridos. También se exige una declaración de la alta dirección que exprese su apoyo continuo al Pacto Mundial. Con este fin, Iñaki Peralta, consejero delegado de Sanitas y de Bupa Europe & LatinAmerica, ha emitido una carta dirigida al Secretario General de Naciones Unidas, António Guterres, indicando los compromisos específicos de Sanitas.

Entre los logros alcanzados por la compañía, se encuentran la labor desarrollada desde el punto de vista medioambiental. En este sentido, Sanitas contribuye de manera activa en la reducción de la huella de carbono, explica la compañía en un comunicdo, en el que destaca que el 100 % de la energía eléctrica consumida por Sanitas es de origen renovable, así como la generación de hasta 1GWh de electricidad gracias a la instalación de placas fotovoltaicas en sus residencias de mayores.

LA SEDE DE MAPFRE YA ES RESIDUO CERO

La aseguradora ha obtenido el certificado Residuo Cero de AENOR, que identifica a las entidades que clasifican los residuos que generan para que puedan reutilizarse o reciclarse y no acaben en un vertedero.
La compañía inició este proyecto a principios de 2021 en cuatro edificios de Majadahonda, en Madrid, lo que le ha permitido seguir protegiendo el medio ambiente, posicionarse como referente en sostenibilidad y sumar a su lema #LaParteQueNosToca, que representa su compromiso de construir un mundo más limpio, justo e igualitario.
Durante este tiempo, Mapfre ha instalado 122 nuevos contenedores para fomentar la segregación de residuos y su posterior reciclaje. Ha retirado, además, las papeleras con el objetivo de que sus empleados separen adecuadamente el número de residuos y eviten mezclar materia orgánica, mascarillas, envases, papel y tóner, entre otros.
Todo ello le ha permitido "valorizar" o aprovechar el 92% de los residuos que genera la entidad para evitar que acaben en un vertedero y para que no produzcan emisiones de CO2, explica la compañía en un comunicado, en el que destaca que " gracias a Residuo Cero, al que han contribuido unos 2.500 empleados y distintos colaboradores, como el personal de limpieza y de mantenimiento, la empresa ha reciclado en un año un total de 40 toneladas de papel, 34 toneladas de envases y 15 toneladas de cartón, y ha generado energía a través de la clasificación de un total de 84 toneladas de residuos orgánicos". También ha gestionado tres toneladas de residuos tecnológicos, que han sido reutilizados y reciclados, una medida con la que ha evitado la emisión de 7,8 toneladas de CO2 a la atmósfera.
Este proyecto se une a otros que ha puesto en marcha Mapfre para ser una empresa sostenible, entre ellos la reutilización de 241 equipos informáticos para uso interno o la donación de otros 600 equipos a entidades sin ánimo de lucro. También, la prohibición del uso de plásticos de un solo uso en sus oficinas de España, México, Paraguay, Brasil y Perú.

FUNDACIÓN MGS ENTREGA 20.000 EUROS A CRUZ ROJA GRACIAS A SU CALENDARIO SOLIDARIO

La Fundación MGS ha entregado a Cruz Roja Española 20.000 euros recaudados gracias a la venta entre empleados, mediadores y colaboradores del tradicional Calendario Solidario que edita cada año para apoyar a entidades solidarias y organizaciones.
Este año, el calendario está dedicado al conjunto de iniciativas y actividades llevadas a cabo durante los primeros 15 años de historia de la Fundación MGS.
La entrega formal de la donación se produjo el pasado 16 de febrero en una videoconferencia en la que participaron Araceli Ruiz, vicepresidenta de la Fundación MGS, y Jaime Gregori, director de Captación y Alianzas con empresas de Cruz Roja Española.
La organización, con sede en Ginebra, destinará el importe a ayudas a los habitantes de la isla de La Palma afectados por la erupción volcánica de 2021, así como a reducir los daños causados por la pandemia.

