JUNIO 2025 // Nº 187

SEGUROS

Impulsando el cambio en positivo

ARMANDO NIETO

PRESIDENTE EJECUTIVO
DE DIVINA SEGUROS

ENTREVISTAS

Juan Ramallo
STOÏK ESPAÑA

Modesto Chapa Moreno
NIETO Y CHAPA

TRIBUNA

Patricia Suárez
ASUFIN

DIXIT

Ángel del Amo

REPORTAJE:
Fusiones y adquisiciones en la Mediación: ¿Progreso o Pérdida?

mediadores seguros madrid

COMIENZO EN OCTUBRE

centro de estudios
seguros madrid

CURSO SUPERIOR DE SEGUROS NIVEL 1

- Más de 50 años de experiencia en formación de distribuidores de Seguros
- El curso mejor valorado por el sector asegurador en el currículo de los alumnos
- Homologado por la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones
- Con la participación docente de profesionales de las principales aseguradoras del sector
- Un programa adaptado para conciliar la actividad académica con la laboral y familiar

300 horas

Semipresencial

DOS MODALIDADES

- Esencial: 1.950 €
- Premium: 2.375 €

Más info en https://mediadoresseguros.madrid
Teléfono 91 540 18 00 - mail: info@mediadoresseguros.madrid

FACTA, NON VERBA: CUANDO LOS HECHOS HABLAN POR NOSOTROS

Vivimos tiempos en los que todo parece medirse en términos de visibilidad. Likes, seguidores, campañas virales, influencers… Todo gira en torno a destacar, a estar en el centro del foco. En este contexto, ser mediador de seguros puede parecer, para algunos, un papel secundario.No brillamos en las redes. No ocupamos portadas. Y, sin embargo, cuando sucede lo inesperado, ahí estamos.

No somos estrellas. No necesitamos serlo. Porque nuestra labor se mide cuando hay que dar la cara, no cuando se encienden las cámaras. Cuando el cliente sufre una pérdida, tiene un accidente o vive un momento difícil, ahí estamos. Sin hacer ruido. Sin buscar aplausos. Simplemente, cumpliendo.

Porque esa es, precisamente, la esencia de nuestra profesión: estar cuando más se nos necesita. Somos los que escuchamos antes de contratar y los que resolvemos cuando llega un siniestro.

“Facta, non verba” no es solo un lema, es una forma de ejercer nuestra profesión.

Porque:

- No prometemos, respondemos.
- No desaparecemos tras la firma, acompañamos.
- No damos discursos, aportamos soluciones.
- No vendemos productos, protegemos personas.

Frente a la inmediatez de los canales digitales y la frialdad de los algoritmos, nosotros ponemos rostro, voz y empatía. Respondemos llamadas, resolvemos dudas, explicamos lo complejo con palabras sencillas. Porque entendemos que detrás de cada póliza hay una persona, y detrás de cada siniestro, una necesidad real.

Nuestro valor no está en lo que decimos, sino en lo que hacemos.

Y por eso, aunque no seamos “estrellas”, somos referentes. Porque en cada acción concreta —un parte tramitado con eficacia, una explicación clara, una gestión en medio del caos— se construye la confianza. Y esa confianza, que no se viraliza, es la verdadera medida de nuestro trabajo.

Desde el Colegio de Madrid seguiremos defendiendo una profesión que no necesita fuegos artificiales para brillar. Porque brilla en lo esencial: en los hechos que transforman la incertidumbre en seguridad. Y seguiremos sobre todo, estando ahí.

Como siempre.

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

SUMARIO

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

EDITA
Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid

DIRECTORA
Elena Jiménez de Andrade

DIRECTOR EDITORIAL
Luis Luna

PUBLICIDAD
Arancha Tendero /
publicidad@mediadoresseguros.madrid

DISEÑO Y MAQUETACIÓN
Estudio DCG, Ana Ordóñez

IMPRESIÓN Y DISTRIBUCIÓN
Diseño y Control Gráfico

COLABORA EN ESTE Nº

Ángel del Amo
Patricia Suárez
Juan Ignacio Álvarez Fernández

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, flickr

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

EN PORTADA

6 **Armando Nieto**

Presidente ejecutivo de Divina Seguros

"Los hábitos del consumidor cambian, las necesidades de las familias son las mismas"

3 **CARTA DE LA PRESIDENTA**

12 **REPORTAJE**
Fusiones en la Mediación: ¿Progreso o Pérdida?

32 **NOTICIAS DEL COLEGIO**
El Colegio celebra su Asamblea Anual Ordinaria con un firme compromiso por la modernización y la defensa de la mediación

ENTIDADES COLABORADORAS

Adeslas · AIG · asefa · asisa · Assek Europe · Avanza Previsión · AXA · caser seguros · stoïk · MAPFRE · MetLife · MGS Seguros · Occident · onLygal · pelayo · Preventiva Seguros

22 **Juan Ramallo**

Director de desarrollo de negocios de Stoïk

"Apenas llevamos cuatro meses en el mercado español y sentimos que nos han acogido muy bien"

28 **LA VOZ DEL COLEGIADO**

Modesto Chapa Moreno

Corredor de Seguros Colegiado

TRIBUNA

20 Patricia Suárez
Presidenta de ASUFIN
¿Empoderamiento o correcta información?

DIXIT

58 Ángel del Amo
Vicepresidente del Colegio de Madrid
Nos comen la tostada

codeoscopic CRISTALBOX divina seguros DKV FIATC SEGUROS GRUPO MUTUA PROPIETARIOS IRIS GLOBAL

PREVISORA GENERAL REALE SEGUROS Sanitas santalucía SEGUROS Senassur Soft ZURICH

Armando Nieto es presidente de Divina Seguros desde el año 2007. Es licenciado en Física Teórica e Informática, Doctor (PhD) Excelente Cum Laude en Computer Sciences, licenciado en Economía, licenciado en Ciencias Actuariales y Financieras y MSc in Astrophysics con Distinción. Certified International Investment Analyst (CIIA) y grado en Música (piano). Además, es autor de más de 50 publicaciones y ponencias tanto a nivel nacional como internacional.

Armando NIETO

PRESIDENTE EJECUTIVO DE DIVINA SEGUROS

"Los hábitos del consumidor cambian, las necesidades de las familias son las mismas"

Su reciente reelección como presidente ejecutivo por un nuevo periodo de seis años demuestra una clara confianza en su liderazgo. ¿Cuáles serán los principales ejes estratégicos que guiarán esta nueva etapa al frente de Divina Seguros?

Ante todo, creo que el liderazgo, aunque habitualmente se centra en un individuo, en este caso es alrededor de un equipo y de una filosofía de gestión. El nuevo mandato debe centrarse en la mejora y adaptación de las nuevas corrientes tecnológicas y de los servicios que la sociedad demanda. Tenemos que reflexionar sobre qué podemos mejorar y humildemente aprender de los errores detectados y corregirlos. Nos debemos a nuestros mutualistas.

Dirige una entidad que, desde su constitución, ha presentado beneficios de manera ininterrumpida. ¿Cuál es el secreto de esa gestión?

No hay secretos. Solo una filosofía y una forma de trabajar que se basa en ser prudentes en las inversiones

y austeros en el gasto. Somos una entidad que se caracteriza por su estabilidad y solvencia y estamos muy orgullosos de ello. Nuestra facturación ha pasado de 221 millones de euros en 2018 a superar los 320 millones de euros en 2024 y el resultado en este último año se ha situado en 30,4 millones de euros.

Durante su anterior mandato, Divina Seguros ha experimentado una importante transformación estructural y tecnológica. ¿Qué balance hace de estos años y cómo se refleja esa evolución en la relación con los asegurados y con la red de mediación?

La transformación ha existido, pero entendemos que debe continuar. En estos años hemos avanzado de forma extraordinaria en nuestra relación con el canal corredores. Nos han enseñado muchas cosas y nos han ayudado a ser mejores. El balance es claramente positivo.

Uno de los pilares que ha reforzado Divina Seguros es su identidad como aseguradora tradicional con una fuerte implicación social. ¿Cómo conviven ese enfoque humanista con los retos de digitalización y eficiencia operativa del sector?

Entendemos que no solo no son incompatibles sino complementarios. Las nuevas tecnologías nos brindan la oportunidad de ser más eficientes y la eficiencia nos libera recursos que pueden destinarse a ayudar a los demás. Pero si la tecnología se usa para dejar de escuchar a las personas, nos alejamos del propósito de cualquier aseguradora, que es cubrir los riesgos y resolver las cosas en el momento de eventos fatales. Escuchar a una persona también es parte de nuestra obligación. Las personas quieren hablar con personas.

La mediación profesional continúa siendo un canal clave para muchas aseguradoras. ¿Qué papel juega la red de corredores en el modelo de distribución de Divina y qué acciones prevé impulsar para consolidar esa alianza?

En la actualidad, la mediación profesional, en sus múltiples formas, es el medio de distribución mayoritario. El perfeccionamiento en las soluciones que debemos aportar implica especialización. El mediador es un aliado, es parte de la solución, su papel es primordial. Es quien enseña, educa y anticipa los problemas y riesgos que una persona puede tener (y tendrá) en el futuro. Su labor es claramente vital para Divina porque en su esencia participa de nuestros principios y de nuestro objetivo como entidad y como mutua.

> Es completamente necesario que estemos continuamente formándonos en nuestra disciplina principal, así como en otras

¿Qué tipo de seguros están experimentando mayor demanda en su compañía y por qué?

Los servicios más demandados son los relativos a la salud. Aunque el sector sanitario privado tiene, por razones desconocidas, un competidor averso, el ciudadano sabe que el óptimo está en disponer de todas las alternativas y utilizar la mejor según la circunstancia. Además, en nuestro caso, se une el hecho de una graduación de servicios que se puede adaptar a cualquier economía familiar, desde las más acomodadas, hasta las más ajustadas. Por esta razón, tenemos una demanda clara

en nuestros servicios y confiamos en que incluso se incremente.

¿Qué importancia tiene la formación continua de los mediadores para la evolución del sector asegurador desde su perspectiva?
En un mundo en el que todo cambia, las costumbres sociales, la tecnología, las necesidades, la legislación, etc., es completamente necesario que todos, no solo los mediadores,

> Las nuevas tecnologías nos brindan la oportunidad de ser más eficientes

estemos continuamente formándonos en nuestra disciplina principal, así como en otras.

¿De qué forma está Divina Seguros trabajando para mejorar la experiencia del cliente en la era digital?
Tratamos de analizar los tiempos de respuesta y aprovechar la tecnología para acortarlos. Videoperitación, aplicación de la inteligencia artificial a procesos repetitivos, chats, etc., son

meros ejemplos. El cliente además lo entendemos en sentido amplio, al incluir en esa categoría a proveedores, que también demandan una respuesta precisa y ágil de nosotros.

¿Cómo valora la competencia en el sector asegurador español y qué diferencia a Divina Seguros del resto?
La verdad es que no nos preocupa la competencia. No solemos tomar como referencia lo que hagan los demás. Y nos alegra saber que a los demás les va bien y también mejoran. Entendemos nuestro papel en el sector en un sentido mucho más sectorial, más holístico. Lo único que pedimos es honestidad en las actuaciones, en el comportamiento de mercado. No todos lo tienen, pero la gran mayoría sí.

Mirando al medio y largo plazo, ¿cómo ve la evolución del sector asegurador ante fenómenos como la concentración empresarial, la inflación o los cambios en los hábitos de consumo asegurador?
El sector se concentra hasta cierto punto, y la velocidad de concentración la asemejaría al colapso gravitacional de una estrella. En un inicio, el colapso es rápido, pero conforme existe más concentración, la velocidad se frena de manera natural. La inflación es un factor permanente en la economía, fluctúa y el sector está muy habituado a sus efectos. En cuanto al cambio de hábitos del consumidor, es verdad que existen, pero las necesidades primordiales de las familias y de los individuos siguen siendo las mismas. Todos necesitan cubrir la vida ante la financiación de una compra de importe elevado, todos vivimos en viviendas que pueden tener deterioros fortuitos como el incendio reciente que vivió Valencia, todos tenemos la necesidad de desplazarnos en vehículos y todos anhelamos la mejor atención sanitaria posible.

> Lo único que pedimos es honestidad en las actuaciones, en el comportamiento de mercado

mediadores seguros madrid

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

Colégiate 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

El sector asegurador español, y particularmente el segmento de la mediación, atraviesa un periodo de intensa actividad en fusiones y adquisiciones (M&A). Este dinamismo no es un fenómeno aislado, sino que se enmarca en una tendencia global de consolidación que se ha acelerado en los últimos años. Sin embargo, en el contexto español, este proceso adquiere matices particulares que merecen una profunda reflexión.

Fusiones en la Mediación: ¿Progreso o Pérdida?

En 2023, la región de Iberia (España y Portugal) se consolidó como el tercer mercado más activo de Europa continental en M&A dentro del sector seguros, registrando 53 operaciones, un incremento del 20% respecto al año anterior, siendo la mayoría de estas transacciones fusiones de corredurías.

A nivel mundial en el mismo periodo, las fusiones y adquisiciones en el sector alcanzaron su nivel más bajo en 16 años, debido a factores como los altos tipos de interés, la inestabilidad geopolítica y la creciente regulación.

Estas operaciones son presentadas a menudo como una vía para la eficiencia, la digitalización y el fortalecimiento de la capacidad competitiva. Sin embargo, detrás de esta narrativa de "progreso" y "adaptación al futuro", subyace una preocupación latente sobre la posible alteración de la esencia de la mediación: la independencia, la proximidad y el asesoramiento personalizado, que han caracterizado históricamente a este canal.

Aunque normalmente se habla de los beneficios de las fusiones, hay una serie de problemas que no siempre se tienen en cuenta. Foto: Freepik.

