JULIO - SEPTIEMBRE 2022 // Nº 176

SEGUROS

Impulsando el cambio en positivo

MADRID SEGURO 2022
Éxito sin precedentes de la VI edición

ENTREVISTA
Fernando Díaz Bustamante
Director Territorial de Aegon

REPORTAJES
- Nueva imagen corporativa
- El Colegio estrena web

DIXIT
La tormenta perfecta

AEGON

40 años creciendo juntos

Presentes en toda España desde 1980. Casi dos millones de clientes satisfechos nos avalan como uno de los grupos aseguradores más sólidos del mercado y con mayor potencial de crecimiento.

Elegido como el mejor servicio de atención al cliente por tercer año consecutivo.

Pedro Zabaleta
Director de Canal Mediadores

Seguros de salud

Con las máximas coberturas del mercado y uno de los cuadros médicos más robustos, con **más de 50.000 profesionales sanitarios y 1.000 centros médicos** a disposición de nuestros clientes.

Seguros de vida

Contamos con **las coberturas más diferenciales y avanzadas para dar tranquilidad** a nuestros clientes y sus familias ante cualquier improviso.

Para más información escríbenos a aegon.comunicacion@aegon.es

CAMBIAMOS DE IMAGEN SIN MIEDO NI COMPLEJOS

Estimado lector tienes entre tus manos un nuevo ejemplo del impulso del cambio que hemos acuñado en nuestra institución. Como te habrás dado cuenta, la revista que estás hojeando ya tiene impreso el aspecto de la nueva imagen corporativa del Colegio.

Además, recogemos en este número todos los detalles de ese impulso del cambio con el que los mediadores queremos ser útiles a nuestros clientes. Vamos a aportar valor añadido en el sector asegurador y a las alianzas que el Colegio mantiene con las principales compañías aseguradoras que operan en España.

Por eso incorporamos a nuestra gestión, como no podía ser de otra forma, el lema "Impulsando el Cambio en Positivo" con el que hemos recuperado la celebración de nuestro Foro MADRID SEGURO. Como recogemos en Portada, el evento corporativo con más prestigio nacional en el sector asegurador ha vuelto, en medio de un éxito sin precedentes al Complejo de los Duques de Pastrana, tras un paréntesis de dos años justificados por la pandemia.

Dos años de confinamiento en los que esa capacidad de adaptación, incrustada en nuestro ADN, ha permitido a los mediadores de seguros resistir. No solo eso, me atrevo a decir que hemos salido bien parados de la incertidumbre económica que ha traído la pandemia y, ahora, la guerra en Europa. No podíamos incorporarnos a la nueva normalidad sin poner de relieve, en la huella que dejamos, las virtudes de nuestra actividad mediadora. Los mediadores hemos demostrado que somos un **colectivo indispensable para el buen funcionamiento del mercado y así lo reflejamos en nuestra nueva imagen.**

Pertenecemos a un sector que va a ser clave para la recuperación de la normalidad y del que no somos actores secundarios. Somos los actores principales. Somos garantes de la transparencia, de la justicia y de la protección al consumidor. Como explicamos en el vídeo corporativo y así se ha puesto de manifiesto en la VI edición de Madrid Seguro cuya vuelta ha contado con el apoyo de las principales empresas e instituciones del país, Casa Real y DGSFP incluidas.

Hemos cambiado nuestra imagen corporativa con la que nos presentamos ante la sociedad en nombre de todos los mediadores de Madrid. Tenemos nuevos colores, el azul, y un nuevo logotipo, cuyos valores explicamos detenidamente en estas páginas. También damos un paso decidido en consolidar la transición digital del Colegio con una nueva web que pone el foco en los tres elementos esenciales de nuestra institución: Mediadores, Seguros, Madrid.

Alentamos el cambio sin complejos. No nos da miedo. Por eso hemos impreso en este cambio de imagen, nuestra forma de adaptarnos a las nuevas realidades, nuestra pertenencia a Madrid y, sobre todo, nuestros valores, aquellos que heredamos de nuestros padres y que son el pilar en los que se asienta el prestigio de nuestra labor profesional.

Elena Jimenez de Andrade
Presidenta del Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid.
@elenajandrade

mediadores seguros madrid

CONSEJO EDITORIAL
Elena Jiménez de Andrade
Javier Martínez
Ángel del Amo
Ángel Corada

EDITA
Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid

REDACCIÓN
Antonio de Miguel, Pablo Granda

PUBLICIDAD
Inerzia Comunicación /
mredondo@inerziacomunicacion.es

DISEÑO Y MAQUETACIÓN
Estudio DCG
Alba León

IMPRESIÓN Y DISTRIBUCIÓN
Diseño y Control Gráfico

COLABORAN EN ESTE Nº
Ángel del Amo
Fernando Díaz Bustamante (Aegon)
Óscar Herencia (MetLife)
Javier Espinosa (Reale)
Sonia Calzada (Zurich)
Pedro Navarro (AXA)
Ángel Vázquez (Proyectos y Seguros)

COLEGIO DE MADRID
Plaza de España, 10 - 28008 Madrid
Tel.: 91 540 18 00 - Fax: 91 540 18 01
www.mediadoresseguros.madrid
info@mediadoresseguros.madrid
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

Éxito de Madrid Seguro 2022

3 **CARTA DE LA PRESIDENTA**

15 **MESA REDONDA**
“Impulsando el cambio en positivo”, según MetLife, Reale, Zurich, AXA y Proyectos y Seguros

20 **PREMIOS MADRID SEGURO 2022**
Zurich, Reale, Comunidad de Madrid

ENTIDADES COLABORADORAS

10 **Sergio Álvarez**
DIRECTOR GENERAL DE LA DGSFP
"A ustedes los vemos del lado del cliente"

TRIBUNAS ESPECIALES

28 **Óscar Herencia,** director general de MetLife España y Portugal.

30 **Sonia Calzada,** directora de Negocio del Segmento Personas de Zurich Seguros.

31 **Javier Espinosa,** director comercial de Reale.

33 **Pedro Navarro,** director de Canal Corredores y Canal Brókers de AXA.

34 **Ángel Vázquez,** CEO de Proyectos y Seguros.

36 ENTREVISTA TERRITORIAL
Fernando Díaz Bustamante (Aegon)

40 ACTUALIDAD DEL COLEGIO

46 REPORTAJE
El Colegio estrena imagen corporativa

49 REPORTAJE
Nueva web

52 ACTUALIDAD

54 VAIVÉN

56 SEGUROS RESPONSABLES

58 DIXIT
Ángel del Amo

ÉXITO ROTUNDO DE MADRID SEGURO 2022

Madrid Seguro, Foro Permanente de la mediación organizado por el Colegio de Madrid, vuelve a la actualidad, tras un paréntesis de dos años por la pandemia, con un claro liderazgo del Cambio Positivo, lema de la VI Edición, ha contado de nuevo con la presidencia de honor de su Majestad el Rey, Felipe VI.

Elena Jiménez de Andrade, Colegio.

Sergio Álvarez, DGSFP.

Óscar Herencia, MetLife.

Javier Espinosa, Reale.

Sonia Calzada, Zurich.

Pedro Navarro, AXA.

Madrid Seguro, el evento del sector asegurador con más prestigio en España ha reabierto sus puertas el 22 de septiembre de 2022. El Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid ha vuelto a centrar la actualidad en las tendencias del seguro, tras un paréntesis de dos años por la pandemia. El evento contó con la presidencia de honor de su Majestad el Rey, Felipe VI y con la presencia del director general de Seguros y Fondos de Pensiones, Sergio Álvarez Camiña.

Madrid Seguro sirvió de marco para la presentación de la nueva imagen corporativa del Colegio

La VI Edición de Madrid Seguro registró un éxito rotundo y sin precedentes en cuanto a afluencia de corredores asistentes y presencia y apoyo de las principales instituciones y compañías del sector. El evento se celebró en el Complejo de Duques de Pastrana y sirvió de marco para la presentación de la nueva imagen corporativa del Colegio y el estreno de la nueva web (págs. 46 a 51), la entrega de los premios y reconocimientos de 2022 (págs. 20 a 24). La jornada concluyó con un cóctel en los jardines del Palacio en honor de la patrona amenizado por un cuarteto de cámara.

Fotos: Fernando Núñez.

Ángel Vázquez, Proyectos y Seguros.

Javier Barberá, Consejo General.

Toni Nadal, Rafa Nadal Academy.

Mago More, humanista.

La importante afluencia de público se notó desde la apertura de las puertas del Complejo Duques de Pastrana.

Miembros del Colegio, ponentes, personalidades, mediadores y periodistas recogen su acreditación en el control de acceso.

Sonia Calzada, directora de Negocio del Segmento Personas de Zurich, Elena Jiménez de Andrade, presidenta del Colegio de Madrid, y Pilar González Frutos, presidenta de UNESPA.

Manuel Carmona, vocal del Colegio, Elena Jiménez de Andrade, presidenta, Sergio Álvarez, director general de DGSFP, y Ángel del Amo, vicepresidente, conversan antes del evento.

Los ponentes Mago More y Toni Nadal, intercambian impresiones antes del comienzo de Madrid Seguro 2022.

Elena Jiménez de Andrade, presidenta del Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid, y Óscar Herencia, director general de MetLife España y Portugal.

Pilar González de Frutos, presidenta de UNESPA, Javier Barberá, presidente del Consejo General, y Ángel Vázquez, CEO de Proyectos y Seguros, instantes antes del comienzo de la gala.

Ángel Vázquez, Sergio Álvarez, Elena Jiménez de Andrade y Javier Barberá ocupan sus asientos antes del comienzo del Foro Madrid Seguro en el auditorio de Complejo de Duques de Pastrana.

helvetia.es

Proyecto empresarial.
Turbulencias.
Objetivo cumplido.

simple. claro. helvetia

Tu aseguradora suiza

Sergio ÁLVAREZ

DIRECTOR GENERAL DE SEGUROS Y FONDOS DE PENSIONES

El director general de Seguros y Fondos de Pensiones defendió la labor de la mediación ante el aforo de más 500 asistentes que llenaron el auditorio del Complejo de Duques de Pastrana. "Son ustedes un elemento importante de la regulación y de la supervisión de la conducta de mercado." Por el interés de su intervención reproducimos el discurso íntegro de Sergio Álvarez.

"A ustedes los vemos del lado del cliente"

Muy buenas tardes a todos. Encantado de saludarles en este reencuentro después de dos años, o casi tres años de paréntesis. La verdad es que es una gran satisfacción tener esa sensación de volver a la normalidad. Además, es una buena oportunidad también para que la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones, supervisora de la actividad que ustedes realizan, reconozca, una vez más, la importante labor de los mediadores de seguros. Sin mediadores de seguros no habría un funcionamiento eficiente y adecuado del mercado. La labor de los mediadores, desde la información, del asesoramiento, la gestión de las incidencias del contrato de seguros, hasta el momento del siniestro, en su caso, es una labor fundamental, hecha en beneficio de los asegurados y así debe ser siempre reconocido.

Estamos en una etapa, indudablemente, de incertidumbre. No hace falta dedicar mucho tiempo a explicar por qué. Y, como ustedes saben, la incertidumbre es un concepto distinto de otro que ustedes manejan muy bien, que es el riesgo. El riesgo es modelizable. Es estadísticamente tratable. Se pueden hacer predicciones. Se puede transformar un riesgo complejo para las familias, las personas o las empresas en una prima, que es algo asumible. Pero la incertidumbre es otra cosa.

La incertidumbre no se puede tratar estadísticamente. La incertidumbre, lamentablemente, es "inerradicable" y hay que afrontarla tal y como viene. Y, por tanto, afrontar la incertidum-

Sergio Álvarez, director general de Seguros y Fondos de Pensiones inauguró la VI edición de Madrid Seguro después de dos años de paréntesis por la pandemia. (Foto: Fernando Núñez).

bre no es una cuestión de estar bien preparado en términos de cumplimiento de la normativa o de tener los adecuados estudios actuariales. No, es una cuestión de actitud. Por eso, es tan importante el lema de este foro: "Impulsando el Cambio". Hace algunos años, seguramente, el lema podría haber sido otro: Adaptándose al cambio o afrontando el cambio. El hecho de que se quiera impulsar el cambio ya denota una actitud distinta. Una actitud muy condicionada también por todo lo que hemos aprendido durante la etapa de la pandemia. Pero ese cambio es muy importante para la mediación.

El supervisor de seguros español, y yo me atrevería a decir que el supervisor europeo de seguros, espera mucho de la actitud de cambio de los mediadores. De que continúen realizando su labor en materia de eficiente gestión del mercado segurador en la parte que les corresponde. Y que colaboren, cada vez más, como así está siendo en los ámbitos importantes de conducta de mercado.

> Esperamos mucho de la actitud de cambio de los mediadores

A ustedes los consideramos del lado de los clientes. Por tanto, son ustedes un elemento importante de la regulación y de la supervisión de la conducta de mercado. También una actitud de cambio positiva hacia elementos transversales para toda la economía, como la intensa transformación digital o tener en cuenta los asuntos de sostenibilidad. Quizá hace años hubiese sido difícil de entender que ustedes tienen que explicar a sus clientes cuáles son las consecuencias de la opción por un contrato u otro en términos de sostenibilidad o sería difícil, entonces, entender que ustedes tengan que saber cuáles son las preferencias en materia de sostenibilidad de sus clientes. Es un proceso de adaptación, de cambio de mentalidad, que, poco a poco, irá aumentando. Irá incrementándose y consolidándose sin duda alguna.

Por último, en este breve saludo, quería hacer dos tipos de agradecimiento o de enhorabuena, mejor dicho, o de felicitaciones. Una por supuesto a los premiados esta tarde, a los que ya adelanto la felicitación y el agradecimiento por su reconocida labor en el ámbito de los seguros y fuera de ellos. Y, en segundo lugar, una felicitación a los mediadores de Madrid. Madrid y Seguros son entidades muy relacionadas, muy vinculadas. No falta más que pasear por las calles de Madrid y ver la importancia que esta ciudad tiene en el seguro. Y ese agradecimiento a los mediadores de Madrid, también lo quería personalizar en la presidenta del Colegio, Elena Jiménez de Andrade, una persona cuyo talante, cuyo buen hacer ha mantenido siempre unas magníficas relaciones institucionales y ha colaborado siempre en el respeto al seguro y en la reputación de esta institución. Muchas gracias y que disfruten de la jornada.

