



PUNTO DE VISTA

Juan José Hernández
*Nuestra actividad es
imprescindible para que
fluya la economía*

EL ANÁLISIS DEL EXPERTO

Darío Spata
*Agencias de suscripción,
una gran alternativa*

AL DETALLE

*El seguro define sus
objetivos para 2024*

Forinvest 2024

La IA irrumpe en el sector asegurador





¿Qué significa la salud para ti?

Tu salud es única. Con más de 95 millones de clientes en todo el mundo, cada historia personal de salud nos ayuda a comprender lo que realmente importa: Tú.

Know You Can

7.000 puntos de venta | axa.es

Cobertura otorgada por AXA Seguros Generales.

paralimpicos



JORGE BENÍTEZ

Presidente del Consejo de Colegios Profesionales de Mediadores de Seguros de la Comunidad Valenciana

IA al servicio de la mediación

Un año más desde el Consejo de Colegios Profesionales de Mediadores de Seguros de la Comunidad Valenciana hemos puesto todo nuestro empeño y dedicación en que el Foro Internacional del Seguro, enmarcado en la gran cita del sector y de la región, Forinvest, se desarrollara con el éxito con el que sin duda lo ha hecho. Éxito porque de nuevo ha cumplido con creces sus expectativas: ser el núcleo de unión entre los profesionales del sector, para estrechar lazos y mantenernos al día del desarrollo de nuestra actividad.

Todo ello en una edición, la XVII, que ha contado con una peculiaridad: la inteligencia artificial, que tan presente está en nuestro día a día, ha focalizado una parte importante de la cita. Es cierto que el sector asegurador siempre ha gozado de una buena sinergia con las nuevas tecnologías y las herramientas más innovadoras, adaptándose al devenir de los tiempos y las necesidades de los clientes. Pero no deja de ser paradójico el cada vez más frecuente uso de la IA en un ramo tan fuertemente vinculado al trato humano.

Y más si de lo que hablamos es de la mediación. Nosotros, corredores y agentes, nos valida-

mos por esa cercanía con nuestros clientes, con ese trato directo y afectivo que “las máquinas” difícilmente pueden replicar (al menos hasta ahora). Entonces, ¿cómo complementar nuestro compromiso de proximidad con la eficiencia e inmediatez de la IA?

La propuesta no es fácil, pero, por lo que se pudo apreciar en Forinvest, estamos por el buen camino dado nuestra gran capacidad de adaptabilidad y proactividad. Y precisamente el buen hacer del sector está demostrando que es posible evolucionar y ganar competitividad en un entorno cada vez más repleto de retos sin que nuestra relación con los asegurados se vea mermada.

Algo que se pudo comprobar, tal y como se demostró (y se recordó en Forinvest) con la tragedia del incendio del Campanar, en la que todo el sector se volcó y volvió a demostrar, por enésima vez, su lado más humano y profesional para ayudar a los afectados por el siniestro. El seguro, una vez más, se ha puesto del lado de las personas cuando estas más lo necesitan, probando ser un pilar de la comunidad y aportando esa red de protección y seguridad indispensable para la sociedad.

PUBLICACIÓN BIMESTRAL
MARZO - ABRIL 2024
Nº 121



CONSEJO DE COLEGIOS
DE MEDIADORES DE SEGUROS
DE LA COMUNIDAD VALENCIANA

EDITA

Consejo de Colegios Profesionales
de Mediadores de Seguros
de la Comunidad Valenciana

C/Micer Mascó, 27 46010 Valencia

Tel. 96 360 07 69

comunicacion@ccpmcsv.es

CONSEJO DE REDACCIÓN

Presidente

Jorge Benítez

COORDINADOR

Fernando Solsona

PUBLICIDAD

CASTER BALTIC

Toni Gutiérrez

Tel. 634 85 98 31

DISEÑO Y MAQUETACIÓN

Mayte Muñoz

maytemunoz563@gmail.com

DEPÓSITO LEGAL

V-3728-2003

DIFUSIÓN GRATUITA

sumario



6. en profundidad

Forinvest 2024

El Foro Internacional del Seguro aborda la irrupción de la IA en el sector, la sucesión del asegurador y el papel de las agencias de suscripción

12. El análisis del experto

Darío Spata
CEO de Iberian Insurance Group



14. Punto de vista

Juan José Hernández
Director Territorial de Levante del Negocio Agentes y Corredores de Caser



24. La visión del mediador

Rafael Perales
Premio a la Mediación Forinvest 2024



26. Al detalle

El seguro define sus objetivos para 2024



3. Editorial

IA al servicio de la mediación

18. Formación "En curso"

Inteligencia artificial / Seguro de Decesos

22. Asesoría Jurídica

En defensa del cliente financiero

32. Actualidad Colegial

Las noticias de los colegios

36. Actualidad Sectorial

Las noticias del sector

41. Qué leer

Sostenibilidad organizacional / Reinventa tu liderazgo

42. Agenda

Actividades y servicios de los colegios

en profundidad

FORINVEST 2024

La IA irrumpe en el sector asegurador

Forinvest ha celebrado su 17ª edición con un claro protagonista: la inteligencia artificial (IA), que ya está impactando en el día a día de las personas y cuyas aplicaciones a nivel empresarial despiertan muchas expectativas. Está claro que incidirá en el futuro del seguro, como se puso de manifiesto en las numerosas charlas que se mantuvieron, donde también se debatieron otros asuntos de interés como la sucesión en el asegurador o el papel de las agencias de suscripción.

Un año más la cita dio comienzo con la Noche de las Finanzas, en la que se homenajeó a Enrique Rico, directivo de [Unión Alcoyana](#) durante décadas y todo un referente en el mundo del seguro. A él se le entregó de manera póstuma el premio a la Trayectoria del Sector Asegurador, que se encargó de recoger su hijo, Enrique Jorge Rico, de manos del vicepresidente primero y conseller de Cultura, Vicente Barrera.

El Foro Internacional del Seguro arrancó al día siguiente con el ya tradicional Encuentro Mujeres Aseguradoras, organizado por el [Colegio de Mediadores de Seguros de Alicante](#), que inauguró su presidente, Tino Pastor, poniendo en valor que se trata de un foro “para la libertad de derechos y oportunidades” y haciendo hincapié en la fortuna que supone trabajar en un sector “que no discrimina y valora el talento”. En esta línea adelantó que, desde el [Centro de Alta Formación Aseguradora](#), de la [Fundación Mediaseguros](#), se va a poner en marcha entre septiembre y octubre de 2024 un máster de liderazgo empresarial, en el que se fomentarán “las habilidades que se reclaman hoy” y que están muy ligadas a las capacidades femeninas, como la ejemplaridad, la empatía o la sensibilidad.

El encuentro sirvió para reconocer a tres importantes profesionales del sector: Susana Pérez, directora general de [Inese](#), por su labor profesional a favor de la mediación; Susana del Pozo, responsable comercial en Plus Ultra (ahora

integrada en [Occident](#)), por su trabajo como directiva del sector asegurador; y Nieves Gomis, al frente de la correduría Nierto, por su trayectoria profesional como mediadora de seguros.

VISIÓN FEMENINA

A continuación, se celebró una mesa redonda, en la que importantes mujeres del sector asegurador analizaron el actual liderazgo empresarial. Ana Muñoz, CEO de [Ponce y Mugar](#) y secretaria general en [Cojebro](#), fue la encargada de moderar el debate, en el que Mirenchu del Valle, presidenta de [Unespa](#), destacó el gran “potencial femenino” que hay en el sector, e instó a las mujeres a “sacar tiempo para estar presente y aportar su visión en el diálogo sectorial”, algo que cree que ahora es más factible que hace años, gracias a que se disponen de redes de apoyo y conciencia de la valía propia.

“Lo que tenemos hoy y no teníamos antes son grandes modelos a seguir”, precisó Isabel Ferraz, directora territorial de [Mapfre](#) en Valencia y Albacete, quien incidió en que las capacidades de hombres y mujeres no son muy distintas, por lo que es muy importante que ellas se den cuenta de que todo lo que quieran hacer lo pueden hacer.

Efectivamente, Inmaculada Fabregat, responsable de Formación del [Colegio de Mediadores de Seguros de Castellón](#), insistió en que “el sector al final lo que necesita son personas, hom-



Las mujeres deben aportar su visión en el diálogo sectorial para ganar en visibilidad y representatividad



bres y mujeres que aporten”, para lo que abogó por que las féminas tengan las mismas oportunidades y sepan aprovecharlas para “aportar nuestro punto de vista y entre todos creemos una sociedad más moderna”.

Ahondó Susana Pérez en esta cuestión y puso sobre la mesa que “el primer desafío de la mujer es la representatividad”, toda vez que en los puestos de decisión están infrarrepresentadas. Además, propuso derribar la barrera del síndrome del impostor que provoca que muchas mujeres no tengan la confianza suficiente para atreverse a acceder a ciertos cargos.

María José Francés, gerente del [Colegio de Mediadores de Seguros de Valencia](#), reveló, en cualquier caso, que las mujeres aportan “una perspectiva única y distinta”, gracias a habilidades como la empatía y la resiliencia. Por eso consideró que “es muy importante que se las proporcione formación para llegar al liderazgo”, para lo que es necesario contar con mentores que ayuden en ese camino y se les dé visibilidad.

Coincidió Elena Jiménez de Andrade, presidenta del [Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid](#), en destacar la empatía como una de las habilidades femeninas. Pero no la única: la visión de conjunto, la escucha activa, la comunicación asertiva... Y también defendió la necesidad de formarse aún más para emprender y mejorar así los ratios de representatividad.



El seguro está invirtiendo en IA porque mejora los modelos predictivos, aportando eficiencia en los procesos y mayor personalización de los productos



Iban Monje, Rosa de Oña y Adolfo Ventura

“Nos queda mucho por conseguir, pero no solo es responsabilidad de los demás, sino también nuestra y no debemos ponernos barreras”, inquirió Sonia Calzada, directora de Negocio Segmento Personas de [Zurich](#), a la vez que garantizó que las mujeres “están sobradamente preparadas” para ocupar los puestos de responsabilidad.