LAS PROMESAS DE LAS FUSIONES

La narrativa predominante en torno a las fusiones y adquisiciones en el sector se centra en los beneficios estratégicos y operativos que aporta. Estos argumentos, si bien válidos en un plano teórico, son la base sobre la que se construye la justificación de estos procesos.

De este modo, se afirma que la unión de estructuras permite alcanzar un mayor volumen de negocio, lo que se traduce en significativas economías de escala. Esto puede llevar a una reducción de los costes operativos por póliza, una mayor agilidad en el cumplimiento de plazos y una optimización de los procesos internos.

> La inversión en tecnología y digitalización es un imperativo en el sector

Asimismo, un mayor volumen de primas intermediadas y una estructura más grande otorgan a las corredurías fusionadas una posición de mayor poder en las negociaciones con las aseguradoras. Esto, en teoría, puede resultar en mejores condiciones, comisiones más favorables o acceso a productos exclusivos, lo que se presenta como un beneficio para el cliente final con ofertas más competitivas.

M&A: VENTAJAS E INCONVENIENTES

- Economías de escala y mejora de la eficiencia operativa (Reducción de costes, agilización de procesos)
- Fortalecimiento de la capacidad de negociación con aseguradoras (Mejores condiciones, acceso a productos)
- Acceso a nuevas tecnologías y digitalización (IA, gestión de datos, plataformas avanzadas)
- Diversificación de la oferta de productos y especialización
- Atracción de talento y mejora de la profesionalización

- Erosión de la independencia y auto-nomía del mediador (Foco en intereses del grupo vs. cliente)
- Riesgo de estandarización y despersonalización del servicio al cliente (Pérdida de cercanía y confianza)
- Desafíos en la integración cultural y operativa (Fricciones internas, interrupciones de servicio)
- Posible reducción de la variedad de productos y opciones para el cliente
- Impacto en la competencia y presión sobre pequeños/medianos mediadores (Reducción de actores, dificultad de supervivencia)
- Efectos en el factor humano: ajustes de plantilla, pérdida de talento y conocimiento local, inseguridad laboral.

La inversión en tecnología y digitalización es un imperativo en el sector asegurador actual, con un enfoque en ecosistemas centrados en el cliente y la inteligencia artificial (IA). Las pequeñas y medianas corredurías a menudo carecen de los recursos para afrontar estas inversiones de forma individual.

Por otro lado, al combinar carteras y conocimientos, las entidades fusionadas pueden ofrecer una gama más amplia de productos y coberturas, así como desarrollar una mayor especialización en nichos de mercado específicos. Esto, en teoría, permite satisfacer mejor las necesidades de clientes cada vez más sofisticados.

Por último, las estructuras más grandes y con mayores recursos pueden ser más atractivas para el talento, ofreciendo mejores oportunidades de desarrollo profesional y formación continua.

LA SOMBRA DE LA CONCENTRACIÓN

Si bien las ventajas de la consolidación son a menudo destacadas en los discursos corporativos, la realidad sobre el terreno para la mediación independiente y, en última instancia, para el cliente, presenta una serie de inconvenientes y riesgos que merecen una atención especial y una reflexión crítica.

La independencia es un pilar fundamental de la mediación tradicional, que permite al profesional actuar en el "mejor interés del cliente" y ofrecer un asesoramiento imparcial. Sin embargo, las fusiones, impulsadas en muchos casos por plataformas respaldadas por capital privado, plantea serias dudas sobre la preservación de esta autonomía.

Cuando una correduría independiente es adquirida por un grupo

helvetia.es

Alcanzando.
Metas.
Juntos.

simple. claro. helvetia

Tu aseguradora suiza

con respaldo de capital privado, surge una tensión fundamental. El nuevo propietario buscará optimizar la rentabilidad, lo que podría implicar dirigir el negocio hacia aseguradoras con las que el grupo tiene acuerdos preferentes, o priorizar productos que generen mayores márgenes, incluso si no son la opción óptima para un cliente individual. Esto no es necesariamente una mala práctica, pero sí una sutil alteración del principio del "mejor interés del cliente".

La búsqueda de eficiencias y economías de escala inherente a las grandes estructuras puede llevar a la estandarización de procesos, productos y, especialmente, la interacción con el cliente. Esto, si bien puede ser eficiente, amenaza la capacidad del mediador para ofrecer un servicio verdaderamente personalizado y cercano, que es precisamente el valor diferencial de la mediación tradicional. Los consumidores, de hecho, reaccionan con escepticismo a las noticias de fusiones, temiendo cambios en sus pólizas o alteraciones en el servicio que se les ofrece.

La relación entre mediador y cliente se basa en la confianza y el conocimiento profundo de las necesidades individuales, construida a menudo a lo largo de años. La despersonalización y la posible pérdida de independencia pueden erosionar esta confianza, transformando una relación de asesoramiento en una mera transacción, lo que desvirtúa el rol del mediador como experto de cabecera y protector de los intereses del asegurado.

Además, una fusión no es solo un acuerdo legal; implica una profunda transformación organizacional que abarca sistemas, personas y procesos. La integración cultural es un desafío fundamental y a menudo subestimado. Si la cultura de una correduría familiar con un enfoque muy personalizado choca con la de una gran corporación orientada a la eficiencia y el volumen, puede haber resistencia interna, fuga de talento clave y una dilución de la experiencia del cliente, incluso si la infraestructura tecnológica se fusiona sin problemas. Este es un riesgo intangible pero fundamental que puede socavar los beneficios esperados de la fusión y es difícil de mitigar con soluciones puramente técnicas. La falta de un plan de migración de sistemas y roles bien definido puede llevar a interrupciones que afecten al cliente final.

> Las fusiones a menudo conllevan duplicidad de funciones

Aunque las fusiones pueden diversificar la oferta del grupo, también es común que las entidades unificadas revisen su catálogo de pólizas para eliminar duplicidades o fortalecer líneas estratégicas. Esto podría llevar a la eliminación de coberturas menos demandadas o especializadas que, aunque minoritarias, eran vitales para ciertos nichos de clientes. La consecuencia es una reducción de la diversidad general del mercado, limitando las opciones del consumidor y su capacidad de comparar precios y condiciones.

La integración de sistemas y equipos es un proceso complejo. Mantener temporalmente sistemas paralelos o una transición mal planificada puede generar interrupciones en el servicio, afectando directamente la experiencia del cliente.

Las grandes estructuras, por su propia naturaleza, pueden ser menos ágiles para adaptarse rápidamente a las necesidades cambiantes de nichos de mercado o para ofrecer soluciones a medida, algo en lo que los mediadores independientes tradicionalmente sobresalen.

EFECTOS EN LA COMPETENCIA

La tendencia a la concentración implica una disminución progresiva del número de entidades aseguradoras y de mediación en el mercado español. Con ello, se reduce la diversidad de actores y, potencialmente, la competencia efectiva, lo que es una preocupación para la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP).

Los mediadores que no se fusionan o adquieren se enfrentan a una presión competitiva creciente por parte de las grandes estructuras, que se benefician de economías de escala y mayor capacidad tecnológica. Esto puede dificultar su capacidad para competir en precio o en acceso a productos, lo que lleva a la necesidad de alianzas para poder mantener sus modelos de negocio. Este proceso puede empobrecer el ecosistema general al reducir las opciones para clientes con necesidades muy específicas o que valoran la relación personal por encima de todo.

Una menor competencia en el mercado, resultado de la concentración, podría llevar a un menor incentivo para la innovación y a un potencial aumento de los precios o a la impo-

190 ANIVERSARIO

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

sición de condiciones menos favorables para los asegurados a largo plazo. Aunque la regulación busca evitar prácticas que dañen al consumidor, la reducción de opciones siempre es un riesgo latente.

Si hablamos del talento humano, las fusiones a menudo conllevan la duplicidad de funciones y la necesidad de ajustes de empleo. Esto puede resultar en despidos, particularmente en áreas administrativas o de gestión intermedia, afectando la estabilidad del empleo en el sector.

Los ajustes de plantilla y la integración cultural pueden llevar a la pérdida de profesionales con experiencia y conocimiento especializado, así como de la valiosa conexión local que muchos mediadores independientes han cultivado durante años. Esto puede mermar la calidad del servicio y la capacidad de la nueva entidad para atender a clientes con necesidades muy específicas o en geografías concretas.

Además, la incertidumbre asociada a los procesos de fusión genera inseguridad laboral que puede afectar la moral, la productividad y el compromiso del personal, impactando negativamente la continuidad y calidad del servicio ofrecido.

LA VOZ DEL SECTOR

Los Colegios de Mediadores de Seguros en España, voces autorizadas del sector, observan con atención y, en ocasiones, con cautela, estos procesos. Sus declaraciones reflejan tanto la aceptación de una realidad de mercado como la defensa de los principios que consideran irrenunciables.

El Consejo General de Mediadores de Seguros, como institución que representa a agentes y corredores, enfatiza su rol en la protección y representación de la mediación. Sus preocupaciones se dirigen especialmente hacia las "malas prácticas" en la comercialización de pólizas que puedan afectar al consumidor.

Por su parte, la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP) juega un papel crucial en la supervisión de estos procesos, buscando garantizar que las operaciones no afecten la solvencia de las entidades ni la protección del asegurado. La regulación impone límites para prevenir prácticas que dañen al consumidor. Además, la normativa sobre conocimientos y aptitudes de los distribuidores de seguros y la formación continua (como el RD 287/2021) busca asegurar la profesionalidad del sector en un entorno en constante cambio.

> La relación mediador y cliente se basa en la confianza, construida a lo largo de años

PRESERVAR LA ESENCIA DEL MEDIADOR

La consolidación en la mediación de seguros en España es una realidad innegable, impulsada por la búsqueda de eficiencia, la necesidad de adaptación tecnológica y las presiones del mercado. Sin embargo, como se ha analizado, este proceso no está exento de riesgos significativos que merecen una profunda reflexión.

Si bien la consolidación promete economías de escala, una mayor capacidad de negociación y acceso a tecnologías avanzadas también amenaza la independencia del mediador, la personalización del servicio y la diversidad del mercado. Los desafíos de integración cultural, la potencial reducción de opciones para el cliente y la posible pérdida de talento y conocimiento local son factores que no deben subestimarse. La búsqueda de la eficiencia económica, aunque legítima, no debe eclipsar los valores fundamentales que han sostenido la mediación.

El mediador independiente, con su cercanía, conocimiento profundo del cliente y capacidad de asesoramiento imparcial, ha sido y sigue siendo un pilar fundamental del sector asegurador español. Su valor no reside únicamente en la intermediación de pólizas, sino en la construcción de relaciones de confianza, la comprensión de las necesidades específicas y la defensa de los intereses del asegurado, un rol difícilmente replicable por otros canales.

El verdadero valor del mediador reside en intangibles como la independencia, la confianza y el asesoramiento personalizado. Esto desafía una redefinición puramente cuantitativa del valor, abogando por la protección de la calidad y la diversidad. Si el sector permite que la consolidación elimine estas cualidades intrínsecas, el "progreso" podría significar una pérdida neta para el asegurado, que vería reducidas sus opciones y la calidad de su asesoramiento. Es una llamada a la industria a mirar más allá de los números y a preservar la esencia del servicio.

Mirando hacia el futuro, un mercado con una mediación fuerte, diversa e independiente es, en última instancia, un mercado más sano, competitivo y, sobre todo, más beneficioso para el asegurado.

LLEGA DONDE ESTÁ TU PÚBLICO

Anúnciate en la revista SEGUROS

Donde se informa, se decide...
y se influye

1.000 EJEMPLARES IMPRESOS
+1.800 LECTORES CUALIFICADOS DEL SECTOR
600 MEDIADORES COLEGIADOS
DISTRIBUCIÓN DIRECTAY PRESENCIA INSTITUCIONAL

mediadores seguros madrid

INFÓRMATE

publicidad@mediadoresseguros.madrid
915 401 800

¿Empoderamiento o correcta información?

PATRICIA SUÁREZ
Fundadora, presidenta y CEO de ASUFIN (Asociación de usuarios financieros).

Se nos insiste a los consumidores, usuarios de productos y servicios financieros, asegurados y pequeños inversores, en torno a la idea de que debemos "empoderarnos", tomar nuestras propias decisiones en base a una mejora de nuestra educación financiera. N o puedo estar más de acuerdo: las mejores decisiones son aquellas que se toman de forma informada.

En eso consiste la autonomía personal e, insisto, el empoderamiento. Pero, cuidado. Perdemos a menudo el foco de que, en toda relación financiera, firma de contrato financiero, adquisición de servicios económicos, partimos de una base de desequilibrio fundamental.

La información financiera, el fundamento jurídico sobre el que descansa la relación contractual, y otros muchos aspectos, los posee el proveedor del producto o prestador del servicio, ya sea una aseguradora, un banco, o cualquier otra compañía de servicios financieros. Por lo que, en esa parte, y no en la del usuario financiero, descansa la responsabilidad final de que la información se transmita de manera clara, concisa y transparente.

Centrándonos en el ámbito asegurador sabemos que el cliente no siempre sabe lo que contrata, lo que a menudo es fuente de frustración y expectativas no satisfechas, generador de fenómenos como el infraseguro o el suprasegu-ro. El sector no debería permitir estas circunstancias, porque devalúa tanto el producto como el servicio: si el asegurado no conoce de forma adecuada la cobertura a la que tiene derecho, tampoco la valora; tiende a pensar, de manera equivocada y contraproducente, que paga por algo que no disfruta o que no tiene coberturas con las que contaba.

Pensemos en los seguros de hogar, por ejemplo, que generan frecuente malestar en la población.