Elena Jiménez de Andrade, presidenta del Colegio explicó, en una esperada intervención por parte de todos los ponentes y asistentes, el lema de la VI Edición de Madrid Seguro: IMPULSANDO EL CAMBIO. Somos los actores principales de esta gran industria el seguro, que es "garante de la estabilidad, la seguridad y la protección de las personas y de la sociedad en general", afirmó la presidenta del Foro Madrid Seguro. Su discurso terminó con la exposición de los cambios corporativos que ha acometido la institución. El cambio de logotipo e imagen corporativa cautivó al público con la presentación, plasmada en un vídeo, del nuevo concepto de mediador. También anunció el estreno de la nueva web del Colegio, el mismo día del evento, delante todos los visitantes (más información en páginas 46 a 51). Fotos: Fernando Núnez.

Ángel Corada, gerente del Colegio y Director del Centro de Estudios, condujo la jornada y presentó a los diferentes ponentes.

Javier Barberá, presidente del Consejo General, evidenció la importancia de Madrid y la necesidad de la vuelta de Madrid Seguro.

Toni Nadal, ex entrenador de Rafa Nadal, durante su conferencia "Motivación y Superación".

Mago More, humanista del siglo XXI, pronunció una conferencia sobre "El poder positivo del cambio" y moderó la mesa de debate (pág. 15).

PlusUltra Seguros

Seguridad que se comparte

Constuyendo tu futuro desde ahora

Ahorros y jubilación

El día de mañana querrás disfrutar de tu vida al máximo, pero, para hacerlo, debes contar desde hoy con una ayuda que te permita maximizar tus beneficios, de modo que puedas mantener tu nivel de bienestar en el futuro o cumplir los sueños y desarrollar los proyectos que siempre deseaste.

www.plusultra.es

Tras hacer entrega de los premios 2022 a Zurich, Reale y Comunidad de Madrid (páginas 20 a 24), la jornada concluyó con la entrega de las medallas de reconocimiento a los colegiados y las colegiadas de Madrid que habían cumplido 25 años de actividad colegiada. El presidente del Consejo General de Colegios de Mediadores de Seguros, Javier Barberá (tercero por la derecha), felicitó a los colegiados que recibieron la condecoración y posaron en una foto final con Javier Barberá y Elena Jiménez de Andrade. De izquierda a derecha, Rosana Bosch, Lola Cárdenas, Pedro Peña, Manuel López Hidalgo, Alfonso Rodríguez Martínez, junto a Javier Barberá, presidente del Consejo General, Elena Jiménez de Andrade, presidenta del Colegio, y Ángel Corada, director del Centro de Estudios y colegiado con 25 años de antigüedad. Fotos: Fernando Núnez.

El Foro terminó con el tradicional cóctel en los jardines del Palacio de los Duques de Pastrana. Durante la velada, momento estrella del networking del evento, los más de 500 asistentes a la VI Edición de Madrid Seguro pudieron comentar e intercambiar impresiones con los mediadores, representantes de compañías e instituciones y los ponentes de la jornada. El cóctel, en honor a la patrona, estuvo amenizado por un cuarteto de cámara.

De izquierda a derecha, Mago More, moderador de la Mesa Redonda; Elena Jiménez de Andrade, presidenta del Colegio de Mediadores de Madrid; Ángel Vázquez, CEO de Proyectos y Seguros, Pedro Navarro, director de Canal Corredores & Canal Brókers de AXA; Sonia Calzada, directora de Negocio del Segmento de Personas de Zurich; Javier Espinosa, director comercial de Reale; y Óscar Herencia, director general de Metlife España y Portugal.

IMPULSANDO EL CAMBIO POSITIVO EN LAS PERSONAS, EL NEGOCIO Y EL CLIENTE

Bajo el título "Impulsando el cambio en positivo", la mesa redonda, moderada por Mago More, reunió a los principales directivos de Metlife, Reale, Zurich, AXA, Proyectos y Seguros y Colegio de Mediadores de Madrid.

Los directivos de las compañías invitadas (MetLife, Reale, Zurich, AXA y Proyectos y Seguros) expusieron las acciones y las políticas que han implementado para impulsar el cambio con respecto a las personas, al negocio y a los clientes.

EL CAMBIO EN LAS PERSONAS

Mago More abrió el turno de intervenciones con una pregunta común. ¿Qué se está haciendo respecto a las personas de vuestras compañías?

Óscar Herencia, director general de MetLife en España y en Portugal, señaló que la compañía tiene una política de talento bien definida. "Lo que intentamos crear es una experiencia de empleado muy especial", afirmo Herencia. Desde MetLife se valora el equilibrio entre la vida laboral y la vida familiar y la formación como vía de desarrollo. "Tenemos un programa interno que se llama Desarrollo Futuro para dar una formación mucho mayor", explicó.

Para **Javier Espinosa,** director comercial de Reale, se ha producido un cambio cultural en Reale. "Ese cambio cultural conlleva mayor autonomía, mayor confianza, mayor responsabilidad. Esto es lo que estamos haciendo desde Reale", afirmó. "Hemos sido elegidos a nivel europeo como la quinta mejor compañía para trabajar, y en España la segunda. Gente satisfecha y gente contenta, al final, es gente que aporta retorno".

Sonia Calzada, directora de Negocio Segmento Personas de Zurich, indicó que "en Zurich hemos incorporado 220 personas en lo que va de año. Hemos reforzado especialmente Madrid, con la entrada de 18 personas. No solamente ha entrado gente

> *MetLife tiene una política de talento bien definida que se realiza en función del potencial, de la experiencia y del desarrollo de cada empleado. Sobre todo lo que intentamos crear es una experiencia de empleado muy especial.*
>
> **Óscar Herencia, director general de MetLife España y Portugal.**

joven. Casi un 40% son generación X que afortunadamente también se siguen moviendo por el mercado", comentó.

Pedro Navarro, director de Canal Mediadores y Brókers de AXA, explicó que aplican criterios EFR: Equilibrio, Flexibilidad, Responsabilidad. "El seguir criterios EFR dentro de la empresa lo que hace es que tengas una diversidad, una capacidad de poder atender al sector asegurador, a la mediación profesional". Respecto a la diversidad, señaló que en AXA el 50% del comité directivo son mujeres.

Ángel Vázquez, CEO de la correduría Proyectos y Seguros, afirmó respecto a la diversidad y la conciliación familiar que en su compañía el 75% de la plantilla son mujeres. "Tenemos una gran estructura de ventas. Muchas son mujeres porque lo hacen mejor que los hombres", explicó.

Elena Jiménez de Andrade, presidenta del Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid, afirmó que el sector asegurador es un mundo eminentemente masculino, pero no es un mundo machista. "Es un sector que potencia y enriquece a la mujer", afirmó.

EL CAMBIO EN LA COMPAÑÍA

En el siguiente capítulo, Mago More preguntó a los ponentes se estaban adaptando eficazmente a las necesidades de los clientes. ¿Qué pasa con la inflación, por ejemplo?

> *Seguir criterios EFR (Equilibrio, Flexibilidad, Responsabilidad) hace que tengas diversidad y una capacidad de poder atender al sector asegurador, a la mediación profesional.*
>
> **Pedro Navarro, director de Canal Mediadores y Brókers de AXA.**

MAPFRE Salud

ELIGE EL SEGURO DE SALUD DE

CONFIANZA

NUEVA APP
MÁS SENCILLA Y COMPLETA
LA MEJOR TELEMEDICINA

HASTA **5** MESES GRATIS*

MAPFRE

Cuidamos lo que te importa

*La promoción referenciada consistirá en la aplicación de un descuento de hasta el 41% en la prima anual de la póliza desde la fecha de efecto del contrato hasta el 31 de diciembre de 2023. Para la aplicación de las condiciones de la promoción consulta las bases legales en mapfre.es.

> *Reale va en el buen camino. Hemos sido elegidos a nivel europeo como la quinta mejor compañía para trabajar, y en España, la segunda. Gente satisfecha y gente contenta, al final, es gente que aporta retorno.*
>
> **Javier Espinosa, director comercial de Reale.**

Desde MetLife, **Óscar Herencia** señaló que las redes han cambiado el centro de poder. "Ahora hay un esfuerzo muy grande en la inversión digital, en la flexibilidad de los productos, en la personalización de los productos. Hay un compromiso con la experiencia de cliente", añadió.

Javier Espinosa reconoció que la inflación, "a nivel de negocio nos va afectar. Obviamente los márgenes se van a acortar y tenemos que implementar herramientas que nos reduzcan costes, como enviar la documentación en formato digital", afirmó el director comercial de Reale.

Sonia Calzada explicó que la mediación, lejos de haber perdido peso, ha seguido ganando participación en las ventas. La directora de Negocio de Segmento Personas de Zurich, apuntó también que, "en diversidad, la mayoría de las compañías están en niveles muy buenos".

Para **Pedro Navarro,** "la situación de incertidumbre por la inflación está siendo, de momento, bien llevada". No hay que hablar del 2022, hay que hacerlo de cara a 2023, indicó el director de Canal Mediadores & Canal Bróker de AXA.

Ángel Vázquez apuntó que "al cliente hay que darle una excelente protección. Esto obliga al mediador a realizar cambios profundos. Los mediadores deben mejorar la tecnología para la venta, "¿cómo? Uniéndonos con corredores que son expertos", señaló.

Elena Jiménez de Andrade afirmó que la formación que imparte del Colegio

> *Atraemos a la gente para que entre en una formación totalmente distinta. En Zurich utilizamos aplicaciones de mentalización para que podamos seguir creciendo.*
>
> **Sonia Calzada, directora de Negocio Segmento Personas de Zurich.**

> *La formación es el pilar del Colegio de Madrid. Primero porque los mediadores necesitamos estar formados. Es una ventaja competitiva frente a otros sectores.*
>
> **Elena Jiménez de Andrade, presidenta del Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid.**

es la mejor, porque "el cliente no es tonto se da cuenta si le estás vendiendo un seguro que estás formado y le estás asesorando bien, o no", indicó la presidenta del Colegio de Madrid.

EL CAMBIO EN EL CANAL Y EL CLIENTE

La última ronda de debate se dedicó al canal mediador.

Óscar Herencia explicó que "en todas las operaciones de MetLife, la distribución presencial fuerte fue donde los resultados fueron mejores. El 33% valora más el canal presencial", explicó.

Javier Espinosa señaló que el 97% de la distribución en Reale corresponde a la mediación. "Durante la pandemia no solo no hemos retrocedido, sino que hemos abiertos nuevas delegaciones", indicó.

Para **Sonia Calzada,** su experiencia en Zurich le demuestra que "los mejores índices de satisfacción los tienen los mediadores", apuntó.

Ángel Vázquez afirmó que los mayores aportadores de leads son los mediadores. "Tenemos contactos de clientes todos los días y esos datos los tenemos que gestionar con tecnología especifica de ventas: que sea fácil, que asesore. No hagamos como la banca", concluyó el CEO de Proyectos y Seguros.

Elena Jiménez de Andrade terminó señalando que el canal de corredores es el que más está creciendo porque es el que más vende. Con lo cual, una póliza siempre con un mediador.

> *Apostamos por un modelo mixto de teletrabajo y presencialidad, para mejorar la conciliación familiar y profesional; ahorrar tiempo y costes de desplazamientos; e incidir en el bienestar de nuestro equipo.*
>
> **Ángel Vázquez, CEO de la correduría Proyectos y Seguros.**

ZURICH, PREMIO MADRID SEGURO 2022

Sonia Calzada, directora de Negocio de Segmento Personas, recoge el galardón

La presidenta, Elena Jiménez de Andrade, señaló en la entrega del Premio Madrid Seguro 2022 que "Nos sobran los motivos para otorgar este año el premio. Zurich ha hecho una apuesta por aumentar la visibilidad de la Comunidad de Madrid, en el deporte con la carrera maratón de Madrid; la implicación con el medio ambiente; el nivel de paridad en su comité de dirección en España con la campaña Mujeres Valientes, impulsando a las mujeres de la Mediación".

Sonia Calzada, directora de Negocio de Segmento Personas de Zurich, agradeció la entrega del premio y señaló que, además de las iniciativas que se están llevando a cabo, "nos

acompañan hoy un grupo de mediadoras que están trabajando para impulsar ese cambio dentro la mediación para que este sector sea mucho más diverso y podamos seguir hablando de esa igualdad".

GRUPO MUTUA PROPIETARIOS

Más Protección

Te ayudamos a convertirte en especialista, para dar protección integral a los inmuebles de tus clientes

Descubre nuestro Planeta Propietario

934 873 020 • 918 264 004
www.mutuadepropietarios.es

REALE, PREMIO AZUCARILLOS 2022

Javier Espinosa, director comercial de Reale Seguros, acepta con mucha ilusión el reconocimiento

En la entrega del Premio Azucarillos, Elena Jiménez de Andrade indicó que Reale: "Es una compañía que apoya mucho la mediación. Este año ha tenido un detalle con la mediación con el lanzamiento de una campaña que pone en valor la actividad mediadora, el valor de la mediación, precisamente para contrarrestar otra campaña hostil". Javier Espinosa, director comercial de Reale Seguros, agradeció el reconocimiento y señaló: "Este premio lo recojo con mucha ilusión en nombre de todos mis compañeros que su día a día está muy cerca de vosotros. Con la humildad de saber que tenemos que seguir trabajando para la mediación y con la humildad de no cambiar porque vuestro éxito será nuestro éxito".

Allianz

Worldwide Olympic and Paralympic
Insurance Partner

Prepárate para alcanzar todo lo que la vida te ofrece.