IMPACTO DE LA IA

Uno de los asuntos estrella ya no solo en el Foro Internacional del Seguro, sino en todo Fo-

rinvest, fue el impacto de la inteligencia artificial en el trabajo diario de las empresas. Para hablar en concreto de su influencia en la mediación se reunieron Rosa de Oña, presidenta de [CIMA](#); Esther Ponsoda, directora técnica en [Espabrok Ponsoda Correduría](#); Iban Monje, director comercial de [Confluence Group](#); y Adolfo Ventura, director de Marketing y Comunicación.

Iban Monje hizo hincapié en que la IA ya está penetrando en nuestros negocios, pero las corredurías “nos resistimos un poco al cambio” y eso hace que se esté implementando más len-

tamente, aunque será imprescindible hacerlo “porque los usuarios lo van a demandar”.

En CIMA, Rosa de Oña reconoció que todavía se está trabajando en mejorar otros procesos previos en torno al dato, “materia prima de la IA”, pero todo el sector está invirtiendo en esta tecnología porque supone una mejora de los modelos predictivos, que aportará eficiencia en los procesos y generará más ventas gracias a la mayor personalización de los productos.

Más cauteloso se mostró Adolfo Ventura, que aun reconociendo que hay estudios que le asignan una mejora de la productividad del 25%, hay tantas expectativas que advirtió que cuando se aplique en las corredurías y agencias “podemos decepcionarnos”: “No creo que la IA vaya a resolver tanta problemática”, afirmó, recordando otros casos como blockchain y el metaverso.

“La IA nos va a cambiar la vida porque la gestión del dato será mucho más eficiente”, opuso Monje, para quien los corredores no son capaces aún de vislumbrar todo lo que vendrá con esta tecnología. No obstante, se está manejando un volumen muy grande de datos que influyen en muchos procesos administrativos: “Estamos desarrollando un ‘empleado’ que va a trabajar a cualquier hora y va aprendiendo poco a poco”, sostuvo, aunque precisó que eso no significará que el resto de trabajadores no sean útiles.

“Todos tenemos cierto miedo de comprobar si es verdad que la IA va a hacer todo lo que

promete”, comentó Esther Ponsoda, que ya ha implantado ciertos procesos en su correduría, permitiéndoles “tener más tiempo para otras áreas del trabajo que requieren de las personas”. “El implementar la IA nos permite dedicar más tiempo a los clientes”, zanjó.

En cualquier caso, todos los ponentes coincidieron en que esta tecnología no va a desplazar al ser humano: “Como ayuda es espectacular, pero siempre se requerirá la parte humana”, recordó Ventura. Y más en una profesión como la de la mediación, en la que va implícita estar cerca de las personas.

OPTIMISMO CONTENIDO

En el Foro Internacional del Seguro también se abordaron las perspectivas del sector para los próximos dos años. Miguel Pérez, director general comercial de [Allianz Seguros](#), se mostró positivo, ya que aprecia un panorama económico más propicio para el sector financiero y asegurador. Ahora bien, cree que hay que tomar conciencia de ciertos desafíos para la industria, como el envejecimiento de la población.

No obstante, Francesc Rabassa, general manager de [CA Life](#), reconoció la gran volatilidad que existe por la situación de incertidumbre a nivel internacional, que puede afectar a la economía. Con todo, puso el acento en que “el nivel de desaseguramiento aún es importante, por lo



Maribel Vilaplana, Francesc Rabassa, Miguel Pérez, Vicente Cancio y Nicolás Jannone

que hay margen para crecer, especialmente por la vivienda y los seguros personales”.

Además, aunque en un principio parecía que 2023 “iba a derivar en una crisis”, se ha ido moderando la inflación y se ha experimentado cierto crecimiento, como aseguró Vicente Cancio, director general de Grupo Zurich en España. Ahora bien, en los próximos años advierte que el sector va a tener que afrontar algunos riesgos importantes, como la inteligencia artificial o la desinformación, pero, especialmente, los derivados del clima extremo.

Ahora bien, Francesc Rabassa quiso poner el acento en que en Europa estamos en una situación distinta respecto al resto del mundo respecto al cambio climático, porque se intentan hacer las cosas de la manera correcta, pero “se compite con otros países que no lo hacen”.

Pero no son los únicos riesgos que acechan. Nicolás Jannone, director general de Financiación de la Consejería de Hacienda, Economía y Administración Pública de la [Generalitat Valenciana](#), puso el acento en algunas situaciones que en este 2024 pueden hacer tambalear a la

industria, como los conflictos bélicos o las elecciones a EE.UU. y al Parlamento Europeo. Aún así, puntualizó que los economistas están dibujando “un panorama con crecimiento sostenido para los próximos dos años”.

No obstante, como expuso Vicente Cancio, los fondos europeos serán una “gran oportunidad” para el crecimiento de las aseguradoras, que también tendrán que abordar la irrupción de la IA, aunque no será en un año o dos cuando se aprecie su impacto, sino que habrá que esperar al menos hasta 2030.

Ahora bien, Miguel Pérez puso un poco de cautela ante tanto avance: “Hay que ser innovadores, pero yendo a la velocidad adecuada para no equivocarnos”. Y si bien aprecia que las aseguradoras están adaptándose muy bien, dejó claro que en muchos aspectos “los mediadores son más ágiles a la hora de innovar”.

“La digitalización es una herramienta para mejorar la productividad”, incidió Nicolás Janone, que requerirá una adaptación “porque los cambios disruptivos exigen estar preparados”. Además, la aplicación de las nuevas normas europeas mejorará la digitalización de las empresas, a la vez que hará más eficiente el gasto y el servicio de las administraciones públicas.

PREPARANDO LA SUCESIÓN

La segunda jornada del foro dio inicio, un año más, con la celebración del aniversario de [Aprocose](#), en la que se abordó la sucesión en



Aniversario Aprocose

el asegurador, que tuvo como protagonistas a Joan Castells, presidente de [Fiatc](#), y a su hijo, Joan Manuel Castells, director general de dicha aseguradora.

Durante la sesión se recordó que “hay que pensar en el largo plazo para mantener objetivos y dar continuidad en la gestión y el negocio de la empresa”, tal y como sostuvo Joan Castells, quien también valoró que “es bueno que el sector se vaya regenerando”.

“Cada vez los cambios son más rápidos y las nuevas generaciones podemos aportar esa nueva visión que complementa a la anterior”, confirmó Joan Manuel Castells, quien destacó que “siempre tiene que haber una figura dentro de la empresa en la que poder confiar y que dé continuidad al proyecto”, a la que poco a poco se le haya ido dando responsabilidades.

Ahora bien, el presidente de [Fiatc](#) expresó que es muy importante “saber escoger bien” a la persona que tome el relevo al frente de la compañía, porque es muy complejo “y si no se resuelve correctamente es preferible una venta o fusión”.

“La persona a la que se confíe la sucesión debe tener una capacitación clara, pero sobre todo compartir visión del proyecto”, para que no se produzca un choque entre distintas formas de proceder, apreció el director general de la aseguradora.

Tras la charla, tuvo lugar la tradicional entrega de premios de Aprocose a la excelencia en el compromiso social, para CEIP Antonio Ferrandis, de Paterna; a la excelencia empresarial, a Agroseguro; y a la excelencia profesional, a Enrique Rico a título póstumo.

AGENCIAS DE SUSCRIPCIÓN, ALIADOS

Inmediatamente después tuvo lugar la sesión “Mercados alternativos para la actividad de la mediación: agencias de suscripción”, en la que José Luis Latorre, responsable de [Alea Cover](#), recordó a los mediadores que una agencia de suscripción puede ayudarles a sostener su negocio en el tiempo gracias a su grado de especialización, principal aspecto que les diferencia respecto a una aseguradora, ya que hay riesgos complejos en los que muchas compañías no quieren entrar.

“Lo que echamos en falta los corredores cuando tratamos con las aseguradoras es el trato humano, que sí existe con las agencias de suscripción”, corroboró Carlos Lluch, director técnico de [Lluch & Juelich](#), que dada su experiencia en la relación con estos actores del sector puso en valor la especialización que aportan y el producto y gestión de calidad.



Coincidió en esta impresión otro corredor, Ángel Somalo, para quien “cubren necesidades que el mercado tradicional no lograba satisfacer”. Así, explicó que se trabaja de la mano para crear juntos un programa asegurador, basado en la confianza y la transparencia.

Dario Spata, presidente de Asase y CEO de [Iberian Insurance Group](#), Luis Ramón Rodríguez, director en [MDC](#), e Ivonne García, directora general en [Exsel Underwriting Agency](#), también participaron en la charla explicando los productos que ofrecían y las ventajas que supone a los corredores trabajar con ellos.

El foro puso punto y final con una mesa redonda sobre el deporte y el sector asegurador, en la que participaron, entre otros, los ex atletas Abel Antón y Marta Fernández de Castro, y el tenista Quico Tur. Ellos fueron los encargados de contar sus experiencias deportivas de superación, como un ejemplo a seguir en todos los ámbitos, tanto personales como profesionales.



Quico Tur, Marta Fernández de Castro y Abel Antón

Congreso de Mediadores 2024

El Foro Internacional del Seguro también sirvió para dar a conocer novedades sobre el próximo Congreso de Mediadores que se celebrará en Gijón. El presidente del [Colegio de Mediadores de Seguros de Asturias](#), Reinerio Sarasúa, llevó a cabo una presentación en la que confirmó que las fechas en las que se celebrará serán el 23 y 24 de septiembre, con un pre-congreso los días 21 y 22, coincidiendo con el fin de semana, que tendrá un carácter lúdico, con un torneo de golf solidario y un programa cultural paralelo con excursiones y visitas guiadas al Centro Cultural Internacional Óscar Niemeyer (Áviles), la Villa romana de Veranes (Gijón), el Museo de Bellas Artes de Asturias (Oviedo), la Iglesia

de San Salvador de Valdedios (Vallaviciosa) y el Paseo de los Hórreos de Bueño (Ribera de Arriba).