La mayoría de las quejas tienen que ver con la desconexión entre lo que se contrata y lo que realmente se recibe: características que no se corresponden con las casas, coberturas inútiles que no se llegan a aprovechar, sobreprecios desmesurados, descuentos agresivos que se trasladan en subidas de prima a posteriori y sin avisar, y un largo etcétera.

Subyace la necesidad de aumentar la cultura del seguro para valorar en su justa medida la necesidad de disponer de una cobertura idónea que nos permita desenvolvernos con garantías en nuestra vida y ámbito profesional. Un gran reto al que tenemos que sumarnos todos, también los poderes públicos encargados de establecer un marco normativo sólido y funcional.

En ese sentido, desde ASUFIN nos parece preocupante la creciente publicidad en la que se prima el precio sin informar a qué se está renunciando. Esto incrementa la sensación de los asegurados que creen estar cubiertos adecuadamente aun cuando la prima haya sido menor hasta que chocan con la realidad.

Un buen dato a este respecto lo ofrece la Memoria del Servicio de Reclamaciones de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones que en sus datos de 2023 indica que una proporción significativa de las reclamaciones

resueltas están relacionadas con la negativa de las entidades aseguradoras a abonar indemnizaciones. Por ejemplo, en el ramo de seguros de accidentes, casi un 53% de las reclamaciones resueltas tienen que ver con la negativa de la entidad a abonar el importe de la indemnización, fundamentalmente por no darse la situación de incapacidad en los términos previstos en la póliza o por inexactitudes alegadas por la entidad en cuanto a la cumplimentación del cuestionario previo a la contratación.

Este dato sugiere que una parte considerable de los siniestros pueden cerrarse sin pago, especialmente en casos donde las aseguradoras consideran que no se cumplen las condiciones estipuladas en las pólizas.

Aquí sólo cabe pensar dos cosas: o estamos ante un comportamiento anormal del sector en la liquidación de siniestros o nos encontramos ante un cliente mal informado que reclama coberturas a las que no tenía derecho. En el ámbito de los productos y servicios financieros, se informa poco y mal en el momento crucial de la contratación. ¿Quién resulta como principal perjudicado, finalmente? La respuesta fácil, el asegurado, el usuario financiero, en definitiva. Aquí el sector tiene un reto importante ante sí. Nos jugamos que el seguro español sea un ejemplo de calidad, buenas prácticas y responda a la altura de las expectativas.

> No falta quién ofrece precios bajos bajando calidad

Qué posicionamiento tiene Stoïk en el mercado español de ciberseguros y cuáles son actualmente sus principales líneas de desarrollo?

Apenas llevamos cuatro meses en el mercado español y, sin embargo, sentimos que nos han acogido muy bien, logrando la adopción de más de 200 corredores activamente cotizando con nosotros cada semana.

En Stoïk no solo tenemos la promesa de pagar ante un siniestro, sino que también nos volvemos un socio proactivo ayudando al cliente con su ciberseguridad. Cuando una empresa piensa en buscar una solución 360 para los riesgos cibernéticos, Stoïk tiene todo lo que necesita: la plataforma Stoïk Protect, una herramienta gratuita dentro del paquete híbrido que ponemos a disposición de todos aquellos clientes que tienen una póliza con nosotros, y que les ayuda a mejorar su seguridad con distintos módulos. De esta manera, pueden reducir a la mitad las probabilidades de tener un siniestro, además de contar con un equipo de respuesta de incidentes para asegurarnos la continuidad de su negocio, y por último, una póliza de seguro que indemniza en caso de ser necesario.

Este modelo híbrido permite a las empresas cubrir todos los aspectos posibles frente a un ataque, además de poder hacerlo desde una única plataforma, lo que facilita todo el proceso y la comunicación con las compañías.

Juan Ignacio Ramallo es licenciado en Administración de Empresas y cuenta con más de 15 años de experiencia en el sector asegurador, especializado en ciber y líneas financieras, principalmente. Ha trabajado en compañías líderes en suscripción como AIG en Argentina, W.R. Berkley en Latam y Riskpoint España, así como bróker en Willis Towers Watson en Londres, dando servicio a distintos mercados internacionales.

Juan RAMALLO

DIRECTOR DE DESARROLLO DE NEGOCIO DE STOÏK

"Apenas llevamos cuatro meses en el mercado español y sentimos que nos han acogido muy bien"

¿Qué diferencia a Stoïk frente a otras aseguradoras o insurtech que también operan en el ámbito de la ciberseguridad?

Desde Stoïk venimos a ofrecer algo distinto, innovador al mercado. No sólo tenemos un seguro, sino que buscamos prevenir y ayudar en todo lo que respecta a ciberseguridad, desde una plataforma muy intuitiva y sencilla. Para garantizar una gestión rápida y eficiente de cualquier incidente, en Stoïk hemos desarrollado nuestro propio CERT interno (Equipo de Respuesta a Incidentes de Seguridad Informática), operativo 24/7 y que en España cuenta con un equipo hispanohablante. Desde el CERT, la compañía responde a ciberataques en menos de tres minutos, ofreciendo un valor añadido significativo en la gestión de incidentes críticos, minimizando el impacto en la operativa de nuestros clientes y garantizando tiempos de respuesta mucho más rápidos.

> Ofrecemos al asegurado una cobertura clara, sin exclusiones

Se trata de una propuesta novedosa ya que, hasta ahora, la mayoría de los seguros estaban enfocados en ofrecer esa pata del negocio centrada en pólizas de seguro ante siniestros y nosotros damos un paso más, poniendo a disposición del cliente y los corredores un paquete completo que combina seguros cibernéticos con una avanzada plataforma de ciberseguridad.

Además, ofrecemos al asegurado una cobertura clara, sin exclusiones. De esta forma, le damos la mejor cobertura posible que existe en el mercado y es el propio cliente el que decide si quiere prescindir de alguna cobertura.

Por otro lado, contamos con una plataforma para cotizar muy rápida, lo que agiliza enormemente los trámites. Así, en menos de 5 segundos el corredor puede tener la cotización

de la compañía que quiere asegurar con nosotros. Además, al realizar la cotización del cliente se realiza un escáner externo en el que se puede dar un diagnóstico gratuito de su nivel de ciberseguridad identificando vulnerabilidades, filtraciones de datos y configuraciones de protocolos de seguridad del correo electrónico.
Además, al realizar la cotización del cliente se realiza un escáner externo en el que se puede dar un diagnóstico gratuito de su nivel de ciberseguridad identificando vulnerabilidades, filtraciones de datos y configuraciones de protocolos de seguridad del correo electrónico.

La ciberprotección se ha convertido en una necesidad crítica para pymes y autónomos. ¿Cómo contribuye Stoïk a facilitar el acceso a este tipo de seguros?
En España tenemos aún mucho que trabajar en ciberseguridad. Se trata de un riesgo muy grande para las empresas y todos debemos de ser conscientes de que, en algún momento, podemos ser atacados. Por eso, la pregunta que debemos plantearnos no es si vamos a ser atacados sino cuándo lo vamos a ser.
En muchas ocasiones, las empresas creen que no son suficientemente atractivas para los hackers por su tamaño, sin embargo, nada más lejos de la realidad. En la actualidad, todas las empresas son vulnerables a posibles ataques ya que el desarrollo de tecnologías clave como la inteligencia artificial y la profesionalización de los propios ciberdelincuentes ha supuesto un aumento en el número de ataques.
De hecho, los hackers, cuando se trata de pequeñas empresas, lanzan el mismo ataque a miles de compañías diferentes, buscando las que tienen una mayor brecha de seguridad para centrarse en atacarlas. Estas carencias convierten a las pequeñas empresas en objetivos fáciles para los ciberdelincuentes, siendo el ransomware, el fraude y la venta de datos confidenciales, los ataques más frecuentes. Así, el 67 % de las pequeñas y medianas empresas afirman haberse enfrentado de alguna manera al riesgo cibernético, ya sea porque han sido víctimas directas o porque temen que sus datos no estén suficientemente protegidos.
Pese a ello, las empresas españolas están yendo por el buen camino y están mejorando muchísimo, pero aún hay mucho trabajo por hacer, y en Stoïk queremos acompañarlas en todo ese proceso. Por ello, desde la compañía venimos a ofrecer algo distinto que aún no había en el mercado. No basta con contratar un seguro cibernético tradicional, ahora el verdadero valor está en combinar un seguro para cubrir pérdidas derivadas de un ataque con servicios avanzados de prevención y respuesta ante incidentes, y en eso estamos trabajando desde Stoïk.
*En este contexto, queremos hacer una aclaración. En nuestro caso, no cubrimos autónomos, sino que nos enfocamos en empresas con ingresos de hasta 1.000 millones de euros, donde no solo entran en juego pequeñas y medianas empresas, sino que se trata de un volumen de empresas más amplio.

¿Qué papel juegan los mediadores de seguros en la estrategia comercial de Stoïk en España?
Los mediadores son la clave de nuestro éxito, nuestra misión es otorgarles a los corredores todos los medios necesarios para que puedan asegurar y proteger a sus clientes frente a los riesgos cibernéticos.

¿De qué manera está colaborando Stoïk con los mediadores colegiados de Madrid y qué oportunidades de desarrollo conjunto ve en esta alianza?
Los mediadores colegiados de Madrid tienen alta importancia en el desarrollo de nuestro negocio en España, contando con excelentes profesionales con los cuales podemos trabajar en conjunto para llevar a los clientes una propuesta de valor diferente e innovadora, con un producto muy completo y de alta calidad. Los mediadores van a poder estar a la vanguardia en la ciberseguridad, y de esta manera poder adelantarse a las necesidades que tengan sus clientes.

¿Qué herramientas, formaciones o recursos pone Stoïk a disposición de los mediadores para ayudarles a comercializar seguros cibernéticos con solvencia y confianza?
Stoïk pone a disposición de los mediadores todos los recursos de los que disponemos para ayudarles a comercializar nuestro producto, de forma que puedan entender bien el producto que ofrecen. De esta forma, la formación se convierte en un factor clave. Desde la compañía, contamos con diferentes módulos de formación sobre distintas temáticas para poder ayudarlos, con módulos que van desde el funcionamiento de la herramienta de Stoïk para cotizar o la plataforma de prevención de riesgos, hasta un Q&A con coberturas y exclusiones sobre el producto. Además, contamos con formaciones centradas en tecnología y ciberseguridad para que puedan conocer cómo funciona el equipo CERT, la herramienta Stoïk Protect en profundidad y cuestiones técnicas sobre ciberseguridad.

El equipo de Stoïk en España, al completo.

Desde su punto de vista, ¿cuál es el grado de conocimiento actual del seguro ciber entre los mediadores y qué barreras quedan por superar?
La ciberseguridad evoluciona a diario, con lo cual es importante mantenerse actualizado de los distintos métodos de ataque y las nuevas herramientas que hay en el mercado para protegerse. En Stoïk venimos a ofrecerle a los mediadores toda la ayuda posible para resolver sus dudas. De hecho, desde el primer momento en el que contactan con Stoïk cuentan con expertos con los cuales pueden agendar una reunión a través de la plataforma con tan solo dos clicks. Esta herramienta sirve para concienciar sobre los riesgos cibernéticos, dando una explicación personalizada del perfil de riesgo y posibles consecuencias para el negocio, además de para realizar un diagnóstico técnico en donde se puede revisar el escáner externo y dar soporte técnico para abordar las vulnerabilidades, o, simplemente para presentar a la compañía.

¿Cómo valora el papel de los colegios profesionales, como el de Madrid, en la difusión y profesionalización de los seguros cibernéticos?
Los colegios son de gran ayuda para concienciar sobre estos riesgos a los mediadores. Como el mundo evoluciona es importante que estos estén en constante evolución, siendo proactivos en el ofrecimiento de riesgos nuevos como el ciberriesgo que está creciendo mucho en los últimos años.

¿Qué previsiones de crecimiento tiene Stoïk en España para los próximos años y qué papel tendrá el canal mediador en ese desarrollo?
Estamos trabajando en armar un equipo fuerte en España para poder dar servicio a todos los corredores y la verdad es que estamos encantados con el recibimiento que estamos teniendo en el país por parte del sector.
Por último, ¿qué mensaje le gustaría trasladar a los mediadores de seguros de Madrid que aún no se han acercado al ramo ciber?
Anímense. Tienen entre manos la oportunidad de destacarse en el mercado ofreciendo algo totalmente innovador, con un producto fácil y sin exclusiones ocultas, llevando al cliente la posibilidad de adelantarse a los problemas futuros que puedan tener respecto a la ciberseguridad.

> En Stoïk venimos a ofrecerle a los mediadores toda la ayuda posible para resolver sus dudas

Análisis de la problemática puesta de manifiesto en la cumplimentación y envío de la DEC 2024

Este artículo, publicado originalmente en la web del Colegio, y firmado por nuestro asesor jurídico Juan Ignacio Álvarez Fernández, ha sido el más leído de los últimos tres meses. Y es que la cumplimentación y envío de la Documentación Estadístico-Contable ha generado este año numerosos desafíos para mediadores y correidurías.

El 8 de mayo concluyó el plazo para presentar la declaración estadístico-contable (DEC) que, cada año, deben presentar los corredores y agentes vinculados con autorización para mediar en todo el ámbito estatal; sometidos, por tanto, al control de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones.

Este año, sin embargo, se estrenaba una nueva versión de dicha declaración que ha ampliado el perfil de los obligados –incluyendo a los operadores banca-seguro– y, asimismo, incrementado los datos que debían ser facilitados por los mediadores de seguros.

Todo esto ha generado un lógico nerviosismo entre los afectados, que se tradujo, primero, en una masiva asistencia a la jornada informativa realizada en el Colegio de Madrid, y posteriormente, especialmente durante la segunda mitad de abril, a un progresivo e importante número de consultas realizadas a la asesoría jurídica.