FUNDACIÓN MUTUA DE PROPIETARIOS HA DESTINADO MÁS DE 745.000 EUROS A MEJORAR LA ACCESIBILIDAD EN VIVIENDAS

El programa 'Sin Barreras' de la Fundación Mutua de Propietarios ha entregado más de 745.000 euros en ayudas para mejorar la accesibilidad de los edificios de viviendas donde residen personas con movilidad reducida, según recoge el balance anual presentado por la entidad.
De este programa, iniciado en 2018, se han beneficiado más de 848 viviendas y 2.120 personas a través de distintas obras de mejora, como la instalación de ascensores, plataformas elevadoras o salvaescaleras, la ejecución de rampas para eliminar desniveles o la motorización de la puerta de acceso.
En 2021, y como parte de su programa Tecnología e Innovación destinado a mejorar la calidad de vida de las personas con movilidad reducida, la Fundación Mutua de Propietarios presentó la primera rampa impresa en 3D. Se trata de una solución digital sencilla y replicable para hacer accesible la entrada a los edificios de viviendas de una forma rápida, eficiente, rentable y duradera.

MAPA LOCAL DE ACCESIBILIDAD

Como parte del programa de uso de nuevas tecnologías y el Internet de las Cosas, la Fundación Mutua de Propietarios firmó un acuerdo de colaboración con el Ayuntamiento de Olesa de Montserrat (Barcelona) para elaborar un 'Mapa de Accesibilidad' de la localidad que servirá de base para la elaboración de una propuesta de alternativas técnicas para resolver las principales deficiencias detectadas.
De esta manera, la localidad catalana se convertía en la primera en medir el grado de accesibilidad de sus edificios de viviendas, para lo que se ha utilizado la app 'Zero Barreras', desarrollada en 2020 por la Fundación Mutua de Propietarios y que permite, a través de un dispositivo móvil, medir el grado de accesibilidad de cada uno de los elementos comunes de un edificio.

OBSERVATORIO DE ACCESIBILIDAD

El Observatorio de la Accesibilidad de la Fundación Mutua de Propietarios realizó en 2021 los informes 'Rampa a la Accesibilidad' y 'Accesibilidad elemento clave en la vivienda', que ponían en evidencia las barreras arquitectónicas a las que se enfrentan los 2,5 millones de españoles con movilidad reducida al acceder a su inmueble.
Los estudios desvelaban que un 59% de los inmuebles de viviendas tiene escalones antes de llegar al portal y que solo un 28% cuentan con rampa y un 4% con plataforma elevadora.
Por estos motivos, las rampas se situaban como la principal demanda de las personas con movilidad reducida para mejorar el acceso al edificio y poder acceder a sus hogares con independencia y autonomía.

SANTALUCÍA SE UNE A ADOPTA UN ABUELO PARA FOMENTAR ACTIVIDADES INTERGENERACIONALES

La aseguradora y la asociación colaborarán en iniciativas intergeneracionales de acompañamiento a personas mayores en situación de soledad no deseada, como parte del apoyo al mundo senior por parte de Santalucía.
Ya en 2020, durante el confinamiento, Santalucía empezó a colaborar con Adopta un Abuelo en la campaña 'Minutos en Compañía', que utilizaba el acompañamiento telefónico a mayores que pasaron la cuarentena en soledad.
A partir de ahí, Santalucía empezó a colaborar con otras iniciativas intergeneracionales, como clases de cocina en familia y show-cooking con personas mayores o charlas en las que los senior comparten sus experiencias de vida con los más jóvenes.