El evento, que se celebrará en el Palacio de Congresos en el Recinto Ferial Luis Adaro, abordará temas de interés para la mediación como la tecnología, la sucesión en el negocio, la normativa, la ciberseguridad, la inteligencia artificial y la ges-

ción digital, entre otros aspectos de actualidad.

Para dar la bienvenida a todos los asistentes al Congreso se va a celebrar una espicha, fiesta tradicional asturiana en la que se podrá compartir experiencias a la vez que saborear los productos de la tierra. Mientras, La Laboral, antigua universidad y hoy Ciudad de la Cultura, acogerá la cena de gala.





Agencias de SUSCRIPCIÓN, una gran alternativa

¿Qué significa trabajar con una agencia de suscripción? Muchos nos hacen esta pregunta a las agencias de suscripción (en adelante, AS), y aunque no es de fácil respuesta, hay muchas maneras de contestar. Sobre todo, dependiendo de quién pregunte.

Darío Spata
CEO de Iberian
Insurance Group
Presidente de Asase

Por ello, voy a distinguir si la pregunta la hace una aseguradora, un corredor o un cliente. Desde el punto de vista de una aseguradora, ¿por qué decidirse por abrir este “canal”? Cuando una compañía decide trabajar con agencias de suscripción, no es simplemente para hacer más producción (que también). Hay ciertos puntos relevantes que aportan al acuerdo una razón de ser:

- ▶ Las agencias llegan a un mercado que las grandes compañías no lo hacen, bien por el grado de especialización de las AS, su agilidad, su cercanía...
- ▶ La compañía puede carecer de experiencia en un producto, pero no por ello tiene que

renunciar al mismo, ya que se puede beneficiar del know how de la AS para trabajarlo.

- ▶ Aportan producción sin aumentar la carga de trabajo o la estructura de la compañía.
- ▶ Una opción también puede ser que la compañía dedique todos sus recursos y esfuerzos en un segmento más alto de riesgo, sin renunciar a nada. Es decir, en límites y primas altas, que son más rentables y a su vez de mayor intensidad de siniestros, dejando la prima más baja en manos de la AS.
- ▶ Quizá el motivo más importante, cuando hablamos de una aseguradora europea sin presencia en España, es la suscripción de sus productos en un país en el que no está presente, y cuya



Las agencias de suscripción tienen el deber de especializarse en nichos concretos y aportar un valor añadido al mediador



entrada en manos de una AS es sencilla, rápida, económica y, muy posiblemente, exitosa.

COMPAÑEROS DE LAS ASEGURADORAS

Pero si hablamos de una aseguradora española, que ya tiene una red de corredores y/o agentes, y el producto a suscribir es el mismo, ¿qué sentido tiene este tipo de alianzas? En esos casos, los cuales son muy habituales, siempre digo “no, gracias, no nos necesitáis”.

No somos brókers, ni agentes, ni un canal más. Nuestro binder (contrato de apoderamiento con la aseguradora) no es una facility que pueda tener un bróker con una compañía; es un marco de actuación amplio y controlado, donde aportamos nuestra experiencia.



No somos competencia, ni de la compañía, ni de los suscriptores, ni de ninguna persona de la organización. Somos un compañero. Nuestros aciertos y nuestros errores siempre serán mutuos, y por ello desde las AS nos consideramos compañeros o socios.

EL VALOR DE LA ESPECIALIZACIÓN

Pero, ahora bien, si quien nos pregunta es un bróker, ¿el discurso es el mismo? En principio, siempre somos la misma figura. Pero el punto de vista es muy importante. Para un bróker, ¿cuál es su día a día con una aseguradora? En esencia, con mayor o menor especialización, una aseguradora cotiza los riesgos, emite las pólizas, cobra las primas, paga las comisiones y gestiona los

siniestros. Pues las AS hacemos exactamente lo mismo, con menos recursos, y no nos podemos permitir hacerlo peor que las aseguradoras. Por ello, nuestro deber es especializarnos en nichos concretos y aportar un valor añadido.

Aunque no es incompatible, nuestro fuerte no son los seguros masa. Para hacer Autos u Hogar hay muchas alternativas en el sector. Pero para productos menos atractivos para grandes aseguradores, ahí es donde nos hacemos fuertes, y nos convertimos en una gran alternativa para el mediador.

Ahora bien, no somos distribuidores, y por ello gozamos de ciertas desventajas con respecto al resto de actores del mercado. No podemos trabajar fuera de España, no se nos permite hacer producción directa, y lo que es más importante, no tenemos derechos de cartera. Aun así, no paramos de innovar y reinventarnos, de invertir en tecnología y equipo.

Si me tengo que quedar con algo de este mundo de las AS es con dos cosas: lo primero, es que es apasionante, donde todo es posible y solo hay que ser decidido y tener experiencia para hacerlo realidad. No todos los sectores y figuras pueden decir lo mismo. Y lo segundo, es que aun cuando podemos ser competencia, trabajamos en armonía, nos ayudamos y tenemos un gran respeto por las demás. Porque por encima de todo, seguimos siendo personas.



Juan José Hernández

Director Territorial de Levante del Negocio
Agentes y Corredores de [Caser](#)

NUESTRO SECTOR ES ESENCIAL PARA QUE FLUYA LA ECONOMÍA

Con más de 250 mediadores en la Comunidad Valenciana, Caser mantiene su apuesta decidida por una región que ha demostrado nuevamente su fortaleza en la última edición de Forinvest. Ahora bien, Juan José Hernández incide en algunos retos que se plantean en el sector, como “cubrir nuevas amenazas, como los ciberriesgos”, la protección personal pensando en unas jubilaciones “cada vez más lejanas” y la promoción de “programas aseguradores para que las empresas retengan el talento”.



Deberíamos trabajar todos en el sector para seguir facilitando una información transparente y unos procesos de gestión simplificados



La Comunidad Valenciana acoge desde hace 17 años Forinvest, el mayor foro financiero y asegurador a nivel nacional. ¿Cómo de implantada está la cultura aseguradora en la región?

Creo que hay una cultura muy avanzada, y por suerte, cada vez más profesionalizada. Una muestra clara es el éxito de este evento que cada año incrementa los expositores y suma más visitantes que tienen la necesidad de conocer todas las novedades y tendencias del mundo asegurador.

¿Qué se puede hacer desde el sector para mejorar la percepción del seguro entre los ciudadanos?

Por un lado, tenemos que saber transmitir que nuestra actividad es imprescindible para que fluya la economía y, por tanto, redunde en beneficio de toda la sociedad. Gracias a esto, particulares y empresas pueden emprender sin temor a las contingencias, que son muchas. Y, por otro lado, creo que deberíamos trabajar todos en seguir facilitando una información transparente y unos procesos de gestión simplificados. En estos tiempos de incertidumbre económica, la educación financiera del cliente es esencial.

¿Cómo ayuda el sector en este aspecto?

Si algo sacamos en claro de este último periodo, es la atención que ha puesto el cliente en su cultura financiera dado el contexto en el que

nos encontramos. Y esto no hace otra cosa que exigimos y nos sirve para poder trabajar de una forma más específica, diseñando productos más ad-hoc y con los objetivos a corto, medio y largo plazo más definidos, puesto que la exigencia del usuario es cada vez más concreta. A modo de ejemplo, en Caser facilitamos una herramienta de planificación financiera para hacer más fácil la interlocución con el cliente. Al mismo tiempo desarrollamos una red de asesores financieros especializados.

¿Cuál es el posicionamiento de Caser en la Comunidad Valenciana y sus objetivos?

Caser tiene una importante implantación en la Comunidad Valenciana, con una red que alcanzan los 250 distribuidores en las tres provincias entre agentes, corredores y red expatriate. Nuestros objetivos vienen marcados por la consigna de nuestra última convención comercial: mejorar la rentabilidad manteniendo el ritmo de crecimiento de los últimos años en todas las agrupaciones de seguros.

¿Qué carencias aseguradoras aprecia entre la clientela valenciana?

Pienso que no hay diferencias sustanciales con el resto de la sociedad española. En mi opinión se debe avanzar en la protección de nuevas amenazas, como pueden ser los ciberriesgos, la protección personal de seguros de Vida y Aho-



La mediación, piedra angular

“La mediación nos proporciona la profesionalidad del asesoramiento con el que llegamos a nuestros clientes, carteras sólidas y estables, siendo socios indispensables para el desarrollo de Caser”, manifiesta Juan José Hernández, consciente de que tanto los mediadores generalistas como los especialistas de cualquier segmento “son nuestra razón de ser”. Unos profesionales (“piedra angular para el crecimiento de nuestra entidad”) que, junto con lo que ahora se denomina “innovación social”, permiten a la

compañía estar más cerca de ese factor humano que parece cada vez más escaso y es, a la par, tan demandado: “En un momento donde parece que todos los procesos, en su afán de digitalización, alejan a los usuarios, nosotros los aprovechamos para acercarlos”. Todo

ello mediante herramientas que, en manos de los mediadores, “permiten tener un trato más cercano en cualquier proceso de interacción con el seguro”, ya sea en una primera toma de contacto, en la fase de contratación o en su posterior relación con Caser.



ro pensando en unas jubilaciones cada vez más lejanas, y también en programas aseguradores de las empresas para la retención del talento. En todo ello tenemos un reto tanto aseguradoras como mediadores.

¿Qué novedades y retos se plantea Caser para este 2024?

Para nosotros es un reto seguir con el crecimiento por encima del sector, mejorar la eficiencia y consolidar nuestra estrategia en actividades de

servicios. Entre las novedades puestas en marcha, cabe destacar nuestro producto CaserFlex para facilitar a la pequeña y mediana empresa una herramienta de retribución flexible; avances en nuestros productos del ecosistema animal; y la especialización de nuestros equipos comerciales para dar el mejor servicio a la mediación.

¿En qué ramos va a hacer más hincapié su compañía este ejercicio?

Tenemos una apuesta muy decidida por los productos personales, Decesos, Vida Riesgo y Mascotas, todos con una oferta de producto diferenciada. No puedo olvidarme de un pilar fundamental para la compañía, nuestro ramo de Salud, donde somos ya una referencia para nuestros mediadores con una segmentación de producto para llegar a cualquier consumidor. Seguir desarrollando a su vez nuestra oferta de Empresas y para ello hemos ampliado con nuevos recursos a nuestra OTE que ofrece una interlocución ágil y directa con los mediadores.