COMUNIDAD DE MADRID, MADRILEÑO DESTACADO 2022

María Dolores Moreno, directora General de Humanización y Atención al Paciente, recibe el premio en nombre de Enrique Ruiz Escudero

Elena Jiménez de Andrade señaló en la entrega del Premio Madrileños Destacado del Año que "Estamos en Madrid y este año queremos reconocer a una institución. El premio lo otorgamos a personas o instituciones que nos hacen estar orgullosos de esta ciudad". Para cumplir este objetivo "hemos tenido la suerte de contar con un consejero de sanidad de la Comunidad de Madrid", indicó la presidenta del Colegio.

María Dolores Moreno, que recogió el Premio en nombre del consejero de Sanidad, Enrique Ruiz Escudero, era para ella un honor "recoger este premio en nombre del consejero de Sanidad, Enrique Ruiz Escudero", añadió: La sanidad madrileña lleva dos décadas consolidando un modelo sanitario en constante transformación y mejora de sus infraestructuras, equipamientos y prestaciones apostando siempre por la humanización en la asistencia sanitaria.

caser
Grupo Helvetia

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

Libro de CITAS

LA ORGANIZACIÓN DE MADRID SEGURO AGRADECE TODAS LAS MUESTRAS DE ÁNIMO Y APOYO

Mayte García del Barrio, Directora Área Comercial Madrid Occidental

"Un interesante encuentro que refleja la aportación de valor de la mediación a la tranquilidad de particulares y empresas en momentos tan complejos como los que vivimos".

Luis Carlos Tortajada Lorente, Director del Canal Corredores de MAPFRE España

"Para MAPFRE la estrecha colaboración con el Colegio de Mediadores de Madrid y sus colegiados, ha sido y será siempre un importante vínculo que nos acerca a la mediación PROFESIONAL".

Luiza Teodoro, Independent Distribution Director de MetLife Iberia

"Un evento de gran calidad, sobre un tema que hoy es vital y que marcará el futuro del sector. Existe un camino lleno de oportunidades para los seguros de vida, pero es necesario cambiar la mentalidad y aprovechar al máximo lo que la tecnología ofrece en la relación de las aseguradoras con clientes y mediadores".

José Luis Gómez Gómez, Director Comercial y Marketing, Solunion

"Un placer patrocinar desde Solunion esta jornada de intercambio, cercanía y visión de futuro con la mediación; un Madrid Seguro con cuyo lema, "Impulsando el cambio", no podíamos estar más alineados".

Nuria Bendito, directora de Zona Corredores Centro de Helvetia

"Tras el parón que realizamos debido a la pandemia, este año teníamos muchas ganas de celebrar este encuentro con mediadores de Madrid. El evento estuvo muy bien, disfrutamos de charlas y coloquios muy entretenidos, en un entorno especial y acogedor".

Fernando Díaz Bustamante, director territorial de Aegon

"En Aegon llevamos más de 40 años trabajando para crecer junto a nuestros corredores. Por ello es un placer estar de nuevo en un día tan importante como hoy junto a nuestros socios".

Juan Carlos Muñoz. Director Comercial de ARAG

"Esta edición ha sido muy especial, por ver la unión que mantenemos con la mediación para afrontar los nuevos retos, así como por el potente programa de contenidos del evento".

Tania Piñez. Yanes, Responsable del departamento Comercial de Avanza Previsión

"La mediación continúa siendo la apuesta en firme de Avanza Previsión. Estamos convencidos del valor del corredor y del agente y de su necesaria figura en el negocio asegurador y celebrarlo formando parte de un evento como Madrid Seguro siempre será un privilegio".

Paulino Marcos, Director Territorial Centro-Canarias AXA Seguros

"Este foro es el punto de encuentro de aseguradoras y colegiados, que nos ayuda a adaptarnos en las constantes necesidades del mercado asegurador".

Lucio Corral, Director Territorial Centro DE FIATC

"Este evento ha hecho posible algo muy importante para mantener vivo el sector: el reencuentro con una cierta normalidad con los mediadores".

Raquel Sualdea Rincón, Directora de la Sucursal de DKV en Madrid

"Enhorabuena al Colegio de Mediadores de Seguros por apostar por la innovación y por vuestro afán por impulsar el cambio. Un placer para DKV el poder acompañaros en un evento tan señalado".

Trascender la tecnología en favor de las personas

ÓSCAR HERENCIA, DIRECTOR GENERAL DE METLIFE ESPAÑA Y PORTUGAL

El 12 de marzo de 2020, cuando el Gobierno anunció el confinamiento, a la gran de mayoría de nosotros no pilló por sorpresa. Tan sólo unos días antes, pese a ver lo que acontecía en Italia, ni se nos ocurría pensar en una situación como esa.

Había mucha incertidumbre, sensación de inseguridad y la esperanza de que solo iba a ser cosa de un par de semanas.

Sin embargo, la situación se alargó y todos evaluamos el impacto que esto iba a tener en nuestro negocio.

Yo hice una reflexión que, en aquel momento, parecía lógica. Si el contacto y la interacción personal está prohibida y, además, ahonda en la incertidumbre y el miedo al contagio, el negocio face-to-face iba ser el más afectado, con un recorrido casi nulo en los meses siguientes.

La pandemia trajo el auge del teletrabajo, la digitalización y, en mi opinión, un punto de exageración sobre el convencimiento de que esa situación funcionaba y nunca más iba a ser necesario volver a la oficina.

> La tecnología es el "como" pero las personas son el "por qué"

La digitalización es, sin duda, el camino a seguir. Es la forma de simplificar los procesos, de facilitar la interacción y de aprovechar todas sus ventajas para entregar una experiencia de cliente que busque la excelencia. Obviar el impacto positivo que la tecnología tiene en nuestro trabajo y no aprovecharlo, es sinónimo de desaparecer.

Ahora bien, no podemos olvidar nunca una cosa. La tecnología es el "cómo" pero las personas son el "por qué". Todo plan de digitalización debe estar basado en la premisa de transcender la tecnología para ponerla al servicio de las personas.

De aquella famosa conclusión, a la que yo llegué al inicio de la pandemia, y según la cual el negocio face-to-face enfrentaba un entorno poco menos que irresoluble, el resultado fue que, en aquellos países donde MetLife tenía redes de distribución propias o independientes de venta presencial, el negocio sufrió menos y los resultados fueron mejores.

Nos podemos preguntar, ¿y por qué ocurrió eso? pues sencillamente porque la tecnología se puso al servicio de los profesionales, les permitió hacer reuniones online, dar servicio a los clientes, asustados, preocupados y con un punto de incertidumbre en aquel momento, pero esos mediadores supieron utilizar la tecnología como complemento para hacer su trabajo, que continuó siendo el de prestar consejo profesional, asesorar y dotar de humanidad el entorno de los seguros.

Hay una frase que repito constantemente y que me sirve para no descarrilar en el plan de digitalización que todos estamos llevando a cabo: "La tecnología es instrumental pero las personas son diferenciales".

Desde MetLife hemos preguntado periódicamente a nuestros clientes acerca de sus preferencias para comprar seguros y la gran mayoría, por encima del 30%, prefirió el consejo de un experto, la intervención de un mediador que le ayude a interpretar un producto con el que no está familiarizado y escoger la opción más adecuada para él.

LA MEDIACIÓN COMO CANAL PREFERENTE

El estudio y presentación de las mejores soluciones de seguros requieren un alto nivel de especialización y cae del lado de las compañías, proporcionar las mejores herramientas a los profesionales.

Desde MetLife, lo entendemos así y por eso diseñamos un ecosistema

que se apoya en cuatro pilares: el diseño de productos competitivos que atienden las necesidades concretas del cliente, la tecnología al servicio de procesos simples que hagan la vida más fácil a mediadores y clientes, una experiencia de cliente que busca la excelencia y programas de formación que permitan ahondar en la especialización de los profesionales.
Todo esto trae un nivel de flexibilidad y especialización que, creemos, responde a las nuevas necesidades y hábitos de compra surgidos en los últimos años y acelerados tras la pandemia.

> Cae del lado de las compañías, proporcionar las mejores herramientas a los profesionales

Esta combinación de tecnología y acompañamiento profesional y personal es lo que ha venido a definirse como "phygital", el modelo de venta híbrida que responde mejor a las necesidades nuestros clientes.
Perder el impacto que el consejo y cuidado personal traen a las relaciones profesionales , sería un paso atrás de enorme perjuicio para todos.
Me atrevo a decir que en la combinación de las capacidades digitales con el calor humano está el secreto del éxito.

MGS Ciberseguridad
para pymes y despachos profesionales

PREVENCIÓN
CIBERPROTECCIÓN:
- Protección y monitorización remota permanente de ordenadores.
- Informe de vulnerabilidades en la web

RESPUESTA
GESTIÓN DE INCIDENTES
en ciberseguridad y concienciación en ciberseguridad para empleados.

COSTES
PACK DE GARANTÍAS INDEMNIZATORIAS:
servicios legales, gastos de notificación, restitución de imagen, ciber extorsión, entre otras.

Para más información, remite un mensaje a clientes@mgs.es, visita nuestra web o consulta a uno de nuestros agentes.

www.mgs.es

MGS Seguros

Actitud positiva para afrontar los nuevos retos del sector

SONIA CALZADA, DIRECTORA DE NEGOCIO DEL SEGMENTO PERSONAS DE ZURICH SEGUROS

Zurich tiene una larga implantación en España, con casi 150 años protegiendo a clientes, empresas e instituciones, nuestra responsabilidad ha sido garantizar el equilibrio entre el crecimiento económico, el cuidado del medio ambiente y el bienestar de las personas. Así hemos logrado afrontar los nuevos desafíos que nos plantea un mundo cambiante y estoy segura de que para poder encararlo es necesario tener una actitud positiva, de esta manera conseguimos adaptarnos sin importar la inmediatez de los cambios, consiguiendo los mejores resultados.

Hemos desarrollado nuestro equilibrio gracias a la inversión que realizamos en el bienestar de las personas; nuestros equipos son la piedra angular, a través de su desarrollo profesional conseguimos potenciar todo lo demás, alineando sus intereses y necesidades con los de la compañía. En Zurich hemos consolidado un modelo híbrido que busca sacar el máximo provecho a las dos formas de trabajo: virtual y presencial, un modelo que nos permita aprovechar lo mejor de ambos mundos (reuniones rápidas, llegamos a todo y a todos a golpe de clic, máxima concentración, mejor conciliación e incorporación de rutinas saludables…) con el presencial (mejor para co-creación y resolución de problemas, espíritu de equipo, cercanía, aprendizaje…). Pero, no nos hemos parado y hemos añadido el Well-meeting, logrando optimizar el número de horas de reuniones ganando en efectividad.

En nuestro ADN llevamos fuertemente grabada la diversidad en todas sus formas, porque a parte del azul, el orgullo también forma parte de nuestros colores. Como parte de esta estrategia, lanzamos el programa Aliados, impulsando a empleados/as que serán referentes en cada uno de los cuatros pilares de nuestra actitud inclusiva: Diversidad de género y funcional, Orgullo y diálogo intergeneracional, siendo quienes impulsen y apoyen las mismas.

Personalmente me siento muy comprometida, impulsando una acción de la que me siento especialmente orgullosa "Mujeres Valientes Go al Mercado" a través de la cuál queremos influir y ser agentes del cambio para promover la igualdad de género en el sector, al igual que hemos hecho en nuestra compañía. Gracias a este programa, podremos ayudar a muchas profesionales de los seguros a impulsar sus carreras y acceder a puestos de mayor responsabilidad, obteniendo el reconocimiento y la visibilidad que merecen por su trabajo. Es un gran sector, y me encanta apoyar e impulsar la igualdad en el mismo.

Nuestro objetivo como compañía es el desarrollo del negocio, y lo hacemos a través de la relación con nuestros clientes y mediadores demostrando nuestro compromiso con ellos través de un espíritu transformador que avanza con nuevos servicios, experiencia diferencial y una apuesta por un canal cada vez más digitalizado, que combina las relaciones cercanas con las ventajas digitales. Hemos focalizado nuestro interés en los agentes y corredores, haciendo de ellos una parte fundamental del negocio de Zurich, mediante un programa de acuerdos con Asociaciones y Colegios para poder garantizar que el futuro del sector sea lo más diverso, sostenible y socialmente responsable posible.

Como aseguradora, una de nuestras mayores preocupaciones es el futuro, y en él juegan un papel importante el bienestar y el cuidado de nuestro planeta, por ello promovemos diferentes iniciativas a través de nuestro programa de RSC con acciones para facilitar el futuro a los más jóvenes, promocionar e inculcar la cultura del deporte patrocinando hasta 13 de las grandes carreras de nuestro país y por supuesto la conservación del medio ambiente con diferentes iniciativas como: "Un seguro, un árbol", la neutralización de las emisiones de CO_2 y otras propuestas encaminadas a reducir la huella de carbono. Con todas estas medidas no solo pretendemos marcar la diferencia con, sino inspirar a la sociedad para que comparta este viaje con nosotros.

Avanzando sin perder la esencia

JAVIER ESPINOSA, DIRECTOR COMERCIAL DE REALE SEGUROS

El año 2022 está siendo un año especialmente complicado, lleno de incertidumbres que nos están tocando vivir, y también enfrentándonos a escenarios no previstos en ningún plan estratégico, como por ejemplo son los coletazos de una pandemia mundial, el conflicto en Ucrania, la inflación, o la falta de suministros y componentes. Pero enfrentarse a incertidumbres y escenarios complicados y poco frecuentes no tiene que quitarnos el foco en la forma de entender nuestro negocio. En Reale Seguros lo hacemos adaptándonos a las nuevas necesidades, pero sin perder la esencia: personas, cercanía, nuestro modelo basado en la mediación y en el territorio.

A la hora de avanzar, es importante tener en cuenta los retos de transformación a los que nos enfrentamos y abordarlos desde distintos enfoques: desarrollando la oferta, lo que nos permite traer nuevos ingresos y con un foco muy fuerte en la digitalización de nuestros procesos de gestión, lo que se traduce en una reducción de los costes y en una mejora de la calidad de servicio a través de una experiencia sencilla de clientes y mediadores.