SANITAS Y ACCIONA IMPULSARÁN LA MOVILIDAD SOSTENIBLE DE LOS EMPLEADOS DE LA ASEGURADORA

Sanitas subvencionará a sus empleados de Madrid, Barcelona, Sevilla y Valencia el servicio de motosharing de Acciona, de manera que podrán utilizar las motos eléctricas suministradas con energía 100% renovable de la compañía con ventajas respecto a terceros. Como parte del acuerdo, Acciona, además, se compromete a garantizar la disponibilidad de motos en los principales centros de trabajo de Sanitas, con el fin de que los empleados puedan usarlas para sus trayectos después de la jornada laboral. Gracias a este acuerdo, y en base al total de minutos subvencionados anualmente a los empleados de Sanitas Seguros, Sanitas Dental, Sanitas Hospitales y Sanitas Mayores, se estima que evitarán verter a la atmósfera al menos dos toneladas de CO2 al año, además de contribuir a la reducción de atascos en hora punta.

Además, Sanitas ha incorporado puntos de carga para empleados y clientes en su sede central, en los hospitales de La Zarzuela, La Moraleja, CIMA, y en el edificio Ana de Austria. Y dispone de una flota de coches eléctricos para su servicio de asistencia sanitaria a domicilio.

MEDIALIA DKV DESTINA CASI 20.000 EUROS A CAUSAS SOCIALES EN 2021

El programa que impulsa la aseguradora, y que busca fomentar la RSC en la mediación, ha anunciado sus hitos en 2021, un ejercicio en el que más de 800 mediadores han colaborado con esta propuesta solidaria.

El año pasado, 15 entidades sociales se beneficiaron a aportaciones económicas realizadas por los mediadores del programa, que permitieron destinar casi 20.000 euros a distintos proyectos solidarios en acciones de gestión ética, social, medio ambiental y responsabilidad en el negocio. Además, cerca de 60 mediadores participaron en la jornada virtual de la Escuela Integralia, una de las acciones principales de esta edición destinada a la inserción laboral de personas con discapacidad. Algunos de los mediadores ya han iniciado los trámites para su incorporación gracias a la donación de 10.000 euros en becas de formación.

El movimiento ha incluido otras acciones sobre eco-eficiencia en la oficina y en el teletrabajo, formación sobre ciberseguridad y una guía de transparencia empresarial, entre otros proyectos que ha anunciado la compañía, quien también ha destacado que los cinco mediadores más activos de cada red comercial han sido ganadores de la edición del programa y han obtenido una donación económica que destinarán a la entidad social que prefieran.

ALLIANZ REFUERZA SU APUESTA POR EL TALENTO STEM Y RESPALDA DE NUEVO LA INICIATIVA '100TÍFIQUES'

La iniciativa, organizada por la Fundació Catalana per a la Recerca i la Innovació (FCRi), busca visibilizar el papel estratégico de la mujer en la ciencia y fomentar vocaciones científicas en las niñas, ya que solo el 28% de los investigadores en el mundo y el 35% de las carreras STEM (Science, Technology, Engineering & Mathematics) son mujeres.

Allianz, consciente de esta realidad, ha participado por tercer año consecutivo en la iniciativa '100tífiques', donde ocho profesionales STEM de la compañía dieron charlas a niños y niñas, coincidiendo con el Día Internacional de la Mujer y la Niña en la Ciencia, que se celebra cada 11 de febrero.

'100tífiques' nació para visibilizar el papel estratégico de la mujer en la ciencia y la tecnología e incentivar vocaciones científicas a través de espacios compartidos entre jóvenes y mujeres que han alcanzado la cumbre en sectores relacionados con la ciencia y la investigación.

"Participar en la promoción e impulso del talento STEM representa una oportunidad de hacer una aportación personal para que el futuro de las nuevas generaciones deje de estar marcado por estereotipos y la sociedad de mañana impulse todo el talento, sin ningún tipo de distinción de género", señala Eva Orell, directora General de Operaciones y Transformación de la compañía y participante de 100tífiques en las tres últimas ediciones.

Este año, las mujeres elegidas han sido Carme Basagaña Colomer (matemática), María Ciudad Sales (ingeniera informática), Lucía Coll Esteve (ingeniera industrial), María García Carrillo (ingeniera informática), Ainhoa Gorriz Hernando (médico), Paula Milian Martínez (matemática), Eva Orell North (ingeniera industrial) y Lorena Torrents Martínez (ingeniera técnica en informática de gestión).