Caser lleva mucho tiempo desarrollando una apuesta multirramo. ¿En qué consiste su estrategia?

Por supuesto y sin duda, nuestra estrategia multirramo es una de nuestras fortalezas, ya que nos permite tener un equilibrado mix de carte-

“

La inmediatez en cubrir las necesidades y la exigencia en la experiencia del cliente nos hace estar en constante innovación

”



ra, que a su vez nos facilita la consecución del cliente integral. A esto llegamos gracias a una diversidad de productos con el que acompañarle en cualquier ciclo de vida ya sea personal, profesional o empresarial.

A nivel de innovación, ¿qué oportunidades se vislumbran en los próximos años para el sector?

La innovación está a la orden del día, no solo en nuestro sector sino en todo el mundo. Esto hace que el nivel de exigencia por la demanda existente sea cada vez mayor: la inmediatez en cubrir las necesidades, el alto grado de exigencia en la experiencia del cliente o la usabilidad de las aplicaciones para los usuarios nos hace estar

en constante innovación. Desde Caser trabajamos de forma proactiva para cubrir esas necesidades. Estamos “Preparados para ti”, como dice nuestro lema. Procesos agilizados como la firma digital, herramientas como business intelligence para el análisis del feedback del cliente y su atención inmediata o productos como Selfie Health y Caser Hipoteca Inversa, recientemente galardonados, son algunos de nuestros ejemplos más claros.

Los clientes son cada vez más tecnológicos, pero, a la vez, están cada vez más preocupados por la sostenibilidad. ¿Cómo integra Caser los criterios ESG en sus productos y servicios?

En el ámbito de la nueva normativa ESG, Caser ha venido trabajando durante el último año en la adaptación a los nuevos requerimientos relacionados con los riesgos de medioambiente (sostenibilidad, cambio climático...), sociales y de gobernanza. Con ello damos cumplimiento a dichos requerimientos normativos. La compañía ha elaborado un mapa de riesgos específico de ESG, integrándolo en su sistema de gestión integral del riesgo y capital (evaluación de riesgos y controles, consideración en el informe de Autoevaluación de Riesgos y Solvencia -ORSA-). Así mismo, se han incluido referencias al tratamiento de riesgos ESG en las correspondientes políticas de riesgos.

Inteligencia artificial

El [Colegio de Mediadores de Seguros de Valencia](#) ha sido escenario de un taller aplicado especialmente para los mediadores de seguros sobre inteligencia artificial, impartido por Adolfo Ventura, formador con más de 20 años de experiencia como asesor freelance de comunicación y profesor asociado en la Universidad Politécnica de Valencia.



Adolfo Ventura
Experto en
comunicación, diseño
y formación

Esta formación ha supuesto una transformación en la manera en que los profesionales del seguro abordan la tecnología de inteligencia artificial (IA), convirtiéndose en un punto de inflexión para los mediadores en su conjunto y demostrando que el dominio de la IA es, ya no solo deseable, sino esencial para aquellos que buscan liderar en el entorno asegurador.

Así, el propósito de este taller no ha sido otro que el de dotar a los mediadores de seguros de las herramientas y conocimientos necesarios para navegar por el complejo mundo de la IA, brindándoles una comprensión integral de sus aplicaciones y potencial para transformar sus prácticas cotidianas. En un ambiente de aprendizaje interactivo y con prácticas de más de 20 ejemplos de aplicación reales, los participantes han tenido la oportunidad de sumergirse en temas como la generación de textos, el uso avanzado de Chat GPT, la creación de contenidos visuales mediante IA e, incluso, una introducción a la generación de avatares para vídeo de fácil aplicación.

Estos conocimientos no solo han ampliado su comprensión técnica, sino que también han fomentado una visión más innovadora y proactiva hacia el futuro.

La relevancia de este curso radica en su capacidad para prever las necesidades emergentes del mercado asegurador, proveyendo a los profesionales con una armadura de habilidades y conocimientos avanzados esenciales para liderar la ola de transformación digital que estamos experimentando en la actualidad en sus respectivas organizaciones.

La implicación y el interés mostrado por los participantes del curso subrayan la creciente conciencia dentro del sector sobre la importancia de adoptar soluciones de IA. Estas tecnologías no solo prometen una mayor eficiencia en los procesos operativos, sino que también abren la puerta a nuevas formas de simplificar y mejorar los servicios ofrecidos a los clientes, haciéndolos más accesibles y personalizados. En este contexto, el Colegio de Mediadores de Seguros de Valencia se inscribe en la van-

guardia de la formación de calidad, evidenciando su compromiso con la innovación y la excelencia en el ámbito profesional.

INTEGRACIÓN TECNOLÓGICA

Mirando hacia el futuro, el notable interés mostrado por los mediadores asistentes al taller, sugiere un camino prometedor hacia la integración continua de la tecnología en el sector. Está claro que este evento marca el comienzo de una serie de iniciativas diseñadas para empoderar a los profesionales del seguro con las competencias necesarias para enfrentar los retos de un mundo cada vez más digitalizado. La expectativa es que estos programas de capacitación sigan profundizando en las distintas facetas de la IA, desde el análisis de datos hasta el desarrollo de soluciones automatizadas, preparando a los profesionales para liderar con confianza en la era de la transformación digital.

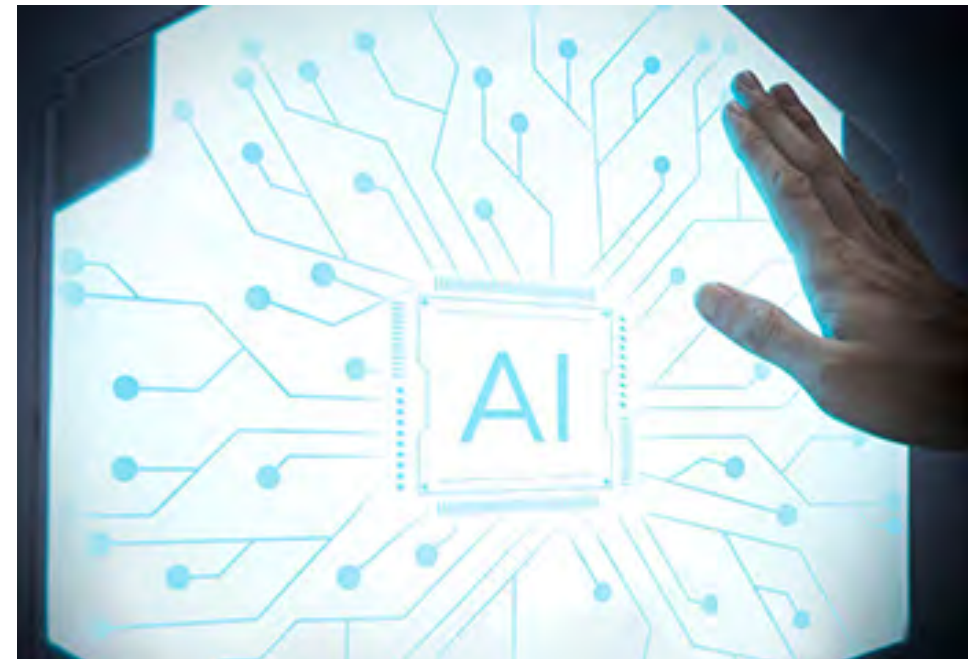
La significativa acogida y los resultados del taller evidencian una tendencia indiscutible hacia la adopción de la IA en el sector asegurador. Los participantes, ahora

equipados con un conocimiento profundo y práctico sobre la aplicación de la IA en sus actividades diarias, están en una posición privilegiada para innovar y mejorar la calidad de sus servicios. Este evento no solo ha sido un momento de aprendizaje sino también una plataforma para el intercambio de ideas y experiencias, fomentando una comunidad de profesionales del seguro más unida y preparada para los desafíos del futuro.

La acogida y los resultados obtenidos han sido extraordinariamente positivos, ya que muchos de los mediadores apenas tenían nociones de lo que era una IA al inicio del taller y hoy vuelven a sus despachos con al menos 20 atajos útiles para su trabajo diario y conociendo de primera mano una herramienta que les va a ahorrar muchísimo tiempo, tiempo que podrán destinar a mejorar la experiencia de su cliente o a tareas que hasta ahora no podían acometer.

En un mundo donde la tecnología evoluciona a un ritmo vertiginoso, mantenerse al día con las últimas tendencias y herramientas resulta esencial.

La IA promete una mayor eficiencia en los procesos operativos y mejora los servicios ofrecidos a los clientes, haciéndolos más accesibles y personalizados



Seguro de Decesos

El [Colegio de Mediadores de Seguros de Castellón](#) ha ofrecido una jornada para acercar el seguro de Decesos a sus colegiados, para que aprendan a orientar y enfocar este producto a los clientes.



Joan S. Rodríguez
Técnico formador
de [Fiatc](#)

El seguro de Decesos en España tiene unas características únicas frente a otros seguros. La sociedad no quiere hablar de él (¿quién quiere hablar de su muerte?), pero lo necesita y no tan solo eso, lo contrata. De hecho, es el seguro voluntario más popular ya que cerca de la mitad de los españoles tiene cubierto su sepelio.

Y esta percepción de seguro necesario se ha visto aumentada por la reciente pandemia que nos ha asolado, donde la muerte ha estado muy presente. Nuestra sociedad ha podido percibir la importancia de tenerlo ya que ha podido comprobar que el sector ha estado operativo a pesar del confinamiento y, además, hemos mantenido las coberturas, ya que decidimos no aplicar la exclusión de pandemia y/o epidemia prevista en las condiciones generales.

CUBRIR SITUACIONES VITALES

La clara importancia que para las familias tiene contar con un sepelio perfectamente cubierto ha derivado en productos que, como el de Fiatc (premiado 7 años consecutivos por [Adecose](#) como el mejor seguro de Decesos de España), dispongan de

Es el seguro voluntario más popular, contratado por cerca de la mitad de los españoles



un conjunto de servicios y garantías que no tan solo se aplican en la muerte, sino en cualquier situación vital: servicio de gestoría, asistencia en viaje, testamento vital, asistente personal, final de la vida digital, cobertura dental, asesoramiento en la gestión de la dependencia...