Ahí está la clave, tener siempre en cuenta herramientas que faciliten el "día a día" de los mediadores, respetando su figura en el mercado, firmando compromisos de buenas prácticas, y siendo parte muy activa de iniciativas sectoriales, como el EIAC o la plataforma CIMA, con el objetivo de dotarles del máximo de utilidades, la mejora en la gestión, eficientando al máximo los procesos, así como desarrollar e implantar todas las cuestiones de robotización / inteligencia artificial que nos ayuden a mejorar.

Pero avanzar es dar pasos. Desde Reale Seguros hemos querido poner "encima de la mesa" una iniciativa que hemos llevado a cabo a lo largo de este año y que es el proceso de trazabilidad del dato del cliente, que juntamente con colectivos de corredores estamos impulsando, para ser transparentes en la gestión, y aprovechar al máximo, y de forma conjunta y voluntaria, las oportunidades de incrementar la eficiencia, dando el máximo valor añadido al cliente.

Y a la hora de andar, no podemos perder de vista el suelo que pisamos. Lo que nos mantiene equilibrados. Esto no es más que nuestra vocación de trabajar con personas, compartir proyectos, colaborar en la consecución de objetivos compartidos… Una estrategia de apuesta por el territorio tiene que llevar acompañado un compromiso de permanencia. Esta es la clave del modelo territorial en la que prima estar cerca de nuestros mediadores, allí donde operan. Es una apuesta arriesgada pero segura. Apostamos por estar cerca, gracias a las 54 sucursales que tenemos repartidas por el país, frente a otras apuestas de deslocalización y centralización de servicios. Es nuestro modelo, es nuestra forma de entender nuestro negocio.

Estoy seguro de que la búsqueda de la meta común para ambos nos llevará a hacer un camino con menos obstáculos.

mediadores seguros madrid

CURSO SUPERIOR DE RESPONSABILIDAD CIVIL Y SEGUROS

- Con los mejores expertos del sector: José A. Badillo, Gonzalo Iturmendi y Esteban Manzano.
- Precios: 790 euros para colegiados, 850 euros para exalumnos o 920 euros para no colegiados.

Información e inscripción en: flizcano@mediadoresseguros.madrid o llamando al 91 540 18 00

Nueva plataforma de teleformación del Colegio

Ya disponible con los cursos de Formación Inicial Nivel 2 y Nivel 3
Y cinco cursos de formación continua, de 25 horas cada uno, para cumplir con la obligación que fija la ley.

Más información contactando con el Colegio y en nuestra página web
Escríbenos a info@mediadoresseguros.madrid o llámanos al 915 410 800

www.formacionseguros.madrid

Impulsando el cambio en positivo

PEDRO NAVARRO, DIRECTOR CORREDORES Y GRANDES BROKERS AXA ESPAÑA

¿Qué nos hace tomar la decisión de querer cambiar? ¿Cuándo? ¿Por qué? Todas estas preguntas que parecen sacadas de una manual de autoayuda son fundamentales en el sector asegurador y aún más en la mediación profesional. Son muchas las reflexiones que nos ha dejado esta nueva edición de Madrid Seguro 22, pero si me tengo que quedar con una sea precisamente la de su título "Impulsar un cambio en positivo".

Vivimos en un mundo amenazado por más riesgos y nunca antes había sido tan necesario sentarnos a debatir cómo adaptarnos a esta situación y hacerlo en positivo. Sinceramente intento huir de los mensajes catastrofistas y, además, creo que este sector, el asegurador, tiene mucho que aportar para que ese cambio sea en positivo. Y es más, así lo estamos haciendo en AXA; siendo protagonistas de acciones y liderando en aspectos tan relevantes como el cambio climático o las desigualdades sociales.

La sostenibilidad forma parte de nuestro plan estratégico porque queremos ser una empresa modelo como aseguradores (presidimos la Alianza Net Zero e impulsamos el negocio verde/inclusivo), como inversores (26.000 millones en 2023 en activos verdes y bonos de transición) y por nuestra propia actividad con el 100% de los empleados formados en cambio climático y con actividad propia neta de emisiones.

Tenemos una visión global del cambio con el medioambiente como elemento fundamental pero sin olvidarnos de aspectos de Gobierno Corporativos y Sociales. Algo que, en el caso de AXA tenemos en el ADN, en nuestro propósito de empresa "Trabajar por el desarrollo de la sociedad protegiendo lo que importa". Los clientes, los mediadores y la sociedad reclaman empresas responsables y hemos de dar respuesta como empresa, que además debe ser facilitadora del cambio.

Y en este viaje tenemos que tener claro, y ese es nuestro caso, quiénes son nuestros compañeros de camino: la mediación profesional. Nuestra apuesta es por y para la mediación profesional que hoy suponen más de un 90% de nuestro. "Estabilidad, competitividad y servicio", ese es nuestro mantra y lo seguirá siendo porque somos consecuentes con la estrategia que hemos fijado.

Creemos en la competitividad de cada canal dando las mismas oportunidades en un entorno en el que, además, todos tienen que tener las mismas reglas del juego. Los colegios, las asociaciones y el Consejo tienen un fuerte rol de dinamizador y desarrollo por el que apostamos fuertemente.

El entorno también está acelerando este cambio que tenemos que afrontar en positivo. Los modelos relacionales han cambiado desde los tiempos del confinamiento hacia lo que nosotros denominamos "phygital", en el que el entorno físico y el digital se complementan. Hemos de aprovechar los avances tecnológicos y mejorar la productividad en cada uno de los entornos: lo mejor de las relaciones personales con todas las capacidades tecnológicas. Aquí tendremos que reforzar, aún más, todo lo que estamos haciendo en conectividad y transformación digital de muchos de nuestros modelos de negocio y relacionales.

Cambiar para hacer las cosas de forma diferente pero, también, cosas diferentes. Hoy en día es mucho más necesario que nunca la especialización de los profesionales aportando valor donde sabemos que somos especialistas. Tenemos un océano de oportunidades empezando por Vida Riesgo, unit linked, salud o retribución flexible y ahí hemos de focalizarnos.

Y para finalizar quería hacer un recuerdo para el programa de televisión, el "Un, Dos, Tres" y aquellos sufridores en casa que no podían ayudar a los concursantes pero compartían su misma suerte. Yo, sinceramente, creo que no debemos ser "sufridores en casa" y sí los protagonistas para ser los que eligen el destino correcto y obtienen el premio gordo. Nosotros, en AXA, seguiremos trabajando juntos con la mediación profesional para liderar el cambio en positivo.

Los corredores, pieza clave para 'Impulsar el cambio' en el sector

ÁNGEL VÁZQUEZ MÍGUEZ, PRESIDENTE Y CEO DE PROYECTOS Y SEGUROS

El PIB se desplomó en el primer semestre de 2020 en todos los países europeos, y muchos sectores se vieron y se continúan viendo muy afectados. Sin embargo, el sector de los seguros no experimentó ningún descenso de la actividad. Incluso la consultora PwC, en su informe sobre el impacto del Covid19 en el sector asegurador de abril de 2020 reflejaba a los mediadores, agentes y a las aseguradoras como principales contribuyentes en la recuperación post-pandemia.

Se auguraba entonces un requerimiento de toma de acciones en todos los ámbitos empresariales: estrategia de negocio, mantenimiento de las operaciones y digitalización inminente.

Los modelos de trabajo se vieron alterados por la necesidad de organizar el teletrabajo de los empleados durante los cierres que afectaron a casi todos los países europeos desde principios de marzo de 2020 hasta mediados de 2021.

Hoy por hoy este modelo de teletrabajo se ha implantado de manera exitosa en el ámbito de la mediación y nuestra experiencia ha sido y continúa siendo muy positiva, tanto en la gestión de nuestros servicios internos, como por la respuesta mayoritaria de nuestro equipo.

Las corredurías, aseguradoras y todos los agentes implicados en el sector asegurador, en general, deberían verlo como algo positivo, no

solo para aumentar la motivación del trabajador, y por consiguiente, en una mayor productividad, sino también como ayuda en cuanto a la retención de talento de las corporaciones y en una mayor facilidad para la captación de personal por todo el territorio nacional.

Actualmente, apostamos por mantener un modelo mixto que alterne el teletrabajo con la presencialidad, lo que supone una mejora en la conciliación familiar y profesional de nuestros empleados, además del ahorro de tiempo y costes de desplazamientos, incidiendo directamente en el bienestar de nuestro equipo.

Pero no solo debemos poner el foco en el teletrabajo, la colaboración entre corredurías ha sido, es y será clave en estos momentos de cambio de tendencia en el sector. Históricamente, la cooperación y el intercambio de conocimiento entre corredores ha sido bajo, sin embargo, los nuevos marcos de distribución; internet, redes sociales, legislación y la mayor exigencia de los clientes obligan a la mediación a realizar cambios profundos en los métodos de distribución tradicional, haciendo que la cooperación sea ahora más necesaria que nunca.

No solo es necesario para hacer frente a la agresiva competencia de las compañías y de nuevos actores en el mercado, sino también para aprender entre nosotros con el objetivo de mejorar nuestros procesos internos y externos, orientados a la venta y la gestión.

Hoy en día existen plataformas y herramientas tecnológicas que nos facilitan esta transición y cooperación entre todos los actores intervinientes: CIMA, EIAC DINAD.

Además, muchas corredurías mayoristas colaboran con un gran número de corredores más pequeñas, que por su estructura no pueden invertir grandes sumas en tecnología o dedicarse a la gestión sin perder foco en la venta y asesoramiento de sus clientes, que es lo que realmente tienen que hacer.

Ambas cuestiones expuestas anteriormente, el teletrabajo y la cooperación entre corredurías, deben ayudar y potenciar el cambio poniendo el foco en el nuevo modelo de cliente. Un cliente cada vez más exigente, el cual no solo quiere adquirir un seguro, si no que busca, una buena experiencia de compra. De esta manera no solo conseguiremos una venta, sino un cliente fidelizado de por vida. La única manera de ofrecer una buena experiencia de compra es conociendo

y analizando sus hábitos y comportamientos, manteniendo una comunicación omnicanal constante donde podamos atender de forma inmediata y eficaz sus necesidades e inquietudes, desde el inicio de la compra hasta la fase de post-venta. Vivimos en una sociedad hiperconectada, en la que utilizamos internet para todo, cada vez son más los clientes que se suman a la compra y contratación online y no solo eso, sino que se informan, buscan y analizan el producto y su marca antes de lanzarse a la compra.

Somos nosotros, los que debemos adaptarnos a ellos, a esta nueva tendencia como ya han hecho y continúan haciendo otros sectores como la banca, sin dejar de lado la relación personal con el cliente y la cercanía que debemos tener nosotros, como corredores y, por consiguiente, como asesores personales.

> La colaboración entre correduría ha sido, es y será clave en estos momentos de cambio de tendencia en el sector

No debemos dejar a nadie atrás. Hoy por hoy, seguimos explorando nuevas oportunidades a corto, medio y largo plazo para mantener una fusión coherente entre ambas vertientes y un equilibrio perfecto que nos permita avanzar hacia este cambio de tendencia que está sufriendo la mediación tradicional.

"A pesar de la incertidumbre, nuestras previsiones para 2023 son positivas" explica Fernando Díaz Bustamante, director territorial de Aegon, que destaca el valor añadido que aportan los mediadores madrileños a la compañía de seguros.

FERNANDO Díaz Bustamante

DIRECTOR TERRITORIAL DE AEGON

"En Madrid nuestros mediadores nos exigen un nivel muy alto"

Fernando Díaz Bustamante, director territorial de Aegon, pone en valor la importancia de Madrid y del canal mediador en la estrategia de crecimiento que tiene la compañía. Licenciado en Derecho Económico por la Universidad de Deusto, es un experto conocedor de la compañía en la que entró hace 16 años. Además, acapara una sólida experiencia en firmas de primer nivel en el sector Seguros.

¿Cómo se ha comportado el negocio en la Comunidad de Madrid para Aegon en los nueve primeros meses de 2022?

En los últimos meses venimos observando una estabilidad en el negocio que tenemos con nuestros mediadores madrileños, lo cual nos confirma que la calidad en la venta pasada y el liderazgo en servicio es esencial para dotar de estabilidad a una cartera. Además, estamos apreciando un incremento de nuevo negocio, en línea con lo que teníamos estimado, muy especialmente en el ramo de Salud. Esto es debido a que los mediadores están dejando de focalizarse solo en sus carteras y cada vez más buscan crecer para ganar eficiencia. Actualmente estamos en plena campaña de salud y creemos que creceremos conforme a esa tendencia.

¿Qué perspectivas tienen para el cierre del año?

Como decía, estamos en plena campaña comercial, y es momento de cerrar un ejercicio que confirme la tendencia de incremento sostenido y armónico de las ventas. En cuanto al comportamiento de la cartera, y muy de la mano con nuestros mediado-

Fernando Díaz Bustamante, director territorial de Aegon, en las instalaciones de la compañía.

res, estamos convencidos que nuestra estrategia de liderazgo en España en calidad de servicio y atención al cliente es clave para mantener las ratios de los últimos años.

Quiero destacar que hemos sido reconocidos por un organismo independiente como la compañía de seguros con el mejor servicio de atención al cliente por cuarto año consecutivo.

¿Y para la primera mitad de 2023? ¿Creen que va a influir la situación internacional en el negocio asegurador? ¿De qué forma?

Es notorio que no vivimos en un entorno no controlado y esto provoca incertidumbre, lo cual no es bueno para ningún sector. A pesar de ello nuestras previsiones son positivas, donde tanto nuestros mediadores como nosotros tenemos la capacidad reconocida para adaptarnos a estas dificultades y a entornos cambiantes.