Entre los problemas más habituales con los que se han encontrado nuestros colegiados han estado los derivados de la obligación de facilitar los datos referidos a la cartera de primas mediadas en 2024, distinguiendo entre aquellas en que el tomador había sido una persona física o jurídica, y ello referido tanto a volumen total de cartera como a nueva producción, cartera mediada en las distintas aseguradoras, distribución por ramos y comunidades autónomas, o, en fin, contratación presencial o a distancia.

HORAS DE TRABAJO

Esta información, no se ha facilitado sino residualmente, por la mayoría de las entidades aseguradoras. Asimismo, en muchos casos no había sido recogida de manera expresa en las hojas de cálculo, bases de datos o aplicaciones de gestión con que contaban los mediadores de seguros. Esto ha supuesto que se ha tenido que dedicar una cantidad importante de esfuerzo y horas de trabajo para poder facilitar dicha información.

A lo anterior se ha unido la dificultad –a veces imposibilidad– de conseguir algunos de los datos requeridos, tales

La presentación de la DEC ha generado múltiples problemas. Foto Freepik

como los referidos a la estructura organizativa de los prestadores de servicios externos, o, especialmente, la identificación y cuantificación de la parte de cartera mediada –muchas veces con años de antigüedad– que fue contratada con el tomador de forma presencial o a distancia.

En la problemática puesta de manifiesto en las consultas formuladas a la asesoría hay que subrayar también que la aplicación de captura y envío de datos no es todo lo intuitiva que debería, en muchos aspectos. Entre éstos destaca que no se haya habilitado un formulario específico para informar sobre la estructura de los mediadores persona física, y que éstos tengan que "fraccionarse" como si fueran sociedades, en supuestos órganos de administración, dirección o responsable de distribución de seguros, para poder validar su declaración. Esta operativa también ha generado muchos problemas a los mediadores persona jurídica que cuentan sólo con una persona que ejerce las funciones de administrador único y, simultáneamente, responsable de distribución.

> La aplicación no es muy intuitiva

A lo anterior deben unirse, también, las carencias de algunos colegiados que, a día de hoy, siguen delegando la documentación de sus carteras en la información obrante en las plataformas de las entidades aseguradoras con las que trabajan –a veces sin proceder a descargas periódicas en sus ordenadores– y a veces, sin contar siquiera, con una aplicación propia de gestión de su cartera: ya sea alguna de las existentes en el mercado o bien una hoja de cálculo o base de datos que les permita acceder a la información de su cartera de forma rápida, segura y fiable.

Y por último, los problemas derivados de la imposibilidad para realizar el envío al servidor de la Dirección General de seguros –unas veces por sobrecarga o caída de la red– pero también los generados por una instalación insuficiente o inadecuada de los programas necesarios para su envío en sus ordenadores, fueron la guinda de unos últimos días de infarto, para muchos colegiados

Esperemos que el año que viene, entre todos, consigamos solventar los problemas puestos de manifiesto en estas últimas semanas.

Con más de dos décadas de experiencia en el sector asegurador, Modesto Chapa representa el perfil del mediador comprometido, cercano y en constante evolución. Ingeniero de Minas de formación, decidió cambiar de rumbo profesional en 2003 para fundar junto a su mujer la correduría Nieto y Chapa S.L., de la que es socio y director técnico. En esta entrevista, comparte su visión sobre los retos actuales del sector, el valor del mediador colegiado y la transformación de la profesión en estos años.

Modesto CHAPA MORENO

CORREDOR DE SEGUROS COLEGIADO

“La mayoría de los clientes no conocen el producto que están contratando y ahí es donde debemos posicionarnos”

¿Cuándo y por qué decidiste dedicarte a la mediación de seguros?
Allá por 2002, yo desempeñaba mi trabajo como ingeniero en una empresa de Madrid y mi mujer, Adela Nieto, trabajaba como comercial en una aseguradora. En aquel momento decidimos montar una correduría de seguros así que saqué el título de Mediador de seguros a través del Colegio de Madrid y creamos la correduría Nieto y Chapa S.L. en 2003. Los siguientes cuatro años compatibilizaba mi trabajo como ingeniero con el de director técnico de la correduría y finalmente en el 2006, con el crecimiento de la correduría y el incremento de trabajo que ello conllevaba decidí dedicarme única y exclusivamente a los seguros.

¿Qué papel ha jugado el Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid en tu desarrollo profesional?
Pues en mi caso el Colegio ha ocupado un lugar muy importante ya desde el principio. Como ya he comentado

Modesto Chapa Moreno en su despacho.

obtuve el Titulo de Mediador de seguros a través del Centro de estudios del Colegio. Posteriormente y estando ya colegiado el servicio Jurídico del colegio nos ayudó en el proceso de obtención de la autorización administrativa como correduría de seguros de la DGSFP.
Desde entonces, he utilizado frecuentemente la formación que ofrece el Colegio realizando cursos y acudiendo a sesiones de presentación de productos de diferentes compañías.

¿Qué destacarías de los servicios que ofrece el Colegio a los colegiados?
Son servicios que nos ahorran mucho tiempo (y dinero), por ejemplo, en la formación continua obligatoria, prácticamente con asistir a las distintas sesiones que organiza el Colegio ya la tienes realizada.
También es destacable el servicio de partners. A través de las empresas asociadas a este servicio nosotros contratamos el seguro de Responsabilidad Civil y el software de gestión de corredurías, ambos a un precio muy competitivo.

¿Cómo ha evolucionado la figura del mediador de seguros desde que empezaste hasta hoy?
La primera evolución ha sido la tecnológica. Cuando nosotros empezamos todo lo que tiene que ver con internet estaba en pañales. Todas las gestiones se hacían cara a cara con el cliente, le conocías físicamente, podías charlar con él, tomarte un

Modesto Chapa Moreno empezó a trabajar como ingeniero de minas.

café mientras le explicabas los productos, tenías que quedar con él para que te firmara las solicitudes, las pólizas. Eras la persona de confianza del cliente. En cambio, ahora con la aparición de internet y los multitarificadores que permiten obtener ofertas instantáneamente, el mediador se ha reconvertido en un asesor de valor, tenemos que analizar las necesidades reales del cliente y ofrecerle la solución que más le interesa contratar. Es muy importante acompañar al cliente para mantener una cartera fiel.

La segunda evolución es que se ha creado un entorno normativo que ha llevado a una gran profesionalización de los mediadores. Hay que estar formándose constantemente,

> El mayor reto actual de los mediadores es adaptarse al entorno tecnológico

todos los años salen nuevos productos. ¡Quién nos iba a decir hace veinte años que existirían pólizas para ciber riesgos!

Y finalmente la tercera evolución se refiere a la estructura del sector. Poco a poco el mediador individual va desapareciendo a la vez que se crean grandes empresas de mediación

¿Cuál es el mayor reto que afrontan actualmente los mediadores?

El mayor reto es adaptarse al entorno tecnológico. Cualquiera que quiera contratar un seguro lo puede hacer sin problemas vía online. La cuestión es que la mayoría de los clientes no conocen el producto que están contratando y ahí es dónde tenemos

que posicionarnos, ser capaces de realizar las ventas online pero asesorando al cliente y sin olvidar que aproximadamente la mitad de los clientes valora una combinación de atención digital y presencial. Ya no se trata de vender pólizas hay que acompañar al cliente desde analizar sus necesidades hasta gestionar sus siniestros.

¿Qué valor añadido crees que aporta un mediador colegiado frente a otros canales de distribución?

Creo que hay muchos valores añadidos. Es el caso de la formación continua, que asegura estar al día en legislación y en productos. La profesionalidad de los mediadores colegiados que asegura la imparcialidad. La posibilidad de encontrar soluciones a medida. La gestión integral ya que acompañamos al cliente desde la contratación hasta la gestión de los siniestros. El trato cercano, personal que es especialmente valorado en situaciones delicadas. Y por supuesto la experiencia que aportamos.

Modesto Chapa Moreno.

¿Hay algún caso o experiencia profesional que recuerdes con especial satisfacción?

Nuestra cartera tiene un porcentaje muy importante de seguros de salud. Y en esta rama del seguro el cliente es muy sensible a cualquier problema que se presente en la gestión de sus pólizas. Recuerdo un caso de un asegurado al que cesaron en su empresa cancelando su seguro de salud que incluía a su familia. La hija tenía un problema grave de salud de nacimiento y al salir del colectivo al que pertenecía, la compañía de seguros no le daba continuidad en otra póliza individual y no mantenía la antigüedad. Después de mucho pelear con la compañía conseguimos que le respetaran la antigüedad y pudo mantener todos los servicios. Pasado un tiempo este cliente se colocó en otra empresa y nos contrató un colectivo de salud con todos sus compañeros. Resumiendo, te llena de satisfacción ayudar al cliente y recíprocamente que el cliente luego se acuerde ti.

> En esta profesión hay épocas buenas y malas, pero hay que luchar todos los días

¿Qué consejo darías a quienes están comenzando en esta profesión?

Sobre todo, que sean muy constantes. Hay épocas buenas y épocas malas, pero hay que luchar todos los días. También les insistiría en que den un buen servicio a sus clientes, cuanto más personalizado mejor. La conexión es mucho mejor con una visita o con una llamada que con un email.

Un momento de la asamblea anual ordinaria celebrada en la sede del Colegio.

EL COLEGIO CELEBRA SU ASAMBLEA ANUAL ORDINARIA CON UN FIRME COMPROMISO POR LA MODERNIZACIÓN Y LA DEFENSA DE LA MEDIACIÓN

El Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid ha celebrado su Asamblea Anual Ordinaria en su sede institucional, con la participación de colegiados y representantes de la Junta de Gobierno. La presidenta del Colegio, Elena Jiménez de Andrade, fue la encargada de presentar la Memoria Anual correspondiente al ejercicio 2024, además de exponer los resultados económicos y las líneas estratégicas previstas para 2025.

Durante su intervención, Jiménez de Andrade subrayó que el ejercicio ha estado marcado por “el fortaleci-

miento institucional, la innovación en los servicios al colegiado y la firme defensa de la mediación como canal profesional de seguros".

Entre los principales hitos del año destacó la renovación integral de la sede colegial, el rediseño de la página web, la incorporación de jóvenes profesionales a la Junta de Gobierno y la consolidación de una nueva plataforma online de formación obligatoria para mediadores.

Uno de los aspectos destacados de la sesión fue la aprobación por mayoría absoluta del estado de cuentas del año anterior y de los presupuestos para el ejercicio actual. Las cuentas han sido auditadas por una entidad externa independiente, que ha respaldado su rigor y transparencia. La leve actualización de las cuotas colegiales —la única aplicada en los últimos diez años— ha permitido ampliar servicios y mejorar la oferta formativa sin comprometer el equilibrio presupuestario.

> Las cuentas han sido auditadas por una entidad externa independiente

REMODELACIÓN DE LA SEDE

Los colegiados asistentes felicitaron a la Junta de Gobierno por los resultados de los trabajos de remodelación de la sede, que ha sido completamente modernizada para ofrecer un entorno más cómodo, funcional y accesible, tanto para el desarrollo de la actividad colegial como para la formación presencial.

En el plano institucional, la presidenta hizo hincapié en el éxito de la VIII edición del foro MADRID SEGURO, celebrado en el Casino de Madrid y que volvió a contar con la Presidencia de Honor de Su Majestad el Rey Felipe VI y el crecimiento del Concurso Agente TOP, destinado a poner en valor la figura del agente de seguros.

RECONOCIMIENTO DEL MEDIADOR

Asimismo, Jiménez de Andrade destacó la amplia presencia del Colegio en medios de comunicación generalistas y especializados, así como el crecimiento sostenido en redes sociales, con el objetivo de seguir impulsando el reconocimiento social de la figura del mediador de seguros.

"La Junta de Gobierno se ha mantenido firme en su compromiso de modernizar el Colegio, dotarlo de más y mejores recursos, y representar con eficacia los intereses de los profesionales madrileños de la mediación", concluyó la presidenta.

EL COLEGIO ACOGIÓ UN ENCUENTRO INTERNACIONAL CON LA ASOCIACIÓN DE MEDIADORES ITALIANOS

María Luz Tejeda, directora general del Consejo General, Mario Cipriano, presidente de la UEA y Elena Jiménez de Andrade, presidenta del Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid.

El Colegio acogió recientemente una jornada institucional de intercambio con la Unione Europea Assicuratori (UEA), la asociación de mediadores de seguros con sede en Milán, en colaboración con el Consejo General de los Colegios de Mediadores de Seguros y la compañía Caser.

La sesión fue inaugurada por la presidenta del Colegio, Elena Jiménez de Andrade, junto a María Luz Tejeda, directora general del Consejo General, y Mario Cipriano, presidente de la UEA, quien aprovechó el acto para explicar el papel y los objetivos de esta asociación fundada en 1973. La UEA reúne a mediadores italianos con el objetivo de impulsar la cultura aseguradora, promover la ética profesional y favorecer el desarrollo de sus miembros a través del estudio, la investigación y el diálogo internacional.

La jornada, a la que acudieron cuarenta mediadores italianos, tuvo un marcado carácter técnico y formativo, abordando temas de gran interés para la mediación en ambos países. Entre otros asuntos, se trataron la rotación en las agencias de seguros y los procesos de formación e integración de nuevos profesionales (intervención de Rafael Cabello, vicepresidente del Consejo General); el sistema español de cobertura de riesgos extraordinarios a través del CCS, expuesto por Ángel Corada, gerente del Colegio de Madrid; y el análisis del sistema sanitario y de pensiones en España, a cargo de los profesionales de Caser, Montse Sabaté Mosqueira y José María Hernández Briones.