Un tipo de seguro que cuenta con la ventaja añadida de ser asequible: para una persona de 42 años (edad moda de máxima nueva contratación) y un capital de 4.200 euros la prima anual no llega a los 30 euros.

Decesos es, en definitiva, una solución aseguradora muy amplia y que fideliza mucho a los clientes, pero hay que saber explicarla y venderla. Y es en esas situaciones cuando nos encontramos con las temidas objeciones (os suena: “Cuando me muera que me entierren en la cuneta”), ante las que los mediadores tienen que saber actuar.



En ASISA sabemos que debemos ir mucho más allá de cuidar de tu salud. Por eso, te ofrecemos seguros dentales, de vida, accidentes, decesos, viajes y mascotas. Para que así tengas siempre la tranquilidad de tener protegido todo lo que más te importa.

**Salud | Dental | Vida
Accidentes | Decesos
Viajes | Mascotas**

ASISA Valencia
C/ Poeta Querol, 11

asisa 

900 10 10 21 | [asisa.es](https://www.asisa.es)



Juan Manuel de Gracia Tonda
Abogado en [Adade](#)
Valencia

En defensa del cliente financiero

El 18 de mayo de 2023 se publicó en el Boletín Oficial de las Cortes el Proyecto de Ley por el que se crea la Autoridad Administrativa Independiente de Defensa del Cliente Financiero para la resolución extrajudicial de conflictos entre las entidades financieras y sus clientes.

Este Proyecto de Ley tiene como finalidad crear un nuevo organismo que dé una respuesta eficaz a las reclamaciones de usuarios de servicios financieros, centralizando en un único organismo los actuales servicios de reclamaciones de la [CNMV](#), el [Banco de España](#) y la [Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones](#). En concreto la ley pretende facilitar la resolución de litigios entre los clientes y las entidades que operan en el ámbito de la prestación de servicios financieros, sobre la base del carácter omni-compreensivo de los tipos de servicios financieros cubiertos, desde los

servicios bancarios y de pagos hasta la comercialización de seguros, fondos de pensiones y otros instrumentos de ahorro, pasando por la actividad de los fondos de inversión y otros agentes de mercados de capitales. Y ello con independencia de si las entidades se encuentran sujetas a la supervisión de las autoridades supervisoras específicas del sector o a autoridades administrativas con competencias en materia de consumo, por lo que afecta a los distribuidores de seguros.

Hay que manifestar que, en relación con el ámbito de las reclamaciones sobre seguros, además

de los seguros colectivos o planes de pensiones que instrumenten compromisos por pensiones de las empresas con sus trabajadores o beneficiarios y que no se refieran a la condición de cliente de servicios financieros de las entidades aseguradoras o de entidades gestoras de fondos de pensiones a los que no se de aplicación, quedan también excluidas de la aplicación de la ley:

- Contratos de grandes riesgos definidos en el artículo 11 de la Ley 20/2015, de 14 de julio, excepto en el caso de los seguros de vehículos marítimos, lacustres y fluviales y de su responsabilidad



La ley pretende facilitar la resolución de litigios entre clientes y entidades que operan en el ámbito de la prestación de servicios financieros



civil, cuando el tomador o el asegurado tengan la consideración de consumidor.

- ▶ Cuando la reclamación o queja se fundamente en una controversia cuya resolución requiera necesariamente la valoración de expertos con conocimientos especializados en una materia técnica ajena a la normativa de transparencia y protección de la clientela o a las buenas prácticas y usos financieros.

ATENCIÓN PERSONALIZADA

También hay que señalar que en dicho proyecto se prevé la introducción del principio de atención personalizada, con lo que se tendrá en cuenta la edad, las características de la zona geográfica y el nivel de competencias de los ciudadanos, y se garantizarán canales presenciales, telefónicos y telemáticos, adaptados y accesibles para colectivos vulnerables tanto para la presentación de

reclamaciones en la ADCF como en la prestación de servicios de las entidades financieras.

Finalmente, mención especial merece la disposición final segunda novodecies (antes sexta) que modifica el art. 185.1 del del Real Decreto-ley 3/2020, de 4 de febrero, que regula la distribución de los seguros, quedando reducido al siguiente texto: “Las entidades aseguradoras, así como los mediadores de seguros que diseñen productos de seguro, pondrán a disposición de los distribuidores toda la información relevante sobre estos y sobre su proceso de aprobación, incluyendo el mercado destinatario definido del mismo. Cuando un distribuidor de seguros ofrezca productos de seguro no diseñados por él, o asesore sobre estos, contará con los mecanismos adecuados para obtener la información a que alude el párrafo anterior, así como para comprender las características y el mercado destinatario definido de cada producto de seguro”

Ahora bien, con el Real Decreto 400/2023, de 29 de mayo, de disolución del Congreso de los Diputa-

dos y del Senado y de convocatoria de elecciones celebrada en fecha 23/07/2023, el destino de las normas que se encontraban en tramitación puede desdoblarse en dos vertientes dependiendo de si la iniciativa cuenta con rango de ley (proyectos o proposiciones de ley) o rango reglamentario.

A su vez, en los proyectos o proposiciones de ley hay que distinguir si la tramitación procede de un real decreto ley pendiente de convalidación o si la tramitación proviene del procedimiento ordinario. En el segundo supuesto, que es el que nos afecta, las iniciativas decaen conforme al artículo 207 del reglamento del Congreso, por lo que se declaró la caducidad del mismo en fecha 16/06/2023 al incluirse en relación de iniciativas ya calificadas que se hallaban en tramitación en el momento de la disolución de las Cortes y que han caducado como consecuencia de ésta. Si bien tras la constitución de las nuevas Cortes Generales, dichos proyectos de ley podrán tramitarse nuevamente, pero desde el inicio, circunstancia que aún no ha acontecido.

La mediación representa la solidez y el empuje de los valencianos

Rafael Perales

Premio a la Mediación **Forinvest 2024**

El **Consejo de Colegios de Mediadores de Seguros de la Comunidad Valenciana** ha querido premiar en esta edición de Forinvest al que fue durante años gerente del **Colegio de Valencia** e impulsor del Foro Internacional del Seguro. Tras su jubilación el pasado noviembre, Rafael Perales se congratula de que la mediación sea valorada en la sociedad, “con una función social clara y transparente”.

¿Qué es lo que le ha aportado formar parte durante tantos años del Colegio de Mediadores de Seguros de Valencia?

Me ha aportado diferentes cosas, tanto a nivel personal como profesional. He tomado conciencia del valor y de la importancia de la mediación y de los seguros en la sociedad. He

aprendido que se trata de un sector que, a pesar de las crisis económicas, laborales e, incluso durante la pasada pandemia mundial, siempre resiste, no mostrando ningún retroceso, saliendo fortalecido debido a una capacidad de adaptación y crecimiento que ningún otro sector es capaz de igualar.





Antonio Fabregat, Jorge Benítez, Rafael Perales y Florentino Pastor

¿Y qué ha aportado Rafael Perales a la mediación valenciana?

Aportar es una palabra demasiado grande, quizás diría que mi trabajo siempre lo he realizado con ilusión y con la convicción de que, junto con el esfuerzo de muchos compañeros, la mediación ocuparía y tendría su lugar en la sociedad, para convertirse en un sector valorado, respetado y con una función social clara y transparente.

¿Qué significa para usted el reconocimiento del Consejo de Colegios Profesionales de Mediadores de Seguros de la Comunidad Valenciana en esta edición?

Me llena de satisfacción recibir cualquier reconocimiento porque es la respuesta de un colectivo a mi dedicación, al ejercicio de mi labor profesional y, por supuesto, que recibir el premio de una institución como el Consejo, se siente como un premio de tu propia casa y es importante porque detrás hay compañeros que te valoran y han tomado la decisión de elegirme como destinatario del premio.

¿Qué papel cumple la mediación aseguradora en el tejido económico de la Comunidad Valenciana?

El tejido económico del territorio es muy fuerte y la mediación es una representación fiel de la solidez y el empuje de los valencianos por convertir la región en un ejemplo a seguir. La mediación siempre da respuesta a las peculiaridades de la sociedad valenciana, con el aseguramiento de la pirotecnia, de las fiestas populares, del sector agrario y cítrico, de la cerámica y del turismo, que son pilares económicos fundamentales y señas de identidad de la Comunidad Valenciana.

¿Por qué cree que es importante para un mediador formar parte de un Colegio?

En primer lugar, tal y como la sabiduría popular indica, la unión hace la fuerza y se puede aplicar a los mediadores; juntos, con una línea común de actuación, con unas bases de ejercicio profesional basadas en la transparencia y el buen hacer. Y a nivel personal estar colegiado y participar de forma activa en las Juntas de Gobierno, realizar formación, acudir a charlas y eventos establece lazos de amistad más allá de la competencia y la rivalidad. Un colegiado entiende una vez que forma parte del Colegio que es la institución que cuando tiene un problema da el primer paso en su nombre, lo representa y lo defiende; el Colegio siempre se preocupa de las necesidades presentes y futuras de los mediadores, siempre fomenta la buena praxis

y la colaboración entre entidades aseguradoras y mediadores. Y ser colegiado es proyectar una imagen de profesional de calidad a sus clientes.

¿Cómo ayudan los colegios a establecer una cultura financiera y aseguradora en la sociedad?

Los colegios ayudan a difundir conceptos financieros y de cultura aseguradora, ya que la sociedad precisa disponer de conceptos claros a nivel asegurador que represente la realidad y que no esté influenciada por opiniones derrotistas o inciertas sobre la función y la respuesta de la mediación en caso de siniestro. Es importante concienciar a la sociedad del valor del seguro, de sus limitaciones y de la valía de un buen asesoramiento para que se popularice la necesidad de su contratación y de la satisfacción de la indemnización en el caso de ocurrencia de un siniestro asegurado.

Forinvest ha cumplido este año su 17ª edición. ¿Qué supone este certamen para la Comunidad Valenciana?