Hemos observado interesantes movimientos de fusiones y adquisiciones en el sector, algo que se venía anunciando como necesario para lograr posiciones de fortaleza y eficiencia en determinadas corredurías y territorios, pero sin duda estos movimientos vienen acelerados por los tiempos en que nos movemos. No descartamos ver más movimientos en los próximos meses.

¿Qué importancia tiene Madrid en la estrategia de Aegon? ¿Tiene singularidades respecto a los demás territorios?

Madrid representa un mercado clave dentro de nuestra estrategia de creci-

Para Fernando Díaz Bustamante, uno de los objetivos de Aegon es tener una relación "a la carta" con el mediador.

miento sostenido y rentable, contando para tal fin con un plan estratégico para el Canal Mediadores que, precisamente, se alinea con los intereses que el mediador profesional de Madrid tiene o creemos que debería tener. A principio de año lanzamos dicho plan, conformado por más de una veintena de iniciativas, con el objetivo de fortalecer la calidad de nuestros servicios a clientes y a mediadores y a seguir creciendo juntos. En resumen, nos encontramos en un entorno singular donde los acuerdos y las decisiones se toman rápido. Nuestros mediadores nos trasladan la importancia de seguir apostando como compañía en ofrecer un liderazgo en servicio que nos sirva a todos para tener fidelizado a un cliente cada vez más volátil y exigente. En Madrid nuestros mediadores nos exigen mantener un nivel muy alto no solo en cuanto a tiempos de respuesta sino en la calidad de estas. Asimismo, Madrid lidera un dinamismo que no se da con tanta intensidad en otras zonas de España y nos hacer ser aún más exigentes en esta región.

> Madrid seguirá liderando un crecimiento tanto en primas como en acuerdos específicos con mediadores profesionales

¿Cuál es la relación de la compañía con los mediadores de seguros madrileños?

Nuestra relación es más que longeva. Aegon llegó a España en 1980 y durante estos más de 40 años hemos trabajado en Madrid como una de nuestras regiones estratégicas.

¿También tienen singularidades respecto a los demás mediadores de otros territorios?

Históricamente hemos venido desarrollando en Madrid un negocio de cercanía, con servicio personal y directo con nuestra red de corredores y agentes. En la actualidad, y partiendo de una muy buena posición de liderazgo en servicio, apostamos por dar un paso al frente y, con ambición, pero también humildad, tener una relación "a la carta" con el mediador. Establecemos de antemano unas reglas de juego que garanticen que cualquier mediador socio de Aegon perciba día a día las ventajas de tener un acuerdo diferencial. Todo ello sin perder de vista que, en Madrid, a diferencia de otras zonas, el nivel de dinamismo conlleva el tener que dar lo mejor de nosotros mismos para estar alineados con la rapidez y calidad de las gestiones.

¿Cuáles son los objetivos de Aegon para Madrid en el medio plazo?

Tenemos muy claro que Madrid debe y deberá seguir liderando un crecimiento tanto en primas como en acuerdos específicos con mediadores profesionales, especialmente en los ramos de Salud y Vida.

¿Cuáles son los ramos en los que registran menor resultado?

Por razones varias observamos que el ramo de Vida Ahorro tradicional presenta una menor actividad. Debemos

Fernando Díaz Bustamante: "mantenemos un flujo constante de comunicación bidireccional con nuestros mediadores".

tener en cuenta tanto la situación coyuntural de los tipos de interés, así como la trasposición de directivas europeas (IDD), pero también las políticas gubernamentales de no incentivación del ahorro privado. Estaremos atentos a cómo se desarrollan los acontecimientos en próximos meses, pero hoy la mediación no encuentra, en general, atractivo para la comercialización de productos de estos ramos.

Aegon es una compañía muy activa respecto a la mediación, ¿Qué están haciendo para conocer las necesidades del cliente?

Como comentábamos antes, el tener en marcha un plan estratégico específico para el Canal Mediadores implica tener un conocimiento total y profundo no sólo de las necesidades de nuestros mediadores sino de nuestros clientes comunes. Además, en Aegon contamos con un departamento que trabajan de manera transversal a toda la compañía para entender las necesidades de los mediadores y de los clientes y obtener así una valiosa información que nos permite desarrollar proyectos de gran impacto para ellos. El servicio es uno de los pilares estratégicos de la compañía y por ello somos reconocidos como el servicio de atención al cliente del año por cuarta vez consecutiva.

¿Tienen algún sistema o algún programa para determinar sus preferencias?

Nos apoyamos en una serie de técnicas para poder conocer y gestionar sus necesidades, comentarios y sugerencias: desde una llamada de bienvenida a toda la cartera hasta la realización de manera sistemática de encuestas exigentes de satisfacción con nuestros mediadores, lo que nos permite ser conocedores de la calidad del servicio, por un lado, pero también de las preferencias que en cada momento puedan surgir. Además, contamos con más de 1.600 opiniones de clientes en Truspilot, donde tenemos una nota de 4,4 sobre 5, y cuyos comentarios son tenidos en cuenta uno a uno.

¿Cómo trasladan estas preferencias a los mediadores?

Tenemos un sistema directo, organizado y fluido de comunicación con nuestra red de mediadores. No solo focalizamos en negocio, con visitas periódicas programadas, sino que específicamente ponemos en común los indicadores que demuestren la calidad y eficiencia previamente pactada, así como las novedades y necesidades que se detecten en cada momento.

Por otro lado, trabajamos eventos ad-hocs y roadshows donde de manera más clara trasladamos y recibimos información a nuestros mediadores, asegurando así un flujo constante de comunicación bidireccional con nuestros mediadores.

LA ACTUALIDAD DEL COLEGIO

Las últimas noticias que han marcado la actualidad del Colegio, reunidasen unas páginas imprescindibles paracomprender nuestra actividad.

EL COLEGIO PARTICIPA EN EL PRIMER CONVENIO MADRILEÑO DE FP DUAL APLICADO AL SECTOR ASEGURADOR

La Comunidad de Madrid, el Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid y las asociaciones del sector, con Unespa a la cabeza, firmaron, el 11 de julio de 2022, el primer convenio que establece el marco de colaboración para organizar y desarrollar conjuntamente un plan de actualización, promoción, orientación y formación de las enseñanzas de Formación Profesional en su modalidad dual en el ámbito financiero y, en concreto, en el área seguros.

El convenio surtirá efectos desde la fecha de su firma y su duración se extenderá hasta el 31 de diciembre de 2024.

La Vicepresidencia de la Comunidad de Madrid y la Consejería de Educación y Universidades propiciará encuentros con los centros educativos, con el objetivo de realizar la actualización de las enseñanzas de Formación Profesional bien vía programaciones didácticas, bien a través de proyectos propios de innovación.

Alumnos del Centro de Estudios del Colegio de Mediadores de Madrid durante una clase del Curso Superior de Seguros Nivel 1.

EL COLEGIO, ASESOR

El Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid asesorará en la revisión de los contenidos de los cursos académicos y de los planes de estudios reforzando competencias profesionales, personales y sociales de cara a asegurar la actualización periódica de la formación especializada en el sector asegurador.

Igualmente, reconocerá la formación que el alumnado titulado ha recibido en el ciclo formativo de grado superior en Administración y Finanzas con formación complementaria en seguros como acreditación para el ejercicio de la actividad de distribución de seguros y reaseguros en los niveles 2 y 3 a los que se refiere el artículo 7 del Real Decreto 287/2021, de 20 de abril, sobre formación de los distribuidores de seguros y reaseguros y expedir el certificado acreditativo correspondiente.

PRÁCTICAS EN EMPRESAS

Además, facilitará las prácticas a los alumnos en las empresas asociadas al Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid o en otras instituciones del sector asegurador durante la realización de sus estudios.

Unespa, con otras asociaciones del sector, asesorarán en la revisión de los cursos académicos y de los planes de estudios para reforzar las competencias profesionales, personales y sociales que aseguren la actualización periódica de la formación.

LOS MEDIADORES LOGRAN MODIFICAR UNA CLÁUSULA EN LAS CONDICIONES DE GENERALI

El Consejo General de Mediadores de Seguros ha alcanzado un acuerdo con Generali para que esta modifique en su carta de condiciones una cláusula que perjudicaba a las correduría colegiadas, entre las que tiene especial protagonismo el Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid.

El Consejo, en una circular remitida a los presidentes de los colegios de mediadores, ha explicado el acuerdo alcanzado por la Comisión de Marco Jurídico con la Dirección de Generali.

La compañía aseguradora, tras "una larga, y al final exitosa, negociación", ha modificado la cláusula 4.3 del Anexo de adaptación del contrato mercantil de corredor de seguros (persona jurídica) a "la normativa de protección de datos". La negociación al respecto se inició porque "el texto anterior había creado una gran polémica y la negativa de numerosas corredurías a firmarlo", pues se les hacía responsables "de los posibles perjuicios derivados del incumplimiento de cualquiera de las obligaciones que les son exigibles".

MODIFICACIÓN ACEPTADA

Con la adaptación, aceptada por ambas partes, se "limita correctamente los daños y perjuicios que corresponderían a Generali". Lo que queda recogido en la siguiente redacción: "4.3 (.....)

La Correduría responderá de los daños y perjuicios que se irroguen a Generali como consecuencia del incumplimiento –por parte de la Correduría– de las obligaciones establecidas en las normas de protección de datos".

Desde el Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid agradecemos expresamente el trabajo realizado por César Villaizán, coordinador de la citada Comisión de Marco Jurídico y abogado, además de presidente del Colegio de Mediadores de Palencia, y por Miguel de las Morenas, corredor de seguros y asesor financiero, así como presidente del Colegio de Mediadores de Seguros de Zaragoza.

NINGÚN MEDIADOR COLEGIADO EN MADRID AFRONTÓ UNA RECLAMACIÓN ANTE LA DGSFP EN 2021

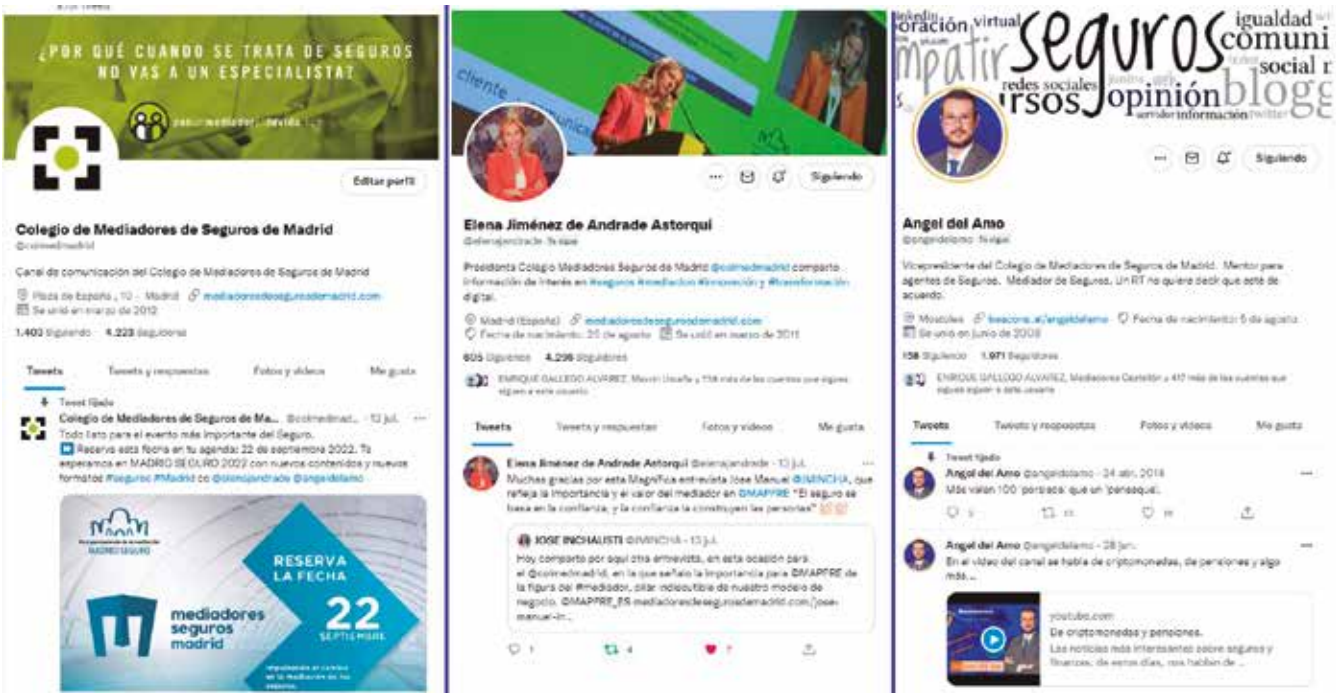
Los corredores de seguros colegiados de Madrid siguen a la cabeza de las buenas prácticas en el ejercicio de la profesión en el ámbito nacional.

De las reclamaciones resueltas por la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP) contra corredores al cierre del ejercicio pasado, ninguna correspondió a un miembro colegiado en el Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid.

Bien es cierto que los corredores españoles tienen un buen registro deontológico según las estadísticas: En 2021, solo recibieron el 1,3% de las reclamaciones resueltas en la DGSFP, según señala el informe del regulador. Del total de reclamaciones

presentadas, la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones resolvió 11.087, de ellas, tan solo 91 reclamaciones fueron contra corredores de seguros, es decir el 1,3%, y de las cuales solo una reclamación contra un corredor se inició en 2021, según indica la Memoria del Servicio de Reclamaciones de 2021 de la DGSFP.

ELENA JIMÉNEZ DE ANDRADE Y ÁNGEL DEL AMO, LOS MEDIADORES MÁS INFLUYENTES EN TWITTER



Captura de pantalla de los perfiles en Twitter del Colegio, Elena Jiménez de Andrade y Ángel del Amo.

El Colegio, Elena Jiménez de Andrade y Ángel del Amo figuran entre los perfiles de la mediación más influyentes en Twitter, según un estudio realizado por Grupo Mutua de Propietarios.