> Compromiso con la proyección internacional percepción

Además de las ponencias, el encuentro permitió reforzar la cooperación institucional y profesional entre los mediadores españoles e italianos, intercambiar experiencias y explorar nuevas vías de colaboración.

Este tipo de encuentros refuerza el compromiso del Colegio de Madrid con la formación continua, la proyección internacional y el fortalecimiento del canal mediado, como garante de confianza, calidad de servicio y cercanía para el cliente.

EL REY FELIPE VI ACEPTA LA PRESIDENCIA DE HONOR DE LA 9.ª EDICIÓN DE MADRID SEGURO

Su Majestad el Rey Don Felipe VI ha aceptado la Presidencia de Honor de la 9.ª edición de Madrid Seguro, el Foro Permanente de la Mediación de Seguros, que se celebrará el próximo 14 de octubre en el Real Casino de Madrid (C/ Alcalá, 15).

Esta distinción, otorgada por la Casa Real, representa un respaldo institucional de gran relevancia para el sector asegurador y, en particular, para la mediación profesional. La continuidad de este apoyo en la edición de 2025 refuerza el compromiso de la Corona con el desarrollo y la profesionalización del sector.

La edición de 2025 de Madrid Seguro se perfila como un punto de encuentro clave para los profesionales del seguro, consolidando su papel como espacio de reflexión, formación y diálogo sobre los desafíos actuales y futuros de la mediación.

AGRADECIMIENTO

Desde el Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid, expresamos nuestro más sincero agradecimiento a Su Majestad el Rey por su continuo respaldo y por dignificar con su Presidencia de Honor este evento que impulsa la excelencia y la innovación en la mediación aseguradora.

El Rey Don Felipe VI (Estela de Castro).

EL COLEGIO PARTICIPARÁ POR PRIMERA VEZ EN EL DÍA DE LAS PROFESIONES, UNA CITA CLAVE PARA VISIBILIZAR LA MEDIACIÓN

Vista aérea de la Plaza de Colón de Madrid. Foto: Wikipedia.

El Colegio se suma, por primera vez, al Día de las Profesiones, un evento organizado por la Unión Interprofesional de la Comunidad de Madrid (UICM), que celebrará su 9ª edición el próximo 25 de septiembre en la Plaza de Colón. Esta jornada se ha consolidado como un espacio de encuentro entre colegios profesionales, estudiantes universitarios y ciudadanía en general, y supone una oportunidad única para dar visibilidad a la profesión del mediador de seguros.

El Colegio de Madrid contará con una carpa propia, en la que ofrecerá información sobre las salidas profesionales en el ámbito de la mediación, la formación necesaria y el valor que aporta este colectivo a la sociedad. A través de materiales divulgativos, orientación personalizada y actividades programadas, se buscará acercar la figura del mediador a los jóvenes que se preparan para su futuro profesional y a quienes aún no conocen esta opción laboral con alta empleabilidad.

> La UICM es una entidad sin ánimo de lucro que fomenta la colaboración y el conocimiento

La participación en este evento refuerza el compromiso del Colegio con la divulgación de la profesión y su posicionamiento como referente en el sector asegurador.

Además, se participará en una de las mesas redondas que forman parte del programa oficial, en las que se abordarán temas de actualidad y sinergias entre diferentes profesiones.

El Colegio también elaborará materiales gráficos y vídeos para su difusión en redes sociales, en línea con la estrategia de comunicación de la UICM bajo el hashtag oficial #DíaProfesionesUICM2025.

Con su presencia en este evento, el Colegio de Madrid no solo promueve la mediación como salida profesional de futuro, sino que también contribuye activamente al fortalecimiento del tejido profesional en la Comunidad de Madrid.

ABIERTA LA INSCRIPCIÓN PARA EL CURSO DE SEGUROS NIVEL 1 DEL COLEGIO, QUE COMENZARÁ EN OCTUBRE

El Colegio ha abierto el plazo de inscripción para una nueva edición del Curso de Seguros Nivel 1, que comenzará a primeros de octubre. Esta formación, homologada por la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP), habilita para ejercer como corredor de seguros y reaseguros, agente vinculado o para ocupar cargos de responsabilidad en entidades aseguradoras y reaseguradoras.

El curso, impartido en modalidad semipresencial, está considerado el mejor valorado de toda España, tanto por la calidad de sus ponentes, profesionales en activo de reconocido prestigio, como por la rigurosidad y actualidad de sus contenidos.

La combinación de formación online con sesiones presenciales permite al alumno avanzar de forma flexible sin renunciar a la interacción directa con expertos del sector.

PREPARACIÓN COMPLETA

El programa formativo, que cumple con los requisitos del Real Decreto 287/2021, consta de 300 horas lectivas estructuradas en bloques temáticos que cubren el marco legal del seguro, la gestión de riesgos, las técnicas de asesoramiento, la comercialización de productos aseguradores y los fundamentos económicos y financieros del sector. Además, el alumnado dispone de tutorías personalizadas y acceso a una plataforma digital con recursos actualizados.

El curso garantiza una preparación técnica, jurídica y comercial completa. Al superar la evaluación final, se obtiene la certificación oficial requerida para ejercer como mediador de seguros de Nivel 1.

Las plazas son limitadas y la inscripción ya puede realizarse a través de la web del Colegio, llamando al teléfono 91 540 18 00 o enviando un correo electrónico a info@mediadoresseguros.madrid

Ángel Corada, director del Centro de Estudios del Colegio (a la izquierda) Marta Checa, profesora del curso (centro) y algunos alumnos.

FINALIZA CON ÉXITO EL CURSO SUPERIOR DE RC Y SEGUROS 2025

Dirigido a mediadores, profesionales del sector y técnicos de compañías aseguradoras, el curso ha ofrecido una visión integral y actualizada sobre los fundamentos legales, técnicos y comerciales del ramo de responsabilidad civil, combinando sesiones teóricas con un enfoque práctico y orientado al día a día de la mediación

EXPERTOS DEL SECTOR

A lo largo del programa, los asistentes han contado con un equipo docente formado por expertos del sector y han abordado temas como la estructura legal de la RC, las coberturas más demandadas en los distintos ámbitos profesionales y empresariales, la gestión de siniestros, jurisprudencia actualizada, y el papel del mediador como asesor especializado.

EL COLEGIO ACOGIÓ LA PRIMERA SESIÓN DEL PROGRAMA DE APOYO A JÓVENES MEDIADORES IMPULSADO POR EL CONSEJO

El Colegio ha sido escenario de un relevante encuentro profesional del sector asegurador, que contó con la asistencia destacada de reconocidos representantes institucionales y profesionales. Se trata de la primera sesión del programa de Apoyo a Jóvenes Mediadores, impulsado por el Consejo General y Zurich.

La iniciativa tiene como objetivo proporcionar a los jóvenes mediadores menores de 39 años herramientas y conocimientos que les permitan afrontar con éxito los retos del sector asegurador.

Carlos de Pablos, Mariona Barberá, Maria Luz Tejada, María Salcedo y Gonzalo Pérez.

INCORPORACIÓN DE LOS JÓVENES

Entre los asistentes, destacó la presencia de María Salcedo, vocal de Jóvenes Talentos del Colegio, quien puso de relieve la importancia de la incorporación de los jóvenes en la profesión y la necesidad de seguir impulsando su formación y desarrollo profesional.

El evento contó también con la presencia de María Luz Tejeda, directora del Consejo General de Mediadores de Seguros, Mariona Barberá responsable de Marketing Estratégico, Comunicación y Experiencia de Cliente de Zurich España, Jordi Parrilla, director del Centro de Estudios CECAS.

Asimismo, acudieron Carlos de Pablos y Gonzalo Pérez, presidente y vicepresidente respectivamente del Colegio de Mediadores de Seguros de Segovia.

Destacó la intervención de Sergi Ramo, CEO de Growz Consultants y reconocido ponente especializado en venta híbrida y digital. Durante la jornada, los asistentes intercambiaron experiencias, compartieron conocimientos y debatieron sobre los retos del sector, especialmente en lo referido a la formación continua, la digitalización y la adaptación a las nuevas demandas del mercado.

Participantes en el encuentro, en una de las salas de la sede del Colegio.

> Para mediadores menores de 39 años

El Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid aplaude esta iniciativa, que representa una oportunidad única para fortalecer la carrera profesional de los jóvenes mediadores en un entorno en constante evolución.

EL COLEGIO LANZA EL CARNET COLEGIAL DIGITAL EN COLABORACIÓN CON INNOCARD

Transmisión de información con un carnet digital. Foto Freepik.

El Colegio ha firmado un acuerdo con la empresa tecnológica INNOCard para poner a disposición de todos sus colegiados un carnet digital personalizado y completamente gratuito.

La implantación del nuevo carnet comenzó a finales de mayo, cuando los colegiados recibieron por correo electrónico su tarjeta digital junto con las instrucciones para personalizarla. Esta herramienta permite incorporar información profesional relevante, como los datos de contacto, fotografía, firma electrónica o enlaces a perfiles corporativos.

Una vez completado el proceso, se genera un código QR que puede descargarse en la wallet del teléfono móvil y utilizarse como tarjeta de visita digital.

IDENTIDAD ACTUAL

Más allá de sustituir a la tradicional tarjeta de visita impresa, esta solución digital mejora notablemente la eficiencia comercial al permitir compartir el contacto de forma instantánea y sin fricciones.

También refuerza la imagen profesional del mediador, al proyectar una identidad moderna e innovadora. Además, contribuye a la sostenibilidad al eliminar el uso de papel y puede integrarse con herramientas digitales como CRM para optimizar el seguimiento de clientes y oportunidades.

El carnet colegial digital se enmarca en el compromiso del Colegio con la transformación digital de la mediación, y supone un paso más en la dotación de recursos útiles y actuales para los profesionales del seguro.

¡GRACIAS POR TODO LOLA!

Lola Cárdenas, vocal de Afiliación del Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid, impartió recientemente su última clase como especialista en seguros de Vida en nuestras aulas. La presidenta del Colegio, Elena Jiménez de Andrade Astorqui, le entregó un ramo de flores como muestra del agradecimiento en nombre de toda la institución por su dedicación, entrega y compromiso durante todos estos años, tanto en el ámbito docente como en el institucional. Lola deja una huella imborrable en cada uno de los alumnos y compañeros que han tenido el privilegio de aprender a su lado durante todo este tiempo, no solo por sus conocimientos, sino también por su cercanía, generosidad y vocación de servicio. Gracias por todo lo que has dado al Colegio, a la formación y a la mediación.

¡Esta siempre será tu casa!

EL COLEGIO Y DKV SELLAN 10 AÑOS DE COLABORACIÓN CON LA EXTENSIÓN DE LA FIRMA DE SU CONVENIO

El Colegio y DKV Seguros han firmado la extensión de su Plan Integral de Cooperación, un acuerdo que busca mejorar la calidad del asesoramiento en Seguros de Salud y la promoción de ambas entidades.

En la firma participaron Elena Jiménez de Andrade, presidenta del Colegio de Mediadores de Madrid, y José Miguel Villada, director territorial de DKV.

Entre las condiciones de este acuerdo se encuentran promocionar desde el Colegio a la aseguradora entre los distintos canales de la Mediación Profesional, celebrar en las instalaciones del Colegio una jornada con empleados de la compañía de seguros y de mediadores que colaboren con la misma sobre los nuevos productos y campañas comerciales de DKV.

Elena Jiménez de Andrade y José Miguel Villada, director territorial de DKV.

DOCE AÑOS DE COLABORACIÓN ESTRATÉGICA CON AIG

El Colegio y AIG han renovado su convenio de colaboración, consolidando una alianza que cumple ya doce años. Este acuerdo reafirma el compromiso de ambas entidades con el fortalecimiento del canal de mediación y la promoción de la profesionalización en el sector asegurador.

La firma del convenio tuvo lugar en la sede de AIG, con la presencia de Elena Jiménez de Andrade, presidenta del Colegio, y Benedetta Cossarini, directora general de AIG Iberia. Durante el acto, se destacó la importancia de esta colaboración continua para el desarrollo de iniciativas conjuntas que beneficien a los mediadores colegiados y al sector en su conjunto.

"Celebrar doce años de colaboración con AIG es motivo de orgullo para nuestra institución. Esta alianza ha permitido implementar programas de formación y desarrollo que han fortalecido la labor de nuestros mediadores", afirmó Elena Jiménez de Andrade.

A lo largo de estos doce años, la colaboración entre AIG y el Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid ha dado lugar a múltiples iniciativas, incluyendo programas de formación especializados, seminarios y eventos que han contribuido al crecimiento profesional de los mediadores y al fortalecimiento del sector asegurador en la Comunidad de Madrid

Benedetta Cossarini, directora general de AIG Iberia y Elena Jiménez de Andrade.

RENOVACIÓN DE LA ALIANZA ESTRATÉTICA CON ASEFA PARA IMPULSAR LA MEDIACIÓN EN EL SEGURO DE CONSTRUCCIÓN

El Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid y Asefa han renovado su convenio de colaboración por tercer año consecutivo, consolidando una alianza estratégica destinada a fortalecer la mediación profesional en el ámbito del seguro de construcción en la Comunidad de Madrid.

La firma del acuerdo tuvo lugar en la sede de Asefa, con la presencia de Elena Jiménez de Andrade, presidenta del Colegio de Madrid, e Isabel de Jorge, directora general de Asefa, quien asumió el cargo de la compañía recientemente.

El Colegio continúa consolidando el papel de los mediadores como actores clave del sector asegurador en la región.

Isabel de Jorge, directora general de Asefa y Elena Jiménez de Andrade.

EL COLEGIO Y STOÏK UNEN SUS FUERZAS PARA POTENCIAR LA CIBERSEGURIDAD Y LA PROTECCIÓN FRENTE A RIESGOS DIGITALES

El Colegio ha cerrado un acuerdo de colaboración con Stoïk, primera insurtech europea especializada en seguros de riesgo cibernético para empresas con ingresos de hasta 1.000 millones de euros.