La 17ª edición es un paso más en el camino que se inició como un proyecto de dotar a la comunidad de un punto de encuentro de la mediación en un entorno y en un espacio que engrandeciera y ofreciera una visión del sector fuerte y con futuro. La respuesta del sector de la mediación es fiel año tras año, siendo Forinvest una fecha de obligada asistencia y un espacio en el que estar presente o asistir. Es una necesidad para proyectar la mejor imagen profesional.

Presencia aseguradora en Forinvest

El seguro define sus objetivos para 2024

Un año más las principales compañías del sector se han citado en **Forinvest**, donde han dado a conocer sus objetivos estratégicos en la Comunidad Valenciana y sus expectativas para un 2024 que se vislumbra lleno de retos, con los riesgos al alza y cierta inestabilidad geopolítica y económica.

AVANZA PREVISIÓN

“2024 seguirá siendo un año propicio para el ahorro de particulares y empresas que buscarán seguir combatiendo la pérdida de poder adquisitivo generada por la inflación por medio de productos de Vida Ahorro”. Así de optimista se muestra María Sánchez Vidal, directora de RRLL y Desarrollo de Negocio de **Avanza Previsión**, dados los “crecimientos espectaculares” con los que cerraron el ejercicio pasado en el ramo de Ahorro. A la vez que seguirán “fomentando la educación y la planificación financiera de los clientes y ofreciendo los productos más adecuados para contribuir a mejorar su bienestar financiero”. Además, como complemento a su oferta de Ahorro, este primer trimestre la compañía va a lanzar un nuevo producto de Vida Riesgo, Avanza Vida.

Todo ello de la mano de su único canal de distribución, los corredores, que en el caso de la Comunidad Valenciana ha llevado a la ase-



guradora a establecer “acuerdos en todo el territorio valenciano con aquellas corredurías con orientación al asesoramiento de sus clientes en la planificación del ahorro a medio y largo plazo, donde los productos garantizados suponen, en mayor o menor medida, una solución a estas necesidades”, tal y como señala Fernando Mora, director comercial de la entidad. No obstante, la Comunidad Valenciana es tradicionalmente una de las líderes en ahorro, por lo que se ha convertido en “uno de los mercados más estratégicos para Avanza Previsión”.

SANTALUCÍA

Con la expectativa de que este año presente crecimientos parecidos a los de 2023 en el segmento de No Vida y con un comportamiento dependiente de la evolución de los tipos de interés en Vida, **Santalucía** pretende fortalecer este 2024 su senda de crecimiento con una firme apues-

ta por la diversificación en canales y geografías. Además, este ejercicio finaliza el Plan Estratégico 100+ de Santalucía, que les ha permitido superar las dificultades devenidas por la pandemia, diversificar su negocio (tanto de canales, productos...), fortalecer sus alianzas, digitalizar su día a día, así como consolidar su posicionamiento como líderes en satisfacción en el seguro de Hogar, por lo que, a partir de ahí, comienza “un nuevo período de reflexión estratégica”.

La Comunidad Valenciana seguirá siendo una zona esencial para el desarrollo de la entidad, “con una apuesta con visión multicanal (agencial, corredores y agentes exclusivos) y multiramo Vida/No Vida, generando una oferta de valor personalizada a cada canal de distribución”. De hecho, los resultados en la región “están siendo muy satisfactorios, con un crecimiento en volumen de primas en seguros generales como en Vida, Ahorro e Inversión”. Además, están inmersos en un proceso de transformación e innovación en sus canales de distribución presenciales “para seguir teniendo una de las mejores redes de distribución mediadas del sector” en este territorio.

AXA

AXA tiene en marcha “un importante plan de negocio activo” con el que pretende reforzar su posición en el mercado español “y en concreto en



la Comunidad Valenciana”, señala Inés Echeto, directora de la compañía en Levante-Baleares. Todo ello centrándose en sus negocios estratégicos de Salud, Vida y Empresas, así como en Auto y Hogar.

Una apuesta para la que forman a equipos y mediadores “bajo un modelo de cercanía y proximidad” y trabajando diariamente en el desarrollo de la Comunidad Valenciana, y protegiendo a los ciudadanos de esta región y sus bienes, con soluciones adaptadas a sus riesgos. Todo ello en un territorio en el que, paralelamente, impulsan diversas iniciativas culturales, proyectos solidarios y plataformas de acción social.

SALUS

Los objetivos de Salus de cara a 2024 (continuar creciendo, aumentar cuota de mercado e implementar nuevos productos que satisfagan las necesidades de los asegurados) están muy en-

focados en sus mediadores, imprescindibles para “tener una mayor presencia y aumentar nuestra notoriedad de marca”, mejorando su plataforma de gestión para ganar la confianza de corredores y agentes: “No somos capaces de comprender el crecimiento y la expansión de Salus sin la pieza clave que no es otra que la red mediada”, destaca Natalia Martínez, directora de Marketing y Comunicación. No obstante, siempre se han apoyado en la mediación, por lo que desde que compraron Amefe y colocaron su marca en Valencia y Castellón, lo primero que hicimos fue incorporarnos a los colegios de mediadores.

Con una firme convicción en la necesidad de colaborar con los colegios de mediadores de la Comunidad Valenciana, su apuesta por la región responde al incremento demográfico, el desarrollo empresarial y la capacidad de atracción de personas de otras nacionalidades que vienen a residir a la comunidad. Por eso, ya es el segundo año que la compañía ha apostado por estar presente en Forinvest, pocos meses después de celebrar su X Convención Comercial Zona Este, “un evento que año tras año sirve para estrechar vínculos entre la red mediada, principal canal para el éxito de Salus”.

AEGON

Centrados en sus seguros de Salud y Vida, en Aegon esperan este año seguir creciendo de la mano de sus mediadores, “piezas clave de nues-

tra estrategia”, según Gabriel Fransitorra, director territorial de Canal Mediadores y responsable de Barcelona, Levante, Baleares y Aragón. “Desde hace casi dos años, implementamos un plan único y exclusivo para el canal de mediadores. Dicho plan, ha tenido una gran acogida por parte de la red mediada y nos ha permitido acercarnos a sus mediadores, “piezas clave de nuestra estrategia”, según Gabriel Fransitorra, director territorial de Canal Mediadores y responsable de Barcelona, Levante, Baleares y Aragón. “Desde hace casi dos años, implementamos un plan único y exclusivo para el canal de mediadores. Dicho plan, ha tenido una gran acogida por parte de la red mediada y nos ha permitido acercarnos más a ellos, dando la excelencia en el servicio, potenciando la formación y, sobre todo, la digitalización”, subraya.

En este panorama, la zona Este, que comprende Cataluña, Comunidad Valenciana, Baleares, Murcia y Aragón, es fundamental en la estrategia de Aegon España “debido, principalmente, a las necesidades específicas de estas regiones”. “Sin ir más lejos, en la última campaña, más del 43% de nuestras ventas mediadas en España provinieron de esta zona”, reseña Fransitorra. La Comunidad Valenciana ostenta además “una posición muy relevante”, por lo que han ido adaptando sus productos y servicios a sus particularidades: “Queremos acompañar a la red mediada y mantener el crecimiento en la región, centrán-



donos en nuestros seguros de salud y Vida donde atesoramos una amplia experiencia”.

ASISA

El principal objetivo de [Asisa](#) para 2024 es seguir creciendo en todos los ramos y seguir mejorando su rentabilidad, “lo que implica necesariamente seguir avanzando en el desarrollo de una red comercial bien dimensionada y que sea capaz de llegar a nuevos segmentos de clientes”, reseña Rafael Pastor, director de la Territorial Este, para lo que resulta crucial incorporar nuevos profesionales y ampliar sus acuerdos con la mediación. Además, para mejorar los niveles de satisfacción, vinculación y fidelización de los asegurados están incorporando nuevos seguros a su oferta que se adapten a las necesidades concretas de cada cliente, así como nuevas herramientas que les permitan conocer mejor

a los clientes y sus necesidades y gestionar de manera más flexible las coberturas y servicios que incluyen sus seguros.

En este sentido, la Comunidad Valenciana es “prioritaria” para el crecimiento de Asisa, que lidera el seguro de Salud en Alicante y es la segunda aseguradora en volumen de primas en Valencia y Castellón. Para mantener su apuesta por la región, seguirán desarrollando su red asistencial propia, que cuenta con dos hospitales, ocho centros médicos y más de una veintena de clínicas especializadas (dentales, oftalmológicas, auditivas o de reproducción asistida) y “en los próximos meses tenemos prevista la apertura de un nuevo centro médico en Alicante”.

GENERALI

Este año es clave en la estrategia de [Generali](#), ya que se va a producir la adquisición de [Liberty Seguros](#), lo que la convertirá en una de las compañías líderes del mercado asegurador en España. Además de reforzar las capacidades principalmente en los seguros de Hogar y Automóvil, en línea con la estrategia del Grupo, “el acuerdo permitirá ampliar la capacidad de Generali España en los tres principales canales de distribución: mediadores, bancaseguros y directo”, corrobora Francisco Leal, director de Territorial Levante.

En esta estrategia, la red de agentes y corredores será el principal canal de distribución y



UN SEGURO COMO TU CASA: A TU MEDIDA.

El seguro de hogar flexible que cuenta con tres gamas en las que tú eliges qué coberturas y qué packs de valor añadido contratar.

- Asistencia 24 horas - 365 días.
- Compromiso de calidad: Si nos retrasamos en los plazos establecidos, te devolvemos el dinero de la póliza.



DESCÚBRELO EN [REALE.ES](https://reale.es)

900 455 900 / reale.es

REALE GROUP

 **REALE
SEGUROS**

TOGETHER MORE

contará con más de 7.000 profesionales, convirtiéndose en una de las principales redes de distribución del mercado español. Con especial presencia en la Comunidad Valenciana (con 450 agentes exclusivos y 395 corredores), donde Generali se encuentra en la actualidad en la sexta posición del ranking de aseguradoras, con un volumen de primas de más de 205 millones de euros y atendiendo a más de 317.000 clientes, gracias a una cartera muy diversificada con un peso del 27 % en Autos, 32 % en Multirriesgos, 18 % en seguros personales y 24 % en Vida. “Esto refleja el equilibrio de la compañía en la región, gestionando un volumen de más de 516.000 contratos”, concluye.