La cuenta de Twitter de nuestro Colegio, @colmedmadrid, figura entre los 10 perfiles de entidades más influyentes de la mediación en Twitter, según el quinto ranking de influencia de la mediación realizado por Grupo Mutua de Propietarios.

CINCO COLEGIOS A LA ZAGA

Entre las 10 entidades seleccionadas, acompañan al Colegio de Madrid, otros cinco colegios: Asturias, Granada, Barcelona, Valladolid y el Colegio de Córdoba, Huelva y Sevilla. Además, figuran dos asociaciones y dos corredurías.

Dentro de la categoría de cuentas particulares, Elena Jiménez de Andrade Astorqui, @elenajandrade, presidenta del Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid, y Ángel del Amo, @angeldelamo, vicepresidente del Colegio, también figuran de nuevo este año entre los 10 perfiles más influyentes de la mediación en Twitter, informa Grupo Mutua Propietarios.

> El Colegio de Madrid figura entre los perfiles más influyentes

"Un año más lanzamos este índice de influencia que demuestra que la mediación de seguros gana cada vez más terreno en la conversación en el ámbito digital.

A través de estas iniciativas podemos identificar cuáles son los perfiles y temáticas más destacados en torno a este sector profesional", afirma Natalia Fernández, responsable de Marketing Estratégico & de Marcas del Grupo.

ANÁLISIS DE ESCUCHA SOCIAL

Grupo Mutua de Propietarios evalúa en su análisis el número de seguidores por cuenta activa; el Golden Ratio (proporción entre seguidores y perfiles seguidos); el grado de interacción de los tuits publicados ("me gusta", "retuits" y respuestas) y menciones. Además, pregunta a los propios mediadores sobre los perfiles y cuentas que consideraban imprescindibles para seguir la actualidad.

EL COLEGIO REACTIVA LA CAMPAÑA CONTRA LA MALA PRAXIS EN SEGUROS VINCULADOS A LA BANCA

El Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid reactiva en el inicio del curso 2022/2023 su campaña para prevenir a los contratantes de hipotecas y otros préstamos bancarios de las consecuencias que conlleva en muchas ocasiones suscribir seguros (vida, hogar) vinculados a rebajas en el interés del crédito ofrecido por las entidades financieras.

Captura de pantalla de la campaña lanzada por el Consejo General, para aunar las acciones de denuncia de los colegios de mediadores.

PRESIÓN VENDEDORA

Los mediadores madrileños mostramos nuestra preocupación por la presión que van a imponer los bancos a la hora de vender seguros vinculados a préstamos de consumo e hipotecarios en la vuelta a la actividad tras las vacaciones del verano y ante el aumento de peticiones de compra de viviendas, propio de esta parte del año. Presión que vendrá justificada por un aumento de la morosidad, a pesar de que se encuentra en su nivel más bajo desde enero de 2009, que seguramente provocará el incremento de los tipos de interés y la evolución de la economía.

Además, el Colegio de Madrid se suma a las denuncias que han lanzado otras instituciones, como Asufin, sobre las condiciones que imponen los bancos a la hora de contratar un seguro vinculado a la suscripción de una hipoteca o préstamos bancarios destinados a la compra de vehículos, por ejemplo.

PROHIBIDO POR LA LEY

"Desde el Colegio, advierte la junta directiva, llevamos años denunciando que los bancos ofrecen, de forma generalizada, mejores condiciones en el interés del contrato hipotecario a cambio de que el cliente suscriba determinados seguros. Todo ello, sin advertirle que no es prescriptivo contratar esas pólizas con el mismo banco y sin advertirle que contratándolas en otra entidad aseguradora puede resultarle más barato".

EL CONSEJO DENUNCIA

Pese a que la nueva ley hipotecaria prohíbe esta forma de comercialización de seguros, los mediadores de Madrid consideran que pueden darse casos de mala praxis, tal y como denunció el Consejo General de Mediadores de Seguros ante la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones a raíz de una reciente sentencia en Aragón.

RECLAMAR A LA DGSFP

Para atajar la mala praxis en la contratación de seguros vinculados a hipotecas, los colegios de mediadores, con el Consejo General de Mediadores de Seguros, hemos abierto, en junio de 2021, un espacio específico en la página web del Consejo, www.mediadores.info, para que los usuarios puedan interponer reclamaciones, si estiman que se han vulnerado sus derechos en la contratación de un seguro procedente del sector de la banca.

Tras analizar el caso y si procede, el Consejo General de Mediadores de Seguros iniciará los trámites necesarios para formular denuncia ante los organismos reguladores competentes.

> Los mediadores animan a denunciar abusos de la banca en la web del Consejo General

EL COLEGIO Y AVANZA PREVISIÓN CONSOLIDAN SU ACUERDO DE COLABORACIÓN

Avanza Previsión, entidad aseguradora perteneciente al Grupo Mutualidad de la Abogacía, que ofrece soluciones de previsión y ahorro a clientes individuales y empresas, y el Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid, han anunciado la renovación de su convenio de colaboración. Ambas entidades amplían las sinergias con las que se firmó el acuerdo, tras año y medio de fructífera de cooperación.

De izquierda a Derecha, María Sánchez Vidal, directora de Desarrollo y RRII de Avanza Previsión, y Elena Jiménez de Andrade, presidenta del Colegio de Madrid.

SOCIO CLAVE PARA EL COLEGIO

Mediante esta renovación la entidad aseguradora se consolida como socio clave del Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid para la formación de colegiados, promoción de iniciativas y nuevos productos. Así mismo, Avanza Previsión prestará asistencia individualizada a los mediadores, así como la organización de sesiones guía, de carácter anual, para los futuros mediadores de seguros. Avanza Previsión, entidad aseguradora de vida, forma parte del Grupo Mutualidad de la Abogacía tras la fusión por absorción de Mutualidad de la Ingeniería. Avanza Previsión cuenta con más de 60.000 clientes, un volumen de ahorro bajo gestión de más de 137 millones de euros a cierre de 2021.

EL CENTRO DE ESTUDIOS DEL COLEGIO, PROTAGONISTA EN EL PROGRAMA TODOS SEGUROS, DE CAPITAL RADIO

El Director del Centro de Estudios del Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid,Ángel Corada, y nuestra presidenta, Elena Jiménez de Andrade, pusieron de relieve en el programa “Todos Seguros“, conducido por Miguel Benito en Capital Radio, las excelencias de la enseñanza que imparte el claustro de profesores y la calidad de la preparación que adquieren los alumnos que siguen sus estudios en el Centro de Estudios.

Elena Jiménez de Andrade y Miguel Benito en los estudios de Capital Radio.

EL COLEGIO Y REALE SEGUROS RENUEVAN LA ALIANZA PARA CONTINUAR CRECIENDO

Reale Seguros y el Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid, han renovado su convenio de colaboración. Ambas entidades han ampliado el alcance del acuerdo, tras una fructífera cooperación.

Tras la renovación del convenio de colaboración, Reale Seguros se afianza como socio estratégico del Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid, ya que la mediación es uno de los pilares de la estrategia de la compañía de seguros.

Fruto de las sinergias que unen a las dos compañías, Reale Seguros recibió, durante el Foro Madrid Seguro, el premio Azucarillos 2022 por su clara apuesta por la mediación.

Desde Reale Seguros, Carlos Martín Toribio, Director Territorial Madrid, Castilla la Mancha y Extremadura, manifestó que "para Reale Seguros supone un placer mantener la colaboración con el Colegio. Con estos actos reafirmamos nuestra apuesta decidida por el canal de mediación, ya que estamos convencidos de que es esencial para forjar la confianza entre aseguradoras, mediación y clientes que exige nuestra forma de hacer negocio".

De izquierda a Derecha, Carlos Martín Toribio, Director Territorial Madrid, Castilla la Mancha y Extremadura de Reale, y Elena Jiménez de Andrade, presidenta.

JAVIER MARTÍNEZ EXPLICA EN LA HORA DE LA 1, DE RTVE, CÓMO ACTUAR ANTE LOS DAÑOS DE HERMINE

Nuestro vocal de Deontología, Javier Martínez Ortega, ha explicado en RTVE cómo deben actuar las personas afectada por los daños ocasionados por la tormenta Hermine.

El temporal ha provocado numerosos desperfectos en el archipiélago de las Islas Canarias. Tras un domingo en alerta roja y pasado por agua en toda Canarias, las islas siguieron en alerta máxima hasta el lunes 26 de septiembre.

El Colegio estrena IMAGEN CORPORATIVA

El Colegio presentó su nueva imagen corporativa en la celebración del Foro Madrid Seguro, que volvió a los escenarios, tras un paréntesis de dos años por la pandemia. La nueva imagen del Colegio reúne los valores de la institución y define el espíritu de los nuevos mediadores de 2022.

Confianza, fuerza, sostenibilidad, protección

El Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid presentó en la celebración del Foro MADRID SEGURO su nueva imagen corporativa de la mano de su presidenta, Elena Jiménez de Andrade. La nueva imagen corporativa moderniza y adapta los valores del Colegio a la nueva realidad.

Además, dentro del impulso al cambio positivo que protagoniza el Colegio de Madrid, la nueva imagen sitúa a la institución en la vanguardia del cambio marcado por el avance de la tecnología, las nuevas tendencias de venta y la relación con los clientes y los grupos de interés.

El Colegio ha encargado a la agencia de creatividad Aesentia la creación de un nuevo logotipo que identifique este cambio de imagen. “Hemos querido imprimir con este cambio de imagen, nuestra forma de adaptarnos a las nuevas realidades, nuestra pertenencia a Madrid y, sobre todo,

> El casco de Atenea, protectora de Atenas, representa la búsqueda de la Justicia

nuestros valores, aquellos que heredamos de nuestros padres y que son el pilar en los que se asienta el prestigio de nuestra labor profesional”, explicó la presidenta del Colegio, Elena Jiménez de Andrade. No quiso extenderse en más palabras e invitó a ver el nuevo vídeo que resume y fundamenta el cambio. “Es mejor que visionemos en vídeo el proceso de

Capturas de vídeo de explicación de los valores que representa el nuevo logotipo del Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid https://youtu.be/BUIPnjIJ4I8 Puede visualizarlo con el móvil, escaneando el código QR que aparece en la derecha de la imagen.

> El nuevo logotipo también representa el templo, un punto de encuentro de los Mediadores

evolución de nuestra nueva imagen corporativa.

¡Adelante vídeo!", afirmo Elena Jímenez en su discurso de presentación. En el nuevo vídeo (se puede visualizar escaneando el código QR impreso en la imagen superior), los Mediadores, con "M" mayúscula, son héroes que protegen al cliente. A mitad de camino entre los dioses y los seres humanos, imparten Justicia, Sabiduría, estrategia... como la Diosa Atenea, Además, rompen mitos en la búsqueda del cuidado de las personas.

La agencia Aesentia ha desarrollado el proyecto de creación del nuevo logotipo que reune los valores de los mediadores, además, de las aplicaciones del logotipo en toda clase superficies, con los nuevos colores corporativos.

La iniciativa se aprobó en Asamblea hace ya un año. Desde entonces, comenzó un ambicioso proceso de la definición de identidad corporativa. El trabajo de definición de la nueva imagen ha puesto el foco en un nuevo entorno profesional al que socialmente se vinculen palabras como: Confianza, Fuerza, Sostenibilidad y Protección.

Nuevo logotipo del Colegio de Mediadores de Madrid.

> La letra "M", de Mediadores y de Madrid, y la Puerta de Alcalá se representan en el nuevo logotipo

"Con estos arquetipos se identifica la labor profesional y la labor que realizan los Mediadores de Seguros", explica Elena Jiménez de Andrade. Por ello, el nuevo logotipo representa a la vez cuatro esencias:

1) El casco, de la diosa Atenea, que sugiere los valores propios de la mediación: Protección, sabiduría, progreso y Justicia.
2) El templo, da a los mediadores colegiados la importancia de contar con una casa común, un punto de reunión y encuentro de todos los profesionales;
3) la letra "M", inicial de mediadores y de Madrid;
4) La puerta de Alcalá, emblema colegial que distingue a los colegiados de Madrid.

Todo esto lo completa el color azul, que transmite confianza, seguridad, protección y tranquilidad.

El Colegio completa su nueva imagen con el lanzamiento de una nueva web. Todo cambia en beneficio del colegiado y del usuario: nuevo dominio, nuevo interfaz, adaptado al móvil y más servicios. La nueva web es el primer paso de un proceso de transformación digital del Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid.

Nueva url, NUEVA WEB

www.mediadoresseguros.madrid

Nuevo interfaz y más servicios

El Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid comienza un proyecto de transformación digital. Este proceso se inicia con el lanzamiento de un nuevo sitio web, que ha coincidido con la celebración del Foro MADRID SEGURO 2022, pero que continúa con un proceso de digitalización completo que abarca desde la gestión administrativa, hasta completar toda la transición digital del Colegio.

"Junto a la nueva imagen, también estrenamos una nueva web, mediadoresseguros.madrid, más moderna y operativa que está adaptada a las nuevas realidades digitales que necesitamos y sobre la que estamos trabajando para que esté a pleno rendimiento muy pronto. La mejora, tanto de servicios como de contenidos cumple el objetivo de situar a la institución en la cresta de la ola de la transición tecnológica", explicó Elena Jiménez de Andrade, presidenta del Colegio durante el discurso de presentación de la nueva web en el Auditorio del Complejo de Duques de Pastrana. El cambio más notable y en el que se han basado los cimientos de la transición digital en la web del Colegio ha sido el del dominio. La dirección de internet de la nueva web cambia

> "La nueva web es el primer paso de un profundo proceso de transformación digital del Colegio

Capturas de pantalla del nuevo diseño de la web y del Portal de transparencia para colegiados y usuarios.

> El lanzamiento de la nueva web coincide con el cambio de la imagen del Colegio

de "mediadoresdesegurosdemadrid.com" a **"mediadoresseguros.madrid"** (las palabras que escriben los usuarios cuando acceden a una web desde su navegador y que técnicamente se llama URL). El nuevo dominio está operativo desde el 22 de septiembre.