CULTURA DE PREVENCIÓN

Su objetivo es impulsar la cultura de prevención frente a los riesgos cibernéticos dentro del sector asegurador y ofrecer soluciones adaptadas para las empresas de sus colegiados.

El acuerdo surge en un momento en que los riesgos digitales crecen día a día de manera exponencial, comprometiendo la continuidad y seguridad de las operaciones empresariales.

Elena Jiménez de Andrade y Juan Ramallo, Director de desarrollo de negocio de Stoïk España.

PARA FINANCIAL TIMES, SEGURCAIXA ADESLAS ENTRE LAS MEJORES EMPLEADORAS

Sede de SegurCaixa Adeslas.

SegurCaixa Adeslas, ha sido reconocida en el ranking de los Mejores Empleadores de Europa, elaborado por el diario Financial Times en colaboración con la firma de análisis de datos Statista. La compañía se sitúa como la novena mejor empresa española del ranking y, en términos globales, alcanza el puesto número 253 en la clasificación general europea, que evalúa a 1.000 organizaciones de 26 sectores y 17 países.

Este reconocimiento pone en valor el compromiso de SegurCaixa Adeslas con sus profesionales, así como su cultura corporativa y su apuesta por un entorno laboral de calidad, en el que la estabilidad del equipo humano es una prioridad, así como el desarrollo y bienestar. La clasificación se basa en una encuesta realizada a más de 100.000 empleados en Europa, quienes valoraron tanto su experiencia laboral directa como la reputación de otras compañías de su sector.

La encuesta pregunta sobre aspectos como el salario justo, la flexibilidad, la formación, las oportunidades de crecimiento y el liderazgo de los equipos directivos como factores clave en la construcción de un entorno laboral saludable y motivador.

MOODY'S MEJORA LOS RATINGS DE AIG Y DESTACA SU FORTALEZA FINANCIERA

Moody's ha anunciado la mejora de los ratings de AIG y sus principales filiales aseguradoras, destacando la evolución positiva de la compañía en términos de rentabilidad, estructura organizativa y control financiero. La agencia eleva la calificación de la deuda sénior no garantizada del grupo a 'Baa1' desde 'Baa2', y mejora la nota de fortaleza financiera de sus aseguradoras de Daños en Estados Unidos, Reino Unido y Europa a 'A1' desde 'A2'. La perspectiva de todos los ratings pasa de positiva a estable.

Según el informe de Moody's, esta revisión al alza responde a una combinación de factores, entre ellos el incremento sostenido de la rentabilidad operativa, la simplificación del grupo tras la escisión de su negocio de Vida y Jubilación en 2024 y una significativa reducción del apalancamiento financiero. La agencia subraya también la solidez de la disciplina de suscripción de AIG, su cartera diversificada y un mayor control de gastos.

Además, Moody's pone en valor el posicionamiento global de la compañía, con una destacada presencia en más de 200 jurisdicciones y una especialización reconocida en líneas comerciales complejas. La perspectiva estable asignada por la agencia anticipa que AIG mantendrá una rentabilidad robusta y una posición competitiva sólida en el mercado internacional de seguros de Daños.

> La revisión al alza corresponde a una combinación de factores

ISABEL DE JORGE, NUEVA DIRECTORA GENERAL DE ASEFA

Isabel de Jorge asumió el pasado abril la Dirección General de Asefa, tras ser nombrada por el Consejo de Administración de la compañía. Su designación es un paso más en la estrategia de continuidad y consolidación del modelo de negocio de Asefa, especializada en seguros de construcción.
De Jorge cuenta con una trayectoria profesional de más de veinte años en el sector asegurador y con una amplia experiencia en la propia entidad, donde ha desempeñado diversos cargos de responsabilidad, entre ellos el de subdirectora general.
Su profundo conocimiento del negocio, la red de mediadores y los desafíos específicos del seguro de construcción han sido determinantes en su nombramiento.
Con este relevo, Asefa refuerza su compromiso con una gestión cercana al mercado y con los valores que han guiado a la compañía en las últimas décadas: la especialización técnica, la solvencia y la estrecha colaboración con la mediación profesional.

ATENCIÓN AL MEDIADOR

Desde su nuevo cargo, de Jorge tiene el objetivo de seguir impulsando la presencia de Asefa en los seguros técnicos y de continuar avanzando en digitalización y eficiencia operativa, manteniendo siempre como eje central la atención y el servicio al mediador.

Isabel de Jorge.

GRUPO ASISA LOGRA UNA FACTURACIÓN DE 1.870,6 MILLONES DE EUROS EN 2024

Grupo Asisa ha cerrado el ejercicio 2024 con una facturación consolidada de 1.870,6 millones de euros, lo que representa un incremento del 6,2 % respecto al año anterior. Así se ha dado a conocer durante la 49ª Asamblea General de Lavinia S. Coop., accionista única de Asisa, celebrada recientemente. En un año marcado por la incertidumbre y la complejidad del entorno económico, la compañía ha mantenido su tendencia de crecimiento y ampliado su capacidad para atender a personas y empresas, según destacó su presidente, Francisco Ivorra.
En concreto, Asisa y Asisa Vida facturaron conjuntamente 1.542,19 millones de euros en primas, un 4,3 % más que en 2023. Durante el primer trimestre de 2025, ambas aseguradoras mantuvieron esta evolución positiva, alcanzando los 451,27 millones de euros en primas, un 17,8 % más que en el mismo periodo del ejercicio anterior.

> La compañía ha mantenido su tendencia de crecimiento

El grupo ha continuado también con el desarrollo de su red asistencial propia, encabezada por el Grupo Hospitalario HLA. Las empresas asistenciales del grupo alcanzaron una facturación de 676,4 millones de euros en 2024, lo que supone un crecimiento del 10,4 % interanual. Además, se destinaron 65 millones de euros a inversiones, centradas mayoritariamente en la modernización y expansión de dicha red, que actualmente cuenta con 18 hospitales y 39 centros médicos multiespecialidad.

ASSEK EUROPE REPRESENTARÁ EL 50% DEL NEGOCIO DE ASSEKURANSA EN 5 AÑOS

Contenedores transportados en un barco. Foto: Freepik.

Durante su participación en el Madrid Investment Forum – Buenos Aires, Juan Ángel González Insaurralde, fundador y director general de Assekuransa, anunció que Assek Europe, filial europea de la aseguradora argentina, está llamada a convertirse en el eje estratégico del grupo a nivel internacional, con el objetivo de representar el 50% del negocio global en un plazo de cinco años.

El evento, organizado por Invest in Madrid con el apoyo de la Embajada de España en Argentina, la Cámara Española de Comercio en la República Argentina y Globant, sirvió de escenario para presentar Assek Europe como ejemplo de implantación exitosa de compañías especializadas en el contexto europeo.

AVANZA PREVISIÓN LANZA 'AHORRO PLUS A 1 AÑO' CON RENTABILIDAD DEL 3%

Un hombre consulta documentación financiera Foto: Freepik.

Avanza Previsión, compañía aseguradora del Grupo Mutualidad de la Abogacía, ha puesto en el mercado su nuevo seguro de vida-ahorro: Ahorro Plus a 1 año, un producto que destaca por ofrecer una rentabilidad neta garantizada del 3% anual. Se trata de una solución especialmente pensada para quienes desean obtener un rendimiento atractivo a corto plazo sin asumir riesgos.

El seguro está disponible para personas físicas y jurídicas y se contrata mediante prima única. A lo largo del año de duración del producto, el cliente cuenta con la tranquilidad de saber que su rentabilidad está asegurada desde el primer momento, sin comisiones adicionales ni gastos de gestión.

En caso de fallecimiento del asegurado, los beneficiarios recibirán el capital acumulado junto con una indemnización adicional, lo que refuerza el valor de este producto como herramienta de planificación financiera.

Seguro de Salud
Asegura
tu salud
física y emocional
con AXA
Cuidar de tu salud requiere calidad y confianza, y en AXA lo tenemos claro. Por eso, te ofrecemos un seguro de salud diseñado para adaptarse a tus necesidades, y con el apoyo de los mejores profesionales y mediadores.
Infórmate aquí | axa.es
Cobertura otorgada por AXA Seguros Generales.
paralímpicos

AXA OFRECE LA REVISIÓN GRATUITA DE LOS VEHÍCULOS DE SUS ASEGURADOS

AXA ha puesto en marcha su campaña "Cuida tu Coche", ofreciendo a todos sus clientes particulares una revisión gratuita de seguridad y sostenibilidad de su vehículo de cara a los desplazamientos estivales.

MÁS DE 400 TALLERES

La iniciativa, que estará activa hasta el próximo 31 de julio, incluye la revisión de 40 puntos clave del automóvil como neumáticos, iluminación, frenos, batería o niveles.

Las inspecciones se realizarán en más de 400 talleres de la Península, Baleares y Canarias. Los asegurados recibirán la documentación necesaria por correo electrónico o a través de su mediador.

Un mecánico revisa un coche. Foto Freepik.

HELVETIA APRUEBA LA FUSIÓN DE CASER, HELVETIA SEGUROS Y HELVETIA HOLDING SUIZO

El Consejo de Administración de Helvetia ha aprobado la fusión de Caser, Helvetia Seguros y Helvetia Holding Suizo, con el objetivo de consolidar y simplificar su estructura organizativa en España. Esta decisión estratégica busca optimizar recursos y mejorar la eficiencia operativa del grupo asegurador.

FORTALECIMIENTO EN EL SECTOR

La fusión, que ha sido ratificada hace pocos días por las juntas generales de las respectivas entidades, representa un paso significativo en la integración de las operaciones de Helvetia en el mercado español. Con esta iniciativa, la compañía pretende fortalecer su posición en el sector asegurador y ofrecer un servicio más cohesionado a sus clientes.

> Helvetia reafirma de este modo su compromiso con el mercado español

La integración de estas entidades permitirá a Helvetia aprovechar sinergias y mejorar la coordinación entre sus distintas áreas de negocio. Además, se espera que esta reestructuración contribuya a una mayor agilidad en la toma de decisiones y a una respuesta más eficaz a las necesidades del mercado.

Con esta fusión, Helvetia reafirma su compromiso con el mercado español y su intención de seguir creciendo y adaptándose a las demandas de sus clientes y del entorno asegurador.

NOVEDADES Y MEJORAS EN LAS APLICACIONES DE CODEOSCOPIC

Codeoscopic continúa mejorando sus herramientas digitales con nuevas funcionalidades que refuerzan la eficiencia y usabilidad para los mediadores.

En la actualización correspondiente a mayo de 2025, la compañía ha incorporado mejoras en sus principales soluciones: Avant2 Sales Manager, Tesis Broker Manager y Visual SEG.

Estas novedades afectan a distintos ámbitos clave como la gestión comercial, la operativa de siniestros, la contabilidad o la configuración de productos, con el objetivo de agilizar procesos, facilitar el trabajo diario y ofrecer una experiencia más fluida e intuitiva para los profesionales del sector asegurador.

Aplicaciones online. Foto: Freepik.

RECOMENDACIONES PARA EVITAR QUE UN IMPACTO EN EL PARABRISAS SE EXTIENDA

Impacto parabrisas. Foto: Freepik.

La web de Cristalbox, compañía especializada en la reparación y sustitución de lunas de vehículos, ha publicado recientemente una guía con consejos prácticos para evitar que un impacto en el parabrisas se extienda, lo que podría derivar en una grieta de mayor tamaño y en la necesidad de una sustitución completa del cristal.

SOBRE TODO, PREVENCIÓN

Desde Cristalbox insisten en que la prevención es clave y que, ante cualquier impacto, por pequeño que parezca, es fundamental actuar con rapidez.

Entre sus recomendaciones principales destacan evitar someter el parabrisas a cambios bruscos de temperatura, no lavar el vehículo con agua caliente, circular con precaución por zonas bacheadas y, por supuesto, acudir cuanto antes a un centro especializado para valorar la viabilidad de una reparación.

SUBESTIMAR DAÑOS

El impacto puede parecer inofensivo en un primer momento, pero con el tiempo y los cambios de temperatura o presión, es muy probable que se acabe convirtiendo en una grieta mayor. Por ello, el artículo anima a los conductores a no subestimar los pequeños daños y a tomar medidas preventivas inmediatas.

DIVINA RECIBE UN RECONOCIMIENTO POR SU LABOR DURANTE LA DANA

La ONG SOS Ayuda sin Fronteras ha otorgado uno de sus Premios Solidarios a Divina Seguros, en reconocimiento a su destacada actuación durante la DANA que azotó la península el año pasado. Este galardón pone en valor la implicación activa de la compañía en acciones solidarias, probablemente relacionadas con asistencia a afectados, movilización de recursos o apoyo logístico durante la emergencia.

Esta distinción refuerza su imagen como una entidad comprometida con las comunidades en circunstancias adversas. Además de cumplir con su labor aseguradora, la compañía demuestra su responsabilidad social asumiendo un rol proactivo en la gestión de crisis, lo que genera confianza tanto en clientes como en mediadores.

Voluntarios limpiando una calle tras el paso de la DANA.

DKV AMPLÍA SU OFERTA DE SEGUROS DE BAJA LABORAL PARA AUTÓNOMOS

DKV ha lanzado una nueva modalidad de seguro de baja laboral dirigida a trabajadores autónomos, centrada exclusivamente en la hospitalización. Esta cobertura ofrece una indemnización diaria que se activa a partir de las primeras 24 horas de ingreso hospitalario, extendiéndose hasta un máximo de 365 días.