MUTUA LEVANTE

Si hay una compañía que tiene a la Comunidad Valenciana como eje de su negocio esa es [Mutua Levante](#): “Una empresa del territorio”, como cita Elena Turrión, consejera delegada de la entidad, “que obtiene su negocio, trabaja con profesionales y revierte sus beneficios mediante acciones sociales y culturales” en el territorio. Con más de 400 puntos de venta en Valencia, Alicante y Castellón, gracia a su red de mediadores, durante 2024 tiene la apuesta de reforzar su cuota de mercado en la ciudad de Valencia y las comarcas de La Vall d’Albaida, El Comtat y l’Alcoià. Además, ampliará el ámbito

de actuación de su fundación para acercar sus acciones sociales y culturales a toda la sociedad valenciana.

Todo ello con el objetivo de “obtener un crecimiento sostenido, sostenible y estable en el tiempo, avanzar en la personalización de tarifas a medida, incorporar nuevas herramientas tecnológicas que permitan agilizar la respuesta y la mejora del servicio a clientes y seguir profundizando en los principios de cercanía y atención personalizada”. Y, como “primera entidad de la Comunidad Valenciana, en haber obtenido el sello ETHSI (un distintivo de calidad ética y solidaria) y la primera en inscribirse en el Registro de Entidades Valencianas Socialmente”, aumentar su gama de coberturas y productos éticos, sociales y sostenibles.



ZURICH

“El principal reto que tenemos en el año 2024 es conseguir mejorar la rentabilidad en el negocio de particulares, el cual ha sido un segmento muy afectado por la inflación y los eventos meteorológicos en el último año”, reconoce Vicente Segrelles, director Territorial Este y Baleares de [Zurich Seguros](#). Con respecto a la mediación, están expandiendo la distribución a través del uso del dato, “consiguiendo así mejorar sus procesos de venta e impulsar su crecimiento”. De hecho, se está fomentando el negocio de Vida gracias a la mayor conectividad con brókers, y ofreciendo mejoras y mayor acompañamiento en la distribución. “Nos encontramos ante un futuro retador en el sector, en constante cambio y evolución por lo que para mantener nuestra competitividad tenemos que agilizar y simplificar nuestros modelos de negocio”, asegura.

En concreto, en la Comunidad Valenciana, se enfocan en productos específicos para clientes extranjeros en la provincia de Alicante y en atender las necesidades de las pymes y empresas en Valencia y Castellón. Para ello, trabajan en estrecha colaboración con corredurías y corredores especializados en este segmento de clientes, así como con sus agentes top, fortaleciendo sus alianzas con los Colegios Profesionales de Mediadores de Seguros en la Comunidad Valenciana: “Nuestro objetivo es seguir expandiendo

nuestra participación en el mercado de la región”, manifiesta.

SOLUNION

“Estamos comprometidos con el desarrollo empresarial de la Comunidad Valenciana y creemos firmemente en el potencial de esta región. Nuestra presencia local en Valencia, Alicante y Castellón nos permite entender las peculiaridades de las compañías de la zona y los retos que enfrentan”, destaca Luis Poveda, director de Zona Este de [Solunion España](#), aspirando a ser un socio estratégico para las empresas que buscan prosperar en un entorno económico cada vez más complejo y globalizado en este territorio.

No obstante, “2024 es un año desafiante. Nos movemos en un contexto de riesgos al alza, con una geopolítica que está definiendo un entorno macro volátil y un escenario de ralentización del crecimiento en toda Europa”, analiza. Con este trasfondo, y teniendo en cuenta el aumento de la morosidad que vienen detectando en los últimos meses, es consciente de que deben “ir más allá”, anticipándose, identificando y aprovechando las oportunidades que se presentan. Esta es la filosofía que ponemos también al servicio de nuestros clientes, que en este contexto es consciente de que deben “ir más allá”, anticiparse e identificar y aprovechar las oportunidades que se presentan. “Esta es la filosofía que ponemos

también al servicio de nuestros clientes”, subraya. Ante este panorama, sus perspectivas de negocio son prudentes, “pero siempre positivas”, y en las que los mediadores son una parte fundamental en su estrategia.

OCCIDENT

En el tercer y último ejercicio de su Plan Estratégico 22-24, [Occident](#) ha puesto el punto de mira en el cliente, identificando los segmentos clave, revisando sus interacciones con ellos y estableciendo un órgano de gobierno que coordine las iniciativas con visión cliente. Según comenta Juan Closa, director general de la compañía, se avanzará en el desarrollo de la estrategia de omnicanalidad, para que el asegurado pueda elegir el canal que prefiera para relacionarse con

la compañía, a la vez que se capacitará a la red de mediación, dotándola de las herramientas necesarias para que pueda relacionarse con los clientes de forma eficaz. Una red que solo en la Comunidad Valenciana cuenta con 1.009 mediadores, dado su importante tejido económico, lo que convierte a la región en “una zona clave para la estrategia de negocio de Occident”.

Además de seguir ampliando sus productos, este año Closa pone el acento en la salud digital y en su propuesta de valor para séniors, además de seguir impulsando la aplicación de la inteligencia artificial en procesos de suscripción y comerciales, ya que nos encontramos en un momento de gran evolución tecnológica. Todo ello en un ejercicio en el que “previsiblemente” se completará la unificación del grupo bajo el paraguas de Occident, con la unión de Norte-Hispana Seguros a finales de este mismo año.



El Colegio de Valencia se vuelca con la tragedia del Campanar



El pasado 22 de febrero la ciudad de Valencia sufrió un devastador incendio en un edificio de viviendas del barrio del Campanar. Desde que se conoció la desgracia, el [Colegio de Mediadores de Seguros de Valencia](#) mostró su “máxima solidaridad con todos los afectados”, lamentando “profundamente los daños personales y materiales” que se produjeron.

La Junta de Gobierno se puso desde el primer momento y desinteresadamente a disposición de todos los damnificados que requirieran orientación y asesoramiento y no dispusieran de agente o corredor colegiado.

En su compromiso de brindar orientación e información a los afectados, y en colaboración con las instituciones públicas, se establecieron oficinas temporales en la Oficina de Atención Ciudadana Municipal del Ayuntamiento de Valencia. Allí los miembros de la Junta del Colegio estuvieron disponibles en turnos de 9:00 a 14:00, ofreciendo su apoyo durante los primeros días tras el siniestro, en los que se atendió a una media de cinco víctimas por día.

“Esta iniciativa subraya el compromiso del Colegio de Valencia con la comunidad, asegurando que los damnificados por el incendio tengan acceso a la ayuda y el soporte necesarios en estos difíciles momentos”, comunicó el organismo.

Además de esta acción, la institución colegial mantiene abiertas vías de contacto para quienes lo necesiten a través de sus canales habituales: por teléfono en el 963

600 769, y por correo electrónico en colegio@valenciaseguros.com.

APOYO SECTORIAL

Pero, el apoyo del [Colegio de Valencia](#) no ha sido el único. Desde que se produjo el incendio, todo el sector asegurador (compañías, mediación, Unespa, asociaciones y entidades colegiales) ha mostrado su cooperación con las administraciones públicas y las víctimas. Todo ello con la intención de ayudar a solventar a la mayor brevedad trámites aseguradores para quienes se vieron perjudicados por un siniestro que causó 10 muertos y quemó 138 viviendas, asesorando, adelantando indemnizaciones, proporcionando apoyo psicológico y resolviendo todo tipo de gestiones.

Por su especial implicación, cabe destacar a [Mapfre](#), aseguradora del edificio, que ha colaborado estrechamente con el organismo que preside Jorge Benítez, y a [Magma Oficina Técnica Pericial](#), cuyo director técnico Sergio Villar desarrolló el 12 de marzo, en colaboración con el Colegio de Valencia, una reunión informativa, a la que asistieron 52 personas.

Valoro la responsabilidad social

En Mutua Levante hacemos
todo lo que valoras y tenemos
un sello que lo garantiza.

**MUTUA LEVANTE,
SEGUROS ÉTICOS
Y SOLIDARIOS.**



LOS MEDIADORES DE CASTELLÓN ASISTEN A UNA JORNADA SOBRE SEGUROS PARA EMPRESAS

El Colegio Profesional de Mediadores de Seguros de Castellón ha celebrado una jornada formativa sobre seguros para empresas en colaboración con Zurich. La sesión, que se desarrolló en las instalaciones colegiales, contó con una gran acogida por parte de los colegiados, completándose el aforo disponible.



[Leer más](#) ▶▶

EL CONSEJO GENERAL SE UNE A LA INDUSTRIA DE ALIMENTACIÓN EN LA BÚSQUEDA DE SOLUCIONES A LA FALTA DE ASEGURAMIENTO

El Consejo General de Mediadores y la Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB) unirán esfuerzos para encontrar soluciones al grave problema de la falta de aseguramiento en el sector de la alimentación.



[Leer más](#) ▶▶

LOS COLEGIADOS VALENCIANOS CONOCEN DE MANO DE AEMES NOVEDADES DEL CONVENIO COLECTIVO DE MEDIACIÓN

Aemes ha organizado la jornada técnica-formativa titulada "El convenio colectivo de la mediación de seguro: principales novedades", en el Colegio Profesional de Mediadores de Seguros de Valencia. Este evento captó la atención de un amplio número de corredores y agentes del sector, quienes mostraron gran interés en las actualizaciones y mejoras del convenio colectivo.



[Leer más](#) ▶▶

EL COLEGIO DE CASTELLÓN CELEBRA JUNTO A SUS ENTIDADES COLABORADORAS SU TRADICIONAL ENCUENTRO

El Colegio Profesional de Mediadores de Seguros de Castellón ha celebrado su tradicional encuentro con las entidades colaboradoras que apoyan su labor. Asistieron los directores de zona, siendo recibidos por la junta de gobierno colegial, encabezada por su presidente, Antonio Fabregat.