1ER PASO DE LA TRANSICIÓN DIGITAL

Lo que los expertos en tecnología, posicionamiento y usabilidad han valorado, como primer paso de la modernización de la web, ha sido ha sido optimizar la 'marca de la web en internet'.

¿Cómo? Con un nombre más corto, más fácil de escribir, de entender, de memorizar. El nuevo dominio pone el foco en los tres conceptos que el Colegio quiere inculcar en los usuarios digitales. Se centra en la esencia del mensaje, como los textos de los telegramas que se enviaban en el siglo pasado, sucintos, concisos, directos. En definitiva pura economía de las palabras dirigida a la mayor eficacia:

- MEDIADORES
- SEGUROS
- MADRID

Además de un diseño adaptado a los colores del actual logotipo, la nueva web, realizada por Grupo Nubens, incluye, nuevas funcionalidades y ventajas, respecto a la anterior.

Capturas de pantalla de la nueva web del Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid. Puede visualizarlo con el móvil, escaneando el código QR que aparece en la derecha de la imagen.

Tiene un desarollo omnicanal, que permite una navegación amigable para el usuario. Mediante una estructura 'responsive' del diseño, la presentación de los contenidos se adapta a las pantallas de los dispositivos desde los que los consulta el usuario, ya sea un ordenador, el un móvil, una 'tablet' o una 'smartTV'.

Para ello, el equipo tecnológico se ha empleado a fondo en una redistribución de los contenidos orientada a mejorar la experiencia de usuario. La nueva web tiene etiquetas de navegación semántica, más comprensibles para los usuarios.

La nueva estructura de contenidos de la actual web del Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid tiene mayor poder en el posicionamiento en buscadores por las palabras clave que interesan al Colegio, gracias a un nuevo estilo editorial que incluye criterios de redacción SEO de los contenidos y a mejoras tecnológicas, como la mayor velocidad de descarga.

> Ventanilla Única, Buscador de Colegiados, Área de Colegiados serán las nuevas funcionalidades de la web

NUEVAS FUNCIONALIDADES

Los expertos en tecnología de la información de Nubens continúan desarrollando nuevas fases de la transición digital que completarán el desarrollo de la web actual. Entre ellas, destacan:

La **Ventanilla Única,** con la que los usuarios podrán realizar gestiones de forma digital

El **Buscador De Colegiados** por proximidad geográfica

Nueva **Área De Colegiados,** que va a favorecer los trámites de los colegiados con el Colegio desde la pantalla de su ordenador.

ACTUALIDAD DEL SEGURO

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

LOS SEGUROS DE VIDA EN BANCA, UN 91% MÁS CAROS QUE EN ASEGURADORAS

De media, los bancos ofertan los seguros de Vida Riesgo un 91% más caros que las entidades aseguradoras. Esta diferencia se desprende del 'Estudio comparativo de primas del seguro de vida riesgo 2022' elaborado conjuntamente por INESE y Global Actuarial.

Según el informe, la prima media de los seguros de Vida temporal anual renovable con las coberturas de Fallecimiento e Invalidez Permanente Absoluta (IPA), para capitales de 30.000 euros, y perfiles de 35, 40, 45 y 50 años, se ha situado en 2022 en una media de 115,91 euros. En el caso de los bancos la prima media se eleva hasta los 191,18 euros. En el caso de las aseguradoras desciende hasta los 100,07 euros.

Este informe se ha elaborado con las ofertas de 23 entidades (4 compañías de bancaseguros y 19 aseguradoras). El estudio ha sido elaborado mediante la técnica del 'mystery shopping'. Los datos del informe se han obtenido a través de entrevistas presenciales y simulaciones reales para cada segmento definido en el análisis. El trabajo de campo se ha concentrado principalmente en los meses de mayo y junio de 2022.

PELAYO AUMENTA SU FACTURACIÓN UN 1,6% Y LA DEL RAMO DE AUTOS, UN 1,5% HASTA JUNIO 2022

Pelayo finaliza el primer semestre con un balance claramente positivo, a pesar de las grandes incertidumbres y tensiones económicas, cumpliendo los retos del Plan estratégico 2022-24, que tiene como máximo objetivo el crecimiento sostenible, indica la compañía. La mutua mantiene un excelente nivel de solvencia, situándose 2,6 veces por encima de la cuantía de solvencia exigida. El capital disponible se ha situado en 364,6 millones de euros.

La facturación comercializada a 30 de junio de 2022 ha alcanzado los 168,9 millones de euros, con un incremento de un 1,6% respecto al mismo periodo del ejercicio 2021.en la sede de la aseguradora en Majadahonda (Madrid).

MAPFRE ECONOMICS SUBRAYA LA RECUPERACIÓN DEL MERCADO ESPAÑOL

Mapfre Economics, el Servicio de Estudios de Mapfre, destaca la recuperación del mercado español de seguros durante 2021, con un volumen de primas de 61.831 millones, un 5% más que el año previo, siendo el crecimiento del segmento de Vida del 7,9% (Vida Ahorro, del 9,1%, y Vida Riesgo, del 3,4%) y del segmento de No Vida, del 3,3%.

LA DGSFP DESTACA LA BUENA SALUD DE LA MEDIACIÓN EN ESPAÑA

La DGSFP ha publicado el informe del sector asegurador y de fondos y planes de pensiones del ejercicio 2021. De acuerdo con los datos aportados por el regulador del sector asegurador, la actividad de la mediación en nuestro país ha registrado una evolución favorable para el sector. Esta buena percepción de la actividad ha sido bien acogida por el Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid y por el sector de la mediación en general.

El Consemo General de Colegios de Mediadores, coincide con el Colegio de Madrid en sus conclusiones de que una de las evidencias de la pujanza de nuestro sector es que, "a pesar de todas las circunstancias adversas, la mediación participó en el 47% de la facturación de todo el sector".

Además, la distancia con el canal de bancaseguros es ya de prácticamente, 17 puntos, casi seis menos que un años antes".

AXA GANA 4.108 MILLONES DE EUROS HASTA JUNIO, UN 3% MÁS QUE EN 2021

"AXA tuvo un muy buen desempeño en la primera mitad de 2022, demostrando la fortaleza de nuestro modelo, a pesar de un entorno económico más difícil. El Grupo registró un aumento en su beneficio operativo por acción del +11%, impulsado por un fuerte crecimiento orgánico en todas las actividades", explicó en un comunicado Tomas Buberl, CEO del grupo asegurador francés.

AXA registró un beneficio neto de 4.108 millones de euros hasta junio, un 3% más que en el mismo periodo de 2021, gracias al aumento de precios y al buen resultado de su división de gestión de activos.

La facturación aumentó un 2%, hasta los 55.141 millones de euros. Además, el beneficio operativo subió un 8 %, hasta los 3.918 millones, indicó la compañía en un comunicado.

GRUPO MUTUA PROPIETARIOS COMPRA DAS

Grupo Mutua Propietarios ha comprado a Ergo, uno de los mayores grupos aseguradores en Alemania y Europa, su filial especialista en protección jurídica DAS Seguros, informa la compañía.

El acuerdo prevé el traspaso del 100% de las acciones del grupo formado por DAS Seguros y su filial DAS Lex, especializadas en seguros de protección jurídica y servicios legales. La operación será efectiva tras la autorización de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP).

"El interés estratégico del Grupo Mutua Propietarios en la adquisición de DAS Seguros reside en la complementariedad del negocio", afirma Christopher Bunzl, director general de Grupo Mutua Propietarios, "y supone un gran salto en la evolución del Grupo y una aceleración muy importante de nuestras capacidades en defensa jurídica, mejorando nuestro crecimiento y rentabilidad futura".

A este salto contribuye la incorporación de 36,9 millones de facturación agregada que, además de potenciar el ramo de defensa jurídica, permitirá a Grupo Mutua Propietarios alcanzar el liderazgo en el mercado de impago de alquiler, donde la entidad ya ostentaba una posición relevante.

LA DGSFP PUBLICA LA GUÍA DEL ASEGURADO

El servicio de Reclamaciones de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP) ha editado una publicación para facilitar y potenciar la contratación de seguros y fondos de pensiones. Se trata de la Guía del Asegurado y el Partícipe, también conocida por su acrónimo GASPAR, que se puede consultar el siguiente enlace: http://www.dgsfp.mineco.es/es/Gaspar/Paginas/default.aspx

ZURICH LOGRA RÉCORD DE BENEFICIO OPERATIVO A JUNIO

Zurich comunica el mayor beneficio operativo hasta el 30 de junio desde 2008 y el segundo más elevado de su historia. Al éxito de este resultado semestral han contribuido todas las regiones y líneas de negocio. El beneficio operativo del primer semestre de 2022, alcanzó los 3.400 millones de dólares, un 25% más que en los primeros seis meses de 2021. La aseguradora continuará disfrutando de un exceso de capital incluso después reparto de dividendo.

MAPFRE CRECE UN 7,3% EN PRIMAS EN EL PRIMER SEMESTRE

Las primas de Mapfre se incrementaron un 7,3%, durante la primera mitad de este año, hasta alcanzar los 12.510 millones de euros, destacando especialmente la evolución del negocio de No Vida (con un crecimiento del 8,1%), gracias a la mejora de los negocios de Automóviles y Seguros Generales. Se trata del mayor volumen semestral en primas de los últimos cinco años a pesar del contexto económico del periodo.

ALLIANZ: BENEFICIO OPERATIVO DE 6.700 MILLONES A JUNIO

Allianz ha presentado los resultados del primer semestre de 2022. La compañía informó que el beneficio operativo aumentó entre enero y junio hasta 6.700 millones de euros, un 1,2% más, y la facturación hasta 81.200 millones de euros, un 7,2% más. En los seguros de propiedad y accidentes, el beneficio operativo mejoró un 5,2%, hasta 3.022 millones de euros. En gestión de activos creció un 1,8%, hasta 1.601 millones de euros.

VAIVÉN DEL SECTOR

MIGUEL GARCÍA LAMIGUEIRO, DIRCOM DE DKV, ENTRE LOS MEJORES DE 2021

Los directores de comunicación de DKV Seguros, Miguel García Lamigueiro; del Grupo Quirónsalud, Julio Fernández Llamazares; y de HM Hospitales, Roberto Sanz, son los mejores Dircom del sector salud en España.

Así lo recoge la primera lista de 'Los mejores Dircom de España 2021' elaborada por Forbes. Esta selección está basada en cualidades como la capacidad de respuesta ante posibles escenarios de reputación corporativa, mensajes de compromiso, confianza, empatía y éxito a la hora de implementar la digitalización de la comunicación.

García Lamigueiro, que comenzó su andadura en DKV hace 25 años, se siente tremendamente agradecido de formar parte de esta destacable lista y ha resaltado que no lo considera como un premio personal, sino como "un reconocimiento al trabajo de comunicación que la marca DKV ha llevado a cabo durante tantos años". "Es un agradecimiento a todo el equipo, porque nada sucedería, si no fuese por lo que hacemos entre todos cada día", ha subrayado.

AXA INCORPORA AL DIRECTOR DE OPERACIONES AL COMITÉ DE DIRECCIÓN

Axa ha anunciado el nombramiento de su director de operaciones y consejero delegado de Axa Group Operations (Axa GO), Alexander Vollert, como nuevo miembro del comité de dirección del grupo a partir del 1 de septiembre.

Vollert se unió a Axa en septiembre de 2016 como consejero delegado en Alemania. Tiene un máster en ingeniería industrial de la Universidad de Karlsruhe.

SANTIAGO VILLA, DIRECTOR REGIONAL DE GENERALI EN EMEA Y LATAM

Generali ha nombrado a Santiago Villa Regional Officer de la nueva región International Mediterranean & Latin America, informa la compañía.

Santiago Villa asumió sus nuevas responsabilidades a partir de septiembre. Coordina las operaciones del Grupo en Argentina, Brasil, Chile, Ecuador, España, Grecia, Portugal y Turquía. Además, mantiene su cargo de CEO de Generali España y presidente de Cajamar Vida.

CHARO GARCÍA, NUEVA DIRECTORA DE PERSONAS DE GRUPO SANTALUCÍA

Santalucía ha nombrado a Charo García directora Corporativa de Personas para todo el grupo. En su nuevo cometido, dependiente de la Dirección General de Personas, Organización y Comunicación, realizará la definición de las políticas globales de Recursos Humanos.

Charo García es licenciada en Derecho por la Universidad de Alcalá y miembro de la Junta Directiva de la Asociación Española de Directivos de Recursos Humanos.

RAFAEL ESPEJA, DIRECTOR DE DESARROLLO DE NEGOCIO EN AIG

Rafael Espeja es el nuevo responsable de Desarrollo de Negocio Mercado Medio en AIG. Proviene de DAS España, donde desde 2016 era responsable de desarrollo de nuevo negocio y mantenimiento de cartera en los principales canales de distribución de la compañía.

Previamente trabajó en BNP Paribas Cardif, Sanitas y Caser. Espeja es licenciado en Ciencias Económicas y Ciencias del Seguro por la Universidad Pontificia de Salamanca.

CARLOS FERNÁNDEZ, SUBDIRECTOR GENERAL ADJUNTO DE SANTALUCÍA

El Consejo de Administración de Santalucía, aseguradora líder en protección familiar, ha nombrado a Carlos Fernández Ibáñez nuevo Subdirector General Adjunto de Santalucía, informa la compañía.

Desde esta nueva posición, Fernández Ibáñez tendrá como misión colaborar estrechamente con el Consejero Director General de la entidad, Andrés Romero, a quien proporcionará el apoyo, asistencia y asesoramiento técnico y estratégico necesario para reforzar la gestión estratégica del Grupo Santalucía, a través de un equipo técnico con impacto transversal y en coordinación con todas las áreas de negocio y empresas que constituyen el Grupo Santalucía.