OPCIONES DE CONTRATACIÓN

La nueva póliza presenta dos opciones de contratación: una indemnización diaria de 40 euros por una prima anual de 44 euros, y otra de 60 euros diarios por una prima de 66 euros. Esta modalidad, que anteriormente formaba parte del producto DKV Renta, se comercializa ahora de forma independiente, facilitando su contratación y adaptándose a las necesidades específicas del colectivo autónomo.

Con esta incorporación, DKV ofrece tres modalidades específicas de seguro de baja laboral para autónomos:

La primera es DKV Renta, que proporciona una indemnización diaria durante la baja, y que se cobra al recibir el alta médica.

Por su parte, DKV Renta Baremado ofrece una indemnización fija desde el primer día, determinada por un baremo según la patología.

Por último, Nueva modalidad por hospitalización. Se trata de una cobertura específica para ingresos hospitalarios, independiente y más económica.

Estas opciones pueden complementarse con coberturas adicionales como indemnización por intervención quirúrgica, asistencia médica por accidente, capital por invalidez permanente o acceso a servicios médicos 24 horas, segunda opinión médica y descuentos en salud y bienestar.

SOLUCIONES SENCILLAS

Según el V Estudio Nacional del Autónomo (ENA), el 70% de los autónomos se siente desprotegido ante situaciones de baja médica. En este contexto, la nueva modalidad de DKV ofrece una solución sencilla y adaptada a las necesidades reales del profesional por cuenta propia.

FIATC APUESTA POR EL FORTALECIMIENTO DE SU RED COMERCIAL

FIATC Seguros ha presentado recientemente las claves de su estrategia para mejorar su propuesta de valor, centrada en tres pilares fundamentales: innovación, calidad en la atención y una red comercial potente. La compañía avanza en el desarrollo de soluciones tecnológicas que optimizan la relación con el cliente y aceleran los procesos internos, consolidando una experiencia más ágil y personalizada.

La excelencia figura como elemento central de la estrategia, con la implantación de nuevas herramientas que permiten una gestión más eficiente y cercana por parte de mediadores y agentes. Esta mejora de procesos se complementa con el diseño de sistemas de soporte que facilitan la labor diaria de la red, reforzando la capacidad de atención al asegurado.

> La excelencia figura como elemento central de la estrategia

Asimismo, FIATC ha intensificado su apoyo a la red comercial, promoviendo la digitalización de sus actividades y la colaboración entre la aseguradora y su canal mediado. Esta sinergia potencia la profesionalización y competitividad de los mediadores, alineándose con las mejores prácticas del sector y respondiendo a las demandas de un entorno cada vez más dinámico y exigente.

Con este enfoque integrado, FIATC Seguros refuerza su posición en el mercado, al tiempo que ofrece un ecosistema más robusto para mediadores y agentes, destinados a mejorar la atención al cliente y a impulsar el crecimiento sostenible de la empresa.

CHRISTOPHER BUNZL, NUEVO PRESIDENTE DE GRUPO MUTUA PROPIETARIOS

Christopher Bunzl.

El Consejo de Administración de Grupo Mutua Propietarios ha nombrado a Christopher Bunzl nuevo presidente de la entidad en reconocimiento a su destacada trayectoria y liderazgo al frente de la aseguradora decana en España.

Desde su posición como director general, cargo que ha ocupado hasta el momento, ha desempeñado junto a su equipo desde 2013 una importante transformación estratégica del Grupo, junto con la modernización de la compañía y la incorporación de nuevas áreas de negocio más allá del ámbito asegurador que han llevado al grupo a registrar unos resultados históricos en 2024.

Junto a Bunzl, el Consejo de Administración de Grupo Mutua Propietarios refuerza su estructura con el nombramiento como vicepresidente de Enrique Vendrell que ya ejercía como vocal.

El presidente emérito del CAFBL aporta una sólida experiencia en el sector inmobiliario y de administración de fincas, donde ha ocupado diversos cargos directivos y de gestión.

Asimismo, el órgano directivo del Grupo incorpora al economista Julián López Zaballos a su consejo. Con más de 40 años de experiencia en el sector asegurador, aporta un profundo conocimiento del sector. Ha sido el CEO del Grupo ZURICH en España, así como miembro de los Comités Ejecutivos de UNESPA e ICEA y presidente de la Patronal de Seguros Catalana, UCEAC-UNESPA.

IRIS GLOBAL, CUATRO AÑOS REFORZANDO SU COMPROMISO CON MEDIADORES

Imagen de Freepik.

Iris Global ha celebrado su cuarto aniversario consolidando su propuesta de valor como proveedor de soluciones integrales de asistencia y seguros. Desde su fundación, ha venido ofreciendo un portafolio completo de servicios para particulares, empresas, aseguradoras y mediadores, abarcando desde asistencia en viaje y defensa jurídica hasta gestión de decesos y servicios de hogar.

En este cuarto año, la compañía ha subrayado el papel fundamental que han desempeñado sus equipos, clientes y mediadores en su crecimiento, con un mensaje público que reconoce el esfuerzo compartido y renovado compromiso: «Hoy en Iris Global cumplimos 4 años. Cuatro años intensos, llenos de retos compartidos con nuestros clientes, mediadores y equipos… Miramos al futuro con determinación y con el compromiso firme de seguir protegiendo lo que más importa».

El aniversario también ha sido destacado en medios especializados del sector, que felicitan a la compañía por su trayectoria y capacidad para consolidarse como un referente en soluciones de asistencia.

Con esta conmemoración, Iris Global refrenda su estrategia centrada en la innovación y el servicio, manteniendo su apuesta por ofrecer cobertura y tranquilidad en momentos sensibles de la vida, tanto a través de mediadores como de sus propios canales.

EL RATIO DE SOLVENCIA DE MAPFRE EN EL 205,6% AL CIERRE DEL PRIMER TRIMESTRE

MAPFRE ha comunicado a la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP) su situación de solvencia a 31 de marzo de 2025, con un ratio del 205,6%, ligeramente por debajo del 207,4% registrado al cierre del ejercicio anterior.

La entidad valora esta posición como “muy confortable”, al mantenerse por encima del punto medio del rango objetivo establecido por su Consejo de Administración, que se sitúa entre el 175% y el 225%.

Desde la aseguradora se destaca que este nivel de solvencia refleja una gran solidez y estabilidad, sustentada en una alta diversificación de sus operaciones, así como en políticas estrictas de inversión y una cuidadosa gestión de activos y pasivos.

Sede social de MAPFRE.

A 31 de marzo, los fondos propios admisibles de la compañía ascendían a 10.051 millones de euros, de los cuales el 84% corresponde a fondos de alta calidad (Nivel 1), el nivel más sólido según la clasificación establecida en Solvencia II.

ANA RAMÍREZ, NUEVA HEAD OF HR SOUTHERN EU DE METLIFE

MetLife, ha anunciado la incorporación Ana Ramírez Muñiz como Head of HR Southern EU para España, Portugal, Italia y Chipre.

Ana llega a MetLife con una sólida trayectoria en el ámbito de los recursos humanos, aportando una amplia experiencia en la gestión del talento y el desarrollo organizacional, tanto desde la consultoría como desde compañías multinacionales en procesos de transformación. Con formación en Administración de Empresas por la Universidad de Navarra, cuenta con un Máster en Dirección de Recursos Humanos y Organización por ESIC Business School y un HiOP en Gestión del Talento Digital en la Era Digital por el Instituto de Empresa entre otras.

MGS AUMENTÓ UN 5,9% SU BENEFICIO Y UN 4,3% LAS PRIMAS EN 2024

MGS Seguros obtuvo en el mercado asegurador español unos resultados muy positivos al cierre de 2024. Según las cifras publicadas por la compañía, MGS ha alcanzado un beneficio neto de 21 millones de euros, lo que representa un incremento del 5,9% en comparación con el año anterior.

Además, la aseguradora ha experimentado un crecimiento destacado en el volumen de negocio, con unas primas devengadas totales de 414,9 millones de euros, lo que supone un aumento del 4,3% respecto al ejercicio anterior. Este crecimiento refleja tanto la buena acogida de sus productos en el mercado como la fortaleza de su red comercial y el papel clave que desempeñan los mediadores en su estrategia de negocio.

> La aseguradora sigue destacando por su prudencia financiera

La compañía también mantiene un crecimiento estable en su base de clientes, superando los 441.300 asegurados y alcanzando más de 744.200 pólizas en vigor. Datos que evidencian una buena capacidad de fidelización, En conjunto, estos resultados confirman la buena marcha de la aseguradora, que sigue destacando por su prudencia financiera y por un modelo de negocio sostenible basado en relaciones sólidas con clientes y mediadores. Así, MGS se afianza como un actor relevante dentro del sector asegurador español, con perspectivas positivas para mantener esta tendencia en próximos ejercicios.

OCCIDENT REFUERZA LA FORMACIÓN DE SU RED MEDIADORA

Occident ha lanzado dos nuevos programas de formación avanzada dirigidos a más de 170 mediadores de su red comercial con el objetivo de potenciar sus competencias en el ámbito de los seguros para pymes, comercios y oficinas. Estas acciones se enmarcan dentro del plan estratégico de la compañía para impulsar una mediación profesional, técnica y orientada al asesoramiento especializado.

Las iniciativas formativas, de carácter complementario, responden a dos áreas clave dentro del negocio empresarial: por un lado, el programa Gerencia de riesgos, orientado a la identificación, análisis y valoración técnica de activos y riesgos asegurables en el entorno empresarial; y por otro, la formación eNegocios, enfocada en mejorar la capacidad de suscripción de seguros en los ramos de Pyme, Comercio y Oficina mediante un enfoque práctico y orientado a la operativa diaria.

> Forman parte del plan de la compañía para impulsar la medición profesional

La formación en gerencia de riesgos está dirigida a mediadores del canal agencial con alto potencial en seguros de empresa. A lo largo de seis módulos, los participantes desarrollarán habilidades para evaluar económicamente una empresa y establecer el valor real de sus activos asegurables, mejorando así la calidad de la propuesta de aseguramiento.

Por su parte, el programa eNegocios está pensado para mediadores con experiencia y volumen relevante de negocio en el segmento empresarial. Se impartirá mediante sesiones online y contempla una visita técnica a una empresa, donde los participantes podrán realizar una inspección de riesgos in situ como ejercicio práctico.

ONLYGAL LANZA COMPRAVENTA ASEGURADA, QUE PROTEGE AL COMPRADOR DE VIVIENDA

Edificio en construcción. Imagen de Freepik.

onLygal, compañía especializada en soluciones legales y servicios de protección jurídica, ha lanzado al mercado el Seguro Compraventa Asegurada, un nuevo producto diseñado para proteger al comprador de inmuebles frente a posibles incumplimientos contractuales por parte del vendedor. Esta solución legal asegura el contrato de compraventa y cubre los gastos derivados de la defensa jurídica ante conflictos relacionados con el proceso de adquisición.

HASTA SEIS MESES

El seguro está dirigido a quienes compran viviendas, locales, parkings o trasteros, y cubre situaciones como retrasos o falta de entrega de la propiedad, defectos ocultos no declarados en viviendas de segunda mano, así como defectos de acabado en inmuebles de obra nueva. La cobertura se activa desde la firma del contrato de arras o compraventa y se extiende hasta seis meses después del otorgamiento de la escritura notarial.

PELAYO CIERRA 2024 CON 18,5 MILLONES DE BENEFICIO NETO EN EL GRUPO

La Asamblea General de Mutualistas de Pelayo, celebrada en el Museo Reina Sofía, ha aprobado las cuentas anuales y la gestión correspondiente al ejercicio 2024. Además, se ha procedido a la reelección, por un nuevo periodo estatutario de tres años, de la vocal consejera 3ª Dª. Paloma Beamonte Puga, la vocal consejera 4ª Dª. Ángeles Delgado López y el vocal consejero 7º D. Francisco Gómez Alvado. Asimismo, se ha confirmado la continuidad de Francisco Hernando Díaz-Ambrona como Secretario no Consejero.

En términos financieros, el Grupo asegurador ha registrado un beneficio neto de 18,5 millones de euros, de los cuales 4,1 millones corresponden a Pelayo. Estos resultados reflejan la efectividad de las estrategias implementadas a lo largo del ejercicio, que han permitido optimizar los márgenes y mejorar la rentabilidad. Como parte de su compromiso social, la Asamblea ha aprobado la asignación de 350.000 euros a la Fundación Pelayo.

408,9 MILLONES DE EUROS

Los Fondos Propios de la Mutua han alcanzado los 354,1 millones de euros, lo que sitúa el superávit del margen de solvencia en 2,22 veces el mínimo exigido por la normativa vigente. Estos datos ponen de manifiesto la solidez financiera de la entidad y su capacidad para seguir respondiendo a las necesidades de los mutualistas con garantías y estabilidad.

En lo que respecta a la facturación, Pelayo ha cerrado el ejercicio con un volumen de negocio de 408,9 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 9% respecto al año anterior. La cartera de pólizas supera ya los 1,2 millones, consolidando su posicionamiento en el sector asegurador.

Previamente a la Asamblea, se llevó a cabo una jornada estratégica dirigida a directores y responsables del Grupo, que contó con la participación remota de los empleados a través de streaming. Durante el evento, se abordaron los principales retos y objetivos del nuevo Plan Estratégico 2025-2027, enmarcados dentro de un enfoque innovador en la gestión del negocio. las exposiciones y debates.

PREVENTIVA LANZA UN AMBICIOSO PLAN ESTRATÉGICO 2025-2027

Preventiva Seguros, referente destacado en el ramo de Decesos, ha presentado las líneas maestras de su nuevo Plan Estratégico para el periodo 2025-2027. En este documento, la compañía mantiene su firme apuesta por reforzar su posición en el mercado de decesos, pero también amplía su horizonte hacia nuevas áreas de negocio, incluyendo servicios complementarios y mejoras en la experiencia del cliente inese.es.