AXA PONE EL FOCO EN LA EFICIENCIA ENERGÉTICA DE LOS HOGARES

La aseguradora incluirá en sus pólizas de Hogar y Comunidades con garantía de asistencia un nuevo servicio para ayudar a los propietarios y vecinos a mejorar su eficiencia energética y reducir su huella medioambiental.

Este nuevo servicio, llamado ECO Hogar, será de uso voluntario y gratuito, y ofrecerá asesoramiento energético personalizado para valorar la eficiencia energética de la vivienda o comunidad de vecinos. En función del resultado, se ofrecerán soluciones para mejorar, incluyendo una simulación del potencial ahorro económico derivado de introducir mejoras.

Entre los ejemplos que ha detallado la compañía, y que recoge el portal SegurosNews, están la posibilidad de instalar placas fotovoltaicas en las viviendas, en cuyo caso AXA cubrirá sin coste para el cliente la valoración preliminar de la obra. Los clientes que quieran seguir adelante con su instalación podrán acogerse a descuentos para asegurados de la compañía.

Desde hace tiempo, los clientes de AXA con placas solares las tienen cubiertas sin coste adicional en función del seguro de hogar que hayan contratado.

Además, AXA también ofrecerá la posibilidad de obtener el certificado energético de la vivienda con tarifas especiales y en un plazo más corto de lo habitual, al concentrar en menos de 48 horas la visita de un técnico a la vivienda para su estudio.

Estas novedades forman parte del compromiso de la aseguradora por el cuidado del planeta, un objetivo marcado en su ADN como compañía y que traslada a sus clientes a través de beneficios para contribuir al cambio desde todos los ámbitos posibles.

Por Carmen M. García

Carmen M. García

Presidenta de la Fundación Woman's Week y miembro del Foro Ibérico InsurTech.

MUJERES, A BUEN SEGURO

Permítanme este juego de palabras como tesis para mi reflexión compartida: Mujeres a Buen Seguro. Podría decirse de otra manera: mujeres = seguros. Y podríamos añadir las palabras que faltan: "cuando hay mujeres, estamos seguros".

No es ningún intento de forzar nada, sino una evidencia. Las mujeres han demostrado ser excelentes gestoras gracias a un carácter por lo general analítico y resolutivo que no deja a un lado la parte emocional. Y es que a menudo caemos en una productividad robótica que solo se fija en los resultados y en su consecución a costa de lo que sea. Incluso de perder la humanidad.

Cuando las mujeres se ponen al frente, su liderazgo emocional lleva a una gestión más humana. No lo digo yo, lo dice una realidad que vivimos en cada ámbito que ha abierto sus puertas al liderazgo femenino.

Lo dice un informe que acabamos de concluir en la Comisión de Economía con Visión de Género del cluster MAD FinTech. Y lo debatimos con mujeres del Seguro como Pilar Suarez-Inclán (Reale), Cristina Llorens (Addares), Maite Maroto (Iris Global) o Arancha Escalada (Reale) en Madrid Woman's Week durante el mes de marzo, y el 6 de abril mantuvimos el debate abierto en el Foro Ibérico InsurTech con Susana Perez (INESE), Maite Maroto (Iris Global) y Miriam da Costa (AFIP), donde tambien participó la presidenta Elena Jiménez de Andrade.

Desde la política -con ejemplos de mujeres al mando de países convertidos en un ejemplo de gestión- hasta la economía o la política, donde tenemos a mujeres en los máximos puestos de responsabilidad: en el FMI, la UE o la Comunidad de Madrid. Son ejemplos para las generaciones futuras. Para esas niñas y jóvenes que, afortunadamente, ya viven sin barreras mentales y están dispuestas a derribar las barreras sociales que todavía sufrimos. Porque estos ejemplos de mujeres líderes son aún una gota en el océano.