Carlos Fernández Ibáñez cuenta con una dilatada experiencia en el sector asegurador. La mayor parte de su carrera profesional la ha desarrollado en la consultora Accenture, donde asumió diferentes roles de responsabilidad nacionales e internacionales. En los últimos años ha trabajado en el proceso de transformación de Santalucía. "Para mí es un orgullo tener la oportunidad de formar parte de Grupo Santalucía, un lugar que considero mi casa y con cuyos valores, misión y visión me siento identificado", ha afirmado Carlos Fernández.

BBVA ALLIANZ SEGUROS NOMBRA CONSEJERA A EVA ORELL NORTH

BBVA Allianz Seguros y Reaseguros ha nombrado consejera a Eva Orell North, quien ejerce actualmente el cargo de directora de operaciones de Allianz para la región IberoLatam, según publica el Boletín Oficial del Registro Mercantil (Borme).

Eva Carolina Orell North es licenciada en Ingeniería Industrial por la Universidad Politécnica de Cataluña y cuenta con más de 15 años de experiencia profesional en el sector de la consultoría y los seguros.

En 2007 se incorporó a Allianz Seguros, donde ha ocupado distintas posiciones técnicas y ejecutivas, siempre en el área de operaciones. En 2013 fue nombrada directora de organización ibérica y desde 2021 desempeña las funciones de subdirectora general, responsable del área de operaciones y transformación, de la que dependen las direcciones de organización ibérica, contratación, instalaciones y edificios, protección y resiliencia y servicio de atención al cliente.

Es miembro del comité de dirección de Allianz Seguros y, desde el 1 de diciembre de 2021, es directora de operaciones regional para la región IberoLatam, manteniendo su posición como directora de operaciones para España y Portugal.

ALBERTO ESTEBAN, RESPONSABLE DE CUENTAS DE LEVANTE EN PREVISORA GENERAL

Previsora General incorpora a Alberto Esteban como responsable de Cuentas de Levante, un mercado estratégico para la entidad aseguradora.

Alberto Esteban inició su carrera profesional en entidades como Ibercaja, Ocaso y Generali. Posteriormente fue confundador de Albex Consultancy, donde ha estado activo hasta su reciente fichaje por Previsora General.

EMILIO DE NAVASQÜÉS, DIRECTOR FINANCIERO DE GRUPO CONCENTRA

Grupo Concentra refuerza su equipo directivo con la incorporación de Emilio de Navasqüés como director financiero, quien forma parte del Comité de Dirección.

Emilio de Navasqüés (Madrid, 1988) cuenta con una extensa trayectoria profesional y experiencia internacional en el sector de la mediación de seguros y reaseguros. Ha desarrollado su carrera en las áreas de auditoría y consultoría estratégica en Deloitte y KPMG. Desde 2017 era el director financiero de la compañía de seguros de viaje Intermundial. De Navasqüés es licenciado en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad San Pablo-CEU, posee un Máster en Auditoría y desarrollo directivo por Icade y un MBA por IESE Business School.

SEGUROS RESPONSABLES

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

ZURICH SEGUROS, PREMIO FEDEPE IMPULSO A LA PROMOCIÓN DE LA MUJER 2022

El Grupo Zurich Seguros España recibió el Premio impulso a la promoción de la mujer durante la celebración de la XXXI edición de los Premios Fedepe. Estos premios distinguen a mujeres directivas, profesionales y empresarias, así como a empresas, instituciones y medios de comunicación comprometidos con la igualdad, el talento y el liderazgo femenino.

SANITAS INSTA A DOTAR LA CIUDAD DE ESPACIOS SOSTENIBLES PARA LA SALUD DE LAS PERSONAS

Sanitas recuerda que es imprescindible abordar la transformación de las ciudades en espacios más sostenibles, ya que el medio ambiente influye "de manera decisiva" en la salud de las personas.

ÉXITO DE LA III GALA SOLIDARIA DE AXA DE TODO CORAZÓN

Unas 500 personas participaron en la III Gala Solidaria de AXA de Todo Corazón, a favor de la Fundación Abracadabra, con quien la asociación de voluntariado de AXA colaborará para llevar la magia a hospitales, centros de mayores y de personas con discapacidad. Olga Sánchez, consejera delegada de AXA y presidenta de AXA de Todo Corazón, destacó que España ha sido una de las entidades del Grupo AXA que ha registrado mayor tasa de participación en voluntariado.

SANTALUCÍA PATROCINA EL CINE AL AIRE LIBRE EN LA PLAZA DE ESPAÑA

Santalucía patrocina el espacio 'La Estival' del Ayuntamiento de Madrid en la Plaza de España. Santalucía, cuya sede forma parte de la historia de esta plaza, quiere, en el año de su centenario, estar presente en la agenda de ocio del verano madrileño. El nuevo cine de verano, 'La Estival', expondrá las mejores películas a la Plaza de España de Madrid del 29 de julio al 10 de septiembre.

GARBIÑE MUGURUZA PRESENTA EL NUEVO LOGOTIPO DE CASER

La tenista Garbiñe Muguruza, imagen de Caser, ha compartido una mañana con empleados y mediadores de Caser en la que ha presentado el nuevo logo de la aseguradora, que ya luce en su sede en Madrid y que ha evolucionado para visibilizar su participación en el grupo multinacional suizo Helvetia, informa la compañía en un comunicado.

Durante el encuentro, Garbiñe ha peloteado con ellos en la modalidad deportiva de touchtennis y les ha dado sus mejores consejos en cuestiones técnicas.

Además, la deportista ha repasado, junto a la periodista Olga Viza, los principales aspectos de su carrera como tenista profesional y su trayectoria como la campeona de dos Grand Slams y una Copa de Maestras.

"Nunca había jugado al touchtennis en toda mi carrera. Ha sido un placer compartir mis trucos deportivos con los empleados y mediadores de Caser", ha explicado Garbiñe.

HISCOX COLABORA CON LA INICIATIVA "NATURALEZA SIN PLÁSTICOS" DE WWF

Hiscox España donará un euro por cada nueva póliza suscrita durante el año 2022 al proyecto #NaturalezaSinPlásticos, impulsado por WWF. La cantidad recaudada con el proyecto se entregará a la ONG al finalizar el año. Además, con motivo de la firma del convenio de colaboración entre ambas entidades, Hiscox ha hecho entrega a WWF de una donación adicional. "El cuidado del medioambiente es tarea de todos los actores sociales y especialmente de las empresas", declaró Carolina Morato, Directora de Marketing y Comunicación de Hiscox España. Esta iniciativa local se suma a las numerosas actividades en pos del medioambiente que Hiscox desarrolla a lo largo de todos los países en los que tiene sede.

JORGE CRIVILLÉS CRUZARÁ A NADO EL CANAL DE BRISTOL CON FUNDACIÓN ASISA

El nadador alicantino Jorge Crivillés cruzará a nado el Canal de Bristol en un reto solidario a favor de pacientes oncológicos de AEAL y GEPAC que será patrocinado por la Fundación Asisa, indica la compañía en un comunicado. Crivillés presentó su nuevo reto en un acto organizado por Fundación Asisa acompañado por Paula Giménez, delegada de Asisa en Alicante.

CASER FIRMA UNA ALIANZA CON LA REAL FEDERACIÓN HÍPICA ESPAÑOLA

Caser Seguros y la Real Federación Hípica Española (RFHE) han firmado esta alianza con el objetivo de que el mundo hípico vea resueltas muchas de las necesidades relacionadas con el caballo y su disfrute.

Caser, que mantiene una estrecha relación con el mundo ecuestre, reafirma así su vinculación con la hípica.

LA VII EDICIÓN DEL ALLIANZ WORLD RUN APOYARÁ A PROYECTOS DE CRUZ ROJA

El equipo español del Allianz World Run, formado por empleados y agentes de Allianz España, ha elegido a Cruz Roja Española y sus proyectos de ayuda humanitaria en Ucrania para realizar una donación de 10.000 euros. Además, recientemente, impulsó el Allianz Xuan Lan Yoga Tour, una gira de yoga de la mano de Xuan Lan que recorrió Madrid, Barcelona, Sevilla e Ibiza.

LA TORMENTA PERFECTA

Ángel del Amo
Vicepresidente del Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid.
@angeldelamo

Hace unos meses discutíamos sobre si los cuatro o cinco puntos de inflación eran coyunturales, por problemas de transporte o producción, o un problema estructural. Y estalla la guerra en Europa. Explota la crisis energética, por falta de oferta y no por exceso de demanda; los bancos centrales suben tipos para recuperar el control; cae el Euro y a las puertas de una recesión hasta la renta fija se desmorona.

Sin embargo, los fondos de inversión y los seguros ligados a fondos siguen marcando la renta fija, como la inversión más segura. Hoy esos ahorros, están en -15% de rentabilidad en el mejor de los casos. Y sí, súmele el IPC a las pérdidas. Pensemos también en los planes de pensiones de las decenas de miles de personas que pensaban rescatarlos este año. Puede que estén viendo que tienen menos capital del que han puesto durante años de aportaciones. Otra situación que ya vivimos en 2008. Recuperar las pérdidas de estos meses puede resultar una labor de años.

Toda la banca, incluso algunos mediadores que siguen indicaciones de gestoras y aseguradoras han distribuido productos unit link bajo esos parámetros: perfil de inversor conservador, a renta fija principalmente. Ese ahorrador que no quería saber nada de números negativos, hoy, cuando mire, verá su ahorro en rojo, rojo bermellón. Pronto se plantearán huir de los fondos, de los seguros, y volverán al ladrillo abandonado en 2008. Y acabarán por sufrir, más pronto que tarde, otro crack inmobiliario. Malos tiempos para el ahorrador sin formación financiera.

Formación financiera que se afanan algunos mediadores en repartir, con espuria motivación, porque en el fondo lo que hay es una comisión exagerada para el formador. Convertido en colaborador externo del mediador, vende el único producto que puede mantener una red de esas características. Colaborando con compañías que pagan… con el dinero del ahorrador. Es curioso como los fondos tienen límite de gastos aplicables, y una póliza de seguros no, aunque se invierta en fondos. Dónde andará la mujer del Cesar…

Así está la inmensa mayoría de inversiones de ahorradores que no querían sustos, tocadas, casi de muerte. Mientras, la banca ha recomendado renta fija como lo más adecuado para estos inversores, y otros vendiendo productos muy caros, con disfraz de formador. El conocido axioma dice: 'si no eres parte de la solución eres parte del problema'. Para dejar de ser el problema habrá que buscar soluciones. Las compañías propondrán garantizados a 1/3 del IPC, o sea, horizonte de pérdidas efectivas. Pobre solución.

La mediación está capacitándose a marchas forzadas para tener la posibilidad de distribuir productos de ahorro/inversión con solvencia. Aún en un porcentaje escaso, pero sin duda, existe hueco para aquellos que llevan años acostumbrados a acompañar a los clientes en los momentos más complicados, accidentes de tráfico, incendios, fallecimientos y quizá este sea el camino adecuado para que pasemos a ser parte de la solución de nuestros clientes que tienen ahorros en pérdidas en entidades financieras, y demostrarles que de esto también sabemos más que el cajero del banco.

> Seamos parte de la solución de nuestros clientes con ahorros en pérdidas, de esto también sabemos más que el cajero del banco

Sanitas

Si necesitas ayuda por dentro, Sanitas te acompaña con

CUIDA TU MENTE

El nuevo servicio digital de psicología de bluaU con la tecnología más innovadora

- **Evaluación emocional**
- **Seguimiento personalizado**
- **Consulta digital con psicólogo**

Ven a Sanitas y disfruta durante **1 año** de **bluaU***

corredoresmadrid@sanitas.es

bluaU

Un paso más en medicina digital

Productos promocionados: toda la gama de Sanitas Más Salud, Más Salud Familias, Profesionales, Más 90.000, Premium 500.000, International Residents y Real Madrid.

*Promoción aplicable a nuevos asegurados que causen alta en pólizas que hayan sido contratadas con fecha efecto entre el 01/10/2022 y el 01/02/2023 en toda la gama de productos Más Salud, Más Salud Familias, Profesionales, Más 90.000, Premium 500.000, International Residents y Real Madrid.

Los nuevos asegurados de dichas pólizas no abonarán la prima de seguro correspondiente al complemento digital bluaU durante la primera anualidad de la póliza. Promoción no aplicable a pólizas colectivas. 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.

mediadores
seguros
madrid

¿Necesitas ayuda para tramitar tu inscripción como mediador de seguros?

Colegiate con nosotros y realizamos

TU INSCRIPCIÓN EN LA DGSFP DE FORMA GRATUITA

- **Asesoramiento jurídico personalizado** para elegir el tipo de mediación que mejor se adapta a tus expectativas. Comprobamos que tienes los requisitos necesarios y no incurres en incompatibilidades que puedan impedir tu inscripción en la DGSFP.
- Asesoramiento jurídico en la **preparación de tu dossier de solicitud de inscripción,** ya seas persona física o jurídica.
- Te acompañamos en la presentación de la documentación y durante todo el proceso administrativo, hasta tu efectiva inscripción en el **Registro de mediadores de seguros y reaseguros de la DGSFP.** Sin coste, únicamente con el anticipo de una cuota anual.
- Servicio de **atención al cliente,** requisito imprescindible para estar inscrito como corredor y corredurías de seguros, por sólo 50,00 €/año.
- Acceso a **precios especiales** en la suscripción de la póliza de responsabilidad civil profesional obligatoria.
- Presentación a las compañías aseguradoras más importantes. **Te acompañamos en el primer contacto** con ellas.
- Asesoramiento jurídico previo a la firma de los **contratos de agencia** y en los conflictos que eventualmente puedan darse con éstas.
- Información y asesoramiento en tus **relaciones con los órganos de control (DGSFP u organismo autonómico)**: Previa solicitud de autorización de cambios que afecten a socios con participación significativa, administradores, responsables de distribución de seguros, etc; Declaración Estadístico contable; Supuestos de apertura de expedientes disciplinarios.

Y más servicios gratuitos

Escríbenos a **info@mediadoresseguros.madrid**
o llama al **915 401 800.**
Te esperamos en **Plaza de España, 10,** 28008 Madrid

Síguenos en www.mediadoresseguros.madrid