El plan contempla una clara orientación al cliente, con la implementación de procesos más digitales y ágiles y una oferta de servicios adaptada a las nuevas expectativas del usuario. Asimismo, Preventiva prevé una modernización de su red de prestadores y proveedores, integrando tecnologías que permitan una gestión más eficiente y personalizada de los servicios ofrecidos.

ENFOQUE INTEGRAL

En paralelo, la aseguradora busca diversificar áreas de crecimiento, incorporando soluciones de asistencia adicional y productos relacionados con el final de la vida, que complementen su tradicional cartera en Decesos. Este enfoque integral apunta a reforzar el valor añadido que Preventiva aporta tanto al cliente directo como a los mediadores, socios esenciales en su estrategia de proximidad y asesoramiento.

> La Junta ha aprobado también otros cambios en el Consejo de Administración

PREVISORA GENERAL REFUERZA SU SOLIDEZ FINANCIERA EN SU ASAMBLEA

Butacas en un auditorio. Imagen de Freepik.

Previsora General ha celebrado recientemente su Asamblea de Mutualistas, en la que se aprobaron las cuentas y la gestión del ejercicio 2024, confirmando un año de consolidación para la entidad. La mutua ha destacado por su fortaleza financiera, con unos fondos propios que alcanzan los 15 millones de euros, lo que refuerza su capacidad de respuesta y solvencia en el actual contexto del sector asegurador. Durante el encuentro se puso de relieve el crecimiento sostenido en el número de mutualistas, así como una mejora en la eficiencia de la gestión, el control del gasto y el refuerzo de la calidad asistencial. Todo ello se ha traducido en unos resultados positivos que permiten afrontar el futuro con garantías. La entidad reafirmó también su apuesta por el modelo mutualista y la economía social, así como por la innovación continua en productos de previsión personal y colectiva. La cercanía con los mutualistas y la vocación de servicio siguen siendo señas de identidad que marcan la diferencia frente a otros modelos aseguradores. Previsora General encara así el futuro con un proyecto consolidado y alineado con los valores del mutualismo.

REALE IMPULSA LA FORMACIÓN ONLINE DE MEDIADORES CON SU NUEVO CURSO

Reale Seguros ha presentado “Reale Mi Coche”, un curso online de cuatro horas de duración incluido en su plataforma de formación continua a través del Instituto e-Learning del Seguro (IES). Esta iniciativa, dirigida a los profesionales de más de 1.650 corredurías, ofrece una formación integral sobre los seguros de automóvil, cubriendo desde las características del producto hasta la cotización, emisión y gestión de siniestros.

PROTOCOLOS DE GESTIÓN

El curso, disponible en el “Canal de Autos y Motos by REALE” dentro del IES, pretende dotar a los mediadores de una visión técnica y operativa completa sobre el seguro “Reale Mi Coche”. En concreto, se ofrece formación sobre los distintos tipos de cobertura (terceros, terceros ampliado y todo riesgo), los pasos necesarios para calcular y emitir una póliza, así como los protocolos de gestión de siniestros. Al finalizar, los participantes superan un cuestionario de evaluación automática que acredita su aprendizaje.

Imagen de Freepik.

Esta acción fortalece la apuesta formativa de Reale, consolidando su compromiso con la profesionalización del canal mediación. El IES es reconocido como una plataforma innovadora y flexible, creada para mejorar la cualificación de los mediadores mediante contenidos actualizados y adaptados a las necesidades del mercado.

NUEVA UNIDAD DE ODONTOLOGÍA Y CIRUGÍA MAXILOFACIAL

Sanitas ha dado un paso más en su apuesta por la excelencia médica inaugurando una nueva unidad de Odontología y Cirugía Maxilofacial en el Hospital Universitario La Zarzuela, ubicado en Madrid. Este nuevo espacio combina ambas especialidades para ofrecer una atención integrada y multidisciplinar, lo que representa "un nuevo paradigma en salud bucodental al conectar dos disciplinas"

Exterior del Hospital de la Zarzuela de Madrid.

RESPUESTA INMEDIATA

La unidad está diseñada para resolver tanto problemas dentales complejos como patologías maxilofaciales, todo en un entorno hospitalario que garantiza un abordaje coordinado y con respuesta inmediata. Se espera así mejorar la experiencia del paciente, agilizar diagnósticos y tratamientos, y reforzar la seguridad clínica.

Esta incorporación se suma a la red sanitaria propia de Sanitas, que ya cuenta con cuatro hospitales (tres en Madrid y uno en Barcelona), más de 180 clínicas dentales y una sólida trayectoria en atención médica.

JOSÉ LUIS DÍAZ LÓPEZ ASUME LA PRESIDENCIA DE SANTALUCÍA

La Junta de Accionistas de Santalucía ha designado a José Luis Díaz López como nuevo presidente del Consejo de Administración, en sustitución de Carlos Álvarez Navarro, quien ha decidido renunciar voluntariamente al cargo tras más de tres décadas al frente de la compañía.

CONTINUIDAD DEL PROYECTO

Durante su presidencia, Carlos Álvarez lideró una profunda transformación de Santalucía, consolidándola como una de las principales entidades aseguradoras del país y posicionándola como referente en protección familiar, bienestar y salud financiera.

> La compañía mantiene su apuesta por reforzar su posición en el mercado de decesos

Con el nombramiento de José Luis Díaz, hasta ahora consejero delegado de la entidad, Santalucía busca asegurar la continuidad de su proyecto empresarial, orientado hacia las personas, la innovación y la sostenibilidad. Además, la Junta ha aprobado otros cambios en la composición del Consejo de Administración: María Natalia Álvarez Calvo asume el cargo de consejera delegada; Alberto Álvarez Fernández se incorpora como consejero dominical y secretario del Consejo; y Mónica Helena Espinosa Caldas se une como consejera externa independiente, en sustitución de Ana María García Fau, quien cesa por motivos de compatibilidad profesional.

WEBINAR CON SENASSUR SOBRE SEGUROS DE MOTO Y COCHES CLÁSICOS

El Colegio celebró con gran éxito un webinar en colaboración con Senassur, especialista en seguros de moto y coches clásicos. La sesión despertó un notable interés entre los colegiados, que participaron activamente y valoraron muy positivamente tanto la temática como el enfoque práctico del encuentro.

Durante el webinar, los representantes de Senassur ofrecieron una visión detallada sobre las particularidades del seguro de motos y vehículos clásicos, así como las oportunidades que representan para la mediación profesional. Los asistentes destacaron la utilidad de los contenidos abordados y la cercanía de los ponentes, que resolvieron dudas en directo y compartieron su experiencia en un sector con gran potencial de desarrollo, especialmente por su nicho específico.Esta acción formativa se enmarca en el compromiso del Colegio con la actualización constante de conocimientos de los mediadores y el impulso de nuevas oportunidades de negocio.

Un coche clásico. Imagen de Freepik.

RANSOMWARE: SOLO EL 22% DE EMPRESAS SE RECUPERA EN MENOS DE 12 HORAS

Un estudio de la insurtech Stoïk revela que, en 2024, sólo el 22 % de las empresas en España logró restablecer completamente su actividad en menos de 12 horas tras sufrir un ataque de ransomware.

Pese a que el 74% de los incidentes fueron gestionados con éxito en menos de una semana, la recuperación rápida sigue siendo una excepción.

Diego Montojo, cyber underwriter para Iberia en Stoïk, explica que una configuración adecuada de las copias de seguridad es clave: en todos los casos donde éstas estaban bien diseñadas, la restauración se logró en menos de 12 horas; en cambio, los procesos prolongados se debieron en gran medida a copias defectuosas o errores en la recuperación.

Su recomendación incluye realizar al menos dos pruebas de restauración completas al año, establecer planes de crisis y reforzar defensas con sistemas como EDR y autenticación multifactor.

Para las aseguradoras y mediadores, estos datos son una señal de alerta: es imprescindible ofrecer propuestas que combinen tecnología, prevención y capacidad de reacción. El seguro ciber, alineado con planes de contingencia robustos y buenas prácticas en respaldo de datos, puede convertirse en un producto de alto valor que respalde la continuidad del negocio frente a un riesgo cada vez más frecuente y devastador.

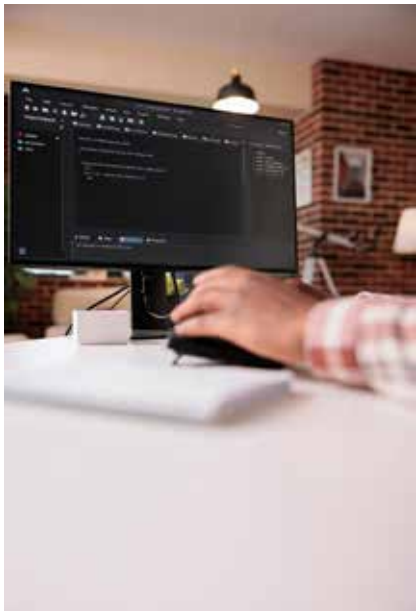

Imagen de Freepik.

ZURICH SEGUROS Y UNICEF ESPAÑA, ALIANZA POR LA SALUD MENTAL

Zurich Seguros, se ha sumado a la alianza de UNICEF España junto a administraciones públicas, sector privado, profesionales de la salud, divulgadores, entidades sociales, personajes públicos, medios de comunicación y los propios adolescentes y jóvenes a favor de la salud mental. La aseguradora trabaja para que este tipo de problemas se puedan prevenir, detectar precozmente y tratar de manera adecuada, porque cree firmemente que el bienestar emocional de los jóvenes es la base de un futuro próspero para todos.

El objetivo de este movimiento es transformar la realidad de la salud mental de los niños, niñas y adolescentes en nuestro país y, a nivel global, conseguir que toda la sociedad se involucre y actúe.

Presentación de la iniciativa a favor de la salud mental de los jóvenes.

A tal fin, se ha marcado el objetivo de reducir en un 10% para 2028 el porcentaje de jóvenes en riesgo de padecer algún problema de este tipo.

NOS COMEN LA TOSTADA

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

El sector asegurador ha sido el encargado históricamente del ahorro de las familias, cuando pensaban en jubilación, y aportaciones periódicas. Los motivos son muchos y variados: la facilidad de una póliza para gestionar pequeñas aportaciones periódicas, la garantía de una rentabilidad sin riesgo y la fuerza de venta de las compañías de mano de los agentes (y corredores) de seguros.

De los planes de ahorro y jubilación de hace 40 años, queda poco, aquellas pólizas de interés técnico garantizado, sin informar de los gastos, sumado a la situación del país y sus tipos de interés de dos dígitos, y las devaluaciones de la peseta continuas… no han servido de solución para que demos el paso a un sistema de pensiones menos dependiente de lo público.

El continuo intento de nuevos productos (SIALP, PIAS) no parecen la solución porque cuando son garantizados, los tipos de interés son escasos, y cuando invierten en fondos o cestas de fondos, los gastos se comen las rentabilidades. La historia de los planes de pensiones, y PPA, no es mucho mejor, ahora reducidos a la mínima expresión de ayuda fiscal, y la rentabilidad media histórica emparejada dramáticamente a la inflación.

Hace 20 años preguntabas a un grupo de cuarentones por sus ahorros y muchos tenían su plan de ahorro de una aseguradora. Hoy lo que tienes que preguntar para obtener alguna respuesta positiva es si invierte en un ETF del S&P500 o del MSCI WORLD.

Ningún joven confía en una aseguradora como lo hace en el neobanco que te abre la posibilidad de comprar tu fondo de inversión, o tu ETF, por 100€ desde el móvil, mientras miras Netflix. Y con un coste del 0,15%. Ya se cuentan por millones, los clientes de este tipo de plataformas que no tienen necesidad de enclaustrarse en un contrato de seguro para ahorrar. Y ahora con rentabilidad. Sobre todo son los más jóvenes los más atrevidos con estos sistemas, esto quiere decir que ya no van a volver a acercarse a una aseguradora salvo que les ofrezcan algo mucho mejor.

Estos nuevos servicios financieros sustituyen la necesidad de ahorro, de manera más sencilla, y más eficiente. La evolución no tendrá piedad con nuestro sistema arcaico. Toca una reflexión crítica, sobre hacia dónde queremos ir. Si queremos seguir vendiendo productos del siglo pasado con gastos sin sentido, o seguir al mercado, entender el cambio, y empezar a evolucionar a productos garantizados o no, baratos, sencillos, atractivos para seguir teniendo un hueco en el sistema del ahorro de las familias

> La historia de los planes de pensiones y PPA no es mucho mejor aseguradoras

Y ya sé… explica a una aseguradora que los neobancos son ahora su competencia. Explícale a un agente que solo se puede cobrar un punto de gastos y de ahí tienen que salir comisiones y hay que repartir, con gestoras de fondos, y aseguradora. Y que ahora se requiere otra formación más exigente, para ganar menos.

Y las aseguradoras siguen vendiendo y lo seguirán haciendo ¡cómo no! pero a las personas con menos formación, y por tanto con menor poder adquisitivo. Las migajas de un negocio de futuro. Y están también las que ya están entendiendo la necesidad de profesionalización del ahorro a largo plazo, de mano de la inversión, formando a agentes, y aprovechando la ola de traslado del ahorro en planes de pensiones y cuentas remuneradas a fondos de inversión. Nuestros jóvenes, esos que decimos que son los mejor preparados de la historia, lo son para todo. Financieramente hablando también. Debemos acompañarles.

onLygal presenta

TU HISTORIA CAMBIA
con Protección Legal

Descubre otras historias reales

A por todo, todo *y todo*

En Occident nos aseguramos de que estés bien asegurado para que vayas a por todo, todo *y todo*.

Occident