Y eso también lo vemos en el sector asegurador, donde las directivas todavía se cuentan con los dedos de una mano, lo que está desperdiciando talento que podría aportar una visión renovada a un sector que tiene el reto de equilibrar la humanidad y la digitalización, y que debe atraer a nuevas generaciones que precisamente huyen muchas veces del cara a cara, pero exigen al mismo tiempo personalización.

Solo la empatía podrá salvar a los seguros. Solo una mayor presencia femenina podrá situar al sector asegurador en la vanguardia de la economía, en línea con el papel sistémico que tiene y con un servicio esencial para el desarrollo de la sociedad.

Hay que seguir impulsando este cambio irreversible. No se trata de cuotas ni de una batalla por expulsar a los hombres. Se trata, ni más ni menos, que de Justicia. Y hacer justicia es tratar a las mujeres por igual y abrir los puestos de responsabilidad a las que estén cualificadas para ello.

En eso hemos puesto el foco un año más en Madrid Woman's Week, el foro que reúne cada año en Madrid a las líderes del presente para inspirar a las del futuro. Hagamos de ese futuro uno más seguro gracias a las mujeres, a los hombres y a una sociedad cohesionada que no deje a nadie atrás. Y mucho menos por su género.

Maite Maroto (Iris Global) y Susana Pérez (INESE).

Pilar Suárez-Inclán (Reale Seguros) en el centro.

caser

AGENTES Y CORREDORES

Comprometidos con tu éxito

Nuestra experiencia, continua innovación en productos y metodologías y un apoyo constante, nos convierten en todo un referente para la Mediación Profesional.

Pregúntaselo a Néstor:
preguntaselom@caser.es

Néstor Aguado Cerro, Agente Exclusivo de Caser en Aranjuez.

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

Sanitas

bluaU

Un paso más en medicina digital

Monitoriza tu salud

Monitorizar tu salud en cualquier momento, estés donde estés y siempre de la mano de un equipo médico, ya es posible conectando tu propio dispositivo a la App de Sanitas.

Te ayudamos a llevar una vida más saludable monitorizando tus datos de actividad y de salud. **Un médico junto a un equipo multidisciplinar de profesionales** te ayudarán a detectar, tratar y hacer un seguimiento de tus necesidades, como puede ser el control de peso, el sueño, el rendimiento deportivo... o patologías como la hipertensión, el asma o arritmias...

Todo esto y mucho más con bluaU.

Ven ahora y consigue **bluaU**

Disfrútalo ya si eres **bluaU**

corredores@sanitas.es

sanitas.es/agentesycorredores

1. Promoción aplicable a nuevos asegurados que causen alta en pólizas que hayan sido contratadas con fecha efecto entre el 01/10/2021 y el 01/03/2022 en los productos Más Salud, Más Salud Familias, Profesionales, Más 90.000, Premium 500.000, International Residents y Real Madrid, sin que la fecha de alta de dichos asegurados tenga que estar incluida dentro de dicho periodo. Los nuevos asegurados de dichas pólizas no abonarán la prima de seguro correspondiente al complemento digital bluaU que formará parte de la póliza durante toda su vigencia salvo comunicación en contrario de Sanitas. Promoción no aplicable a pólizas colectivas y no acumulable a otras promociones. Nuevo asegurado: es aquel que no lo haya sido de otra póliza de Sanitas en los 6 meses inmediatamente anteriores a su fecha de alta en la nueva póliza.
2. Estos servicios no constituyen un diagnóstico clínico de un profesional médico. Su propósito es mejorar el conocimiento del bienestar general. No diagnostican, tratan, mitigan ni previenen ninguna enfermedad, síntoma, desorden o condición física anormal. Los pacientes deben consultar con un profesional médico o servicio de urgencias si creen tener algún problema médico.