[Leer más](#) ▶▶

LA MEDIACIÓN PONE EN MARCHA UNA **CAMPAÑA DE COLEGIACIÓN** DESTINADA A AGENTES



Los mediadores han puesto en marcha una campaña para ampliar la presencia de agentes en los colegios. Aunque en muchos casos su presencia no es mayoritaria en el colegio, son la modalidad de mediador más numerosa en nuestro país.

[Leer más](#) ▶

EL COLEGIO DE ALICANTE RECIBE AL NUEVO RESPONSABLE DE **ZURICH** EN LA PROVINCIA

El nuevo responsable de Zurich para Alicante, Julián Clausi, se ha presentado oficialmente en el Colegio Profesional de Mediadores de Seguros de Alicante ante los corredores colegiados. Clausi ha destacado la importancia de trabajar con el respaldo y el apoyo de dos grandes entidades, como son su aseguradora y la institución colegial.



[Leer más](#) ▶

CECAS CERRÓ 2023 CON RÉCORD DE ALUMNOS

Cecas ha cerrado 2023 batiendo récord de alumnado y consolidando su propuesta formativa con la creación de nuevos programas, entre ellos, los cursos de alto calor y los cursos píldora. En total, más de 10.000 profesionales de la mediación han recurrido a la escuela de negocios tanto para poder ejercer como agentes o corredores como para actualizar sus conocimientos en diversas materias.



[Leer más](#) ▶

ÉXITO DEL ENCUENTRO “**LAS MAÑANAS DE LA MEDIACIÓN**” DEL COLEGIO DE CASTELLÓN

El Colegio Profesional de Mediadores de Seguros de Castellón ha llevado a cabo la iniciativa “Las mañanas de la mediación”. Esta actividad, diseñada para fomentar el diálogo y el intercambio de ideas dentro del sector de la mediación de seguros, contó con la destacada participación de la junta de gobierno colegial.



[Leer más](#) ▶

LA SINIESTRALIDAD DEL SEGURO AGRARIO SE SITÚA EN 1.241 MILLONES, SU RÉCORD HISTÓRICO



[Leer más](#) ▶▶

ALLIANZ SEGUROS CREA UN NUEVO SEGURO DE SALUD

Allianz Seguros ha lanzado su nuevo seguro de Salud, que incluye modalidades con y sin copago. Es una solución aseguradora que da acceso a más de 55.000 especialistas, cerca de 13.000 centros médicos y alrededor de 900 hospitales, y ofrece videoconsulta y chat médico.



[Leer más](#) ▶▶

EL SECTOR AUMENTÓ UN 18% SU FACTURACIÓN EN 2023

Los ingresos por primas de las aseguradoras se situaron en 76.463 millones de euros a cierre de 2023, un 17,99% más que en el año anterior. De la facturación lograda a lo largo del ejercicio, 43.011 millones correspondieron al ramo de No Vida y los 33.452 millones restantes, al de Vida, según muestran los datos provisionales recabados por ICEA.

[Leer más](#) ▶▶



ASISA VIDA PONE EN EL MERCADO UN SEGURO DE ACCIDENTES PARA SENIORS

Asisa Vida ha incorporado a su cartera de productos un nuevo seguro de accidentes diseñado específicamente para personas de entre 55 y 85 años. Asisa Vida Accidentes Senior se podrá contratar en diferentes modalidades e incluye coberturas específicas (quemaduras graves, fracturas, hospitalización por accidente, etc.) y servicios asistenciales adaptados a los asegurados senior.



[Leer más](#) ▶▶

Comprometidos con tu éxito

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

Pregúntaselo a Luisa:

preguntaselov@caser.es

*Luisa Martínez, socia de Jorge Seguí
y Luisa Martínez, S.L., Agencia
Exclusiva de Caser en Valencia.*



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

AXA MUESTRA SUS NOVEDADES COMERCIALES PARA ESTE EJERCICIO

Los equipos comerciales de **AXA España**, incluidos los procedentes de GACM, se reunieron en Madrid con el objetivo de conocer de primera mano las prioridades del ejercicio y las novedades comerciales que llegarán en los próximos meses.

[Leer más](#) ▶▶



FERNANDO CAMPOS, NUEVO CONSEJERO DELEGADO DE DKV

El Consejo de Administración de **DKV Seguros** ha nombrado a Fernando Campos nuevo consejero delegado de la compañía en España. El nombramiento será efectivo a partir del próximo 1 de abril y así se ha comunicado a la Dirección General de Seguros. Hasta esa fecha, la empresa continuará siendo dirigida por el Comité Ejecutivo que asumió el control en marzo del 2023, tras la salida del anterior CEO.



[Leer más](#) ▶▶

CIGNA AMPLÍA SUS TRATAMIENTOS DE ONCOLOGÍA, CARDIOLOGÍA Y CIRUGÍA

Cigna Healthcare ha ampliado sus tratamientos y pruebas diagnósticas en las áreas de oncología, cardiología y cirugía. Dentro de Cigna+Salud, la nueva oferta de servicios pone el foco en el cuidado físico de los pacientes a través del servicio de fisioterapia a domicilio y la ampliación de servicios de parto y posparto para madres y recién nacidos.



[Leer más](#) ▶▶

CASER ANALIZA LAS OPORTUNIDADES DE CRECIMIENTO EN SU CONVENCIÓN COMERCIAL ANUAL

Caser Seguros ha celebrado la XIX Convención Comercial Anual del Negocio de Agentes y Corredores y la Red Propia de Salud en su sede en Madrid. "Mejorar la rentabilidad manteniendo el ritmo" ha sido el lema de esta edición, un encuentro clave para establecer las directrices del ejercicio 2024.



[Leer más](#) ▶▶

MAPFRE INCORPORA LA IA EN SUS OFICINAS PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LOS AGENTES



[Leer más](#) ▶▶

Mapfre ha iniciado en varias de sus oficinas una prueba piloto con inteligencia artificial para dar soporte a los integrantes de su red y ayudarles con sus tareas de atención al cliente. El proyecto utiliza MIA GPT, una herramienta de desarrollo interno que permite agilizar las respuestas a las consultas de los clientes sobre coberturas de sus pólizas y otras cuestiones relacionadas con sus productos contratado, así como apoya al agente en la resolución de dudas.



[Leer más](#) ▶▶

DAS SEGUROS SE CONVIERTE EN ONLYGAL

DAS Seguros ha presentado su nueva identidad corporativa y líneas estratégicas que, bajo la marca onLygal, responde a la puesta en marcha de un proceso de transformación con el que aspira convertirse en la entidad líder en soluciones legales en España.

FISIO DIGITAL Y EVALUADOR DE SÍNTOMAS, NUEVOS SERVICIOS DEL ECOSISTEMA DE SALUD DIGITAL DE SANITAS

La tecnología aplicada al cuidado de la salud permite desarrollar una medicina más personalizada y preventiva. Muestra de ello son los dos nuevos servicios de BluaU, el ecosistema de salud digital Sanitas, Físio digital y Evaluador de síntomas, ideados por el equipo de Transformación de la compañía.

[Leer más](#) ▶▶



ASISA CREA LAS ÁREAS DE ESTRATEGIA Y TRANSFORMACIÓN DE NEGOCIO Y CONTROL DE GESTIÓN DE NEGOCIO

Asisa ha creado dos nuevos departamentos en su Dirección General de Negocio: la Dirección de Estrategia y Transformación de Negocio, que dirigirá Elena Martín; y la Dirección de Control de Gestión de Negocio, de la que se responsabilizará Pablo Rojo.

[Leer más](#) ▶▶



EL 22,5% DE LOS DIRECTIVOS DE PYMES NO CONOCEN LOS RIESGOS POR COMETER ERRORES EN SU ACTIVIDAD

El 22,5% de los directivos de las pymes españolas no son conocedores de la posibilidad de verse involucrados en errores y negligencias en el ejercicio de su actividad, que puedan suponer multas, reclamaciones o problemas legales, tal y como se desprende del Whitepaper "El coste real de montar tu propia empresa" de [Hiscox](#).



[Leer más](#)

CASER LANZA UN SEGURO ESPECIALIZADO EN CHALETS

[Caser Seguros](#) ha presentado el seguro Chaletísimo, diseñado específicamente para cubrir las necesidades de los propietarios de adosados, pareados y viviendas independientes. Con este nuevo producto, la compañía aseguradora busca proporcionar una solución integral que garantice la protección y seguridad de este tipo de viviendas.



[Leer más](#)

OCIDENT CUBRE CON UN NUEVO PRODUCTO LOS HOGARES DE ALTO STANDING

[Occident](#) ha lanzado Hogar Exclusivo, una nueva modalidad de su gama Hogar diseñada para atender la demanda de los clientes que tienen unas necesidades específicas por las características de su vivienda. De este modo, incluye coberturas únicas que dan respuesta a las necesidades concretas de este tipo de clientes, así como amplía



el alcance de diversas coberturas y servicios ya ofrecidos en otras modalidades de Hogar de la aseguradora.

[Leer más](#)

AXA ESPAÑA REORGANIZA SU COMITÉ DE DIRECCIÓN

[AXA España](#) ha anunciado la remodelación de su Comité de Dirección, efectiva a partir del 1 de abril, tras las aprobaciones regulatorias y corporativas pertinentes, que implica cambios en la dirección de cuatro áreas de la compañía: Personas, Organización y Secretaría General; Riesgos y Cumplimiento; Cliente y Dato y Operaciones.



[Leer más](#)

Sostenibilidad organizacional

Iria Paz Gil
Alberto Prado Román
Miguel Prado Román

**IRIA PAZ,
ALBERTO PRADO Y
MIGUEL PRADO**

Editorial:
PIRÁMIDE

Nº de páginas: 248
Precio: 16,95 €

Sostenibilidad organizacional

La sostenibilidad organizacional es un tema indispensable en la administración de las empresas y organizaciones actuales. Los consumidores reivindican productos y servicios que tengan un menor impacto negativo en el medio ambiente, al tiempo que garanticen buenas condiciones laborales en todas las fases del proceso de producción y aseguren una mejor redistribución de la riqueza. Se trata de un modelo de negocio, una forma de gestionar las empresas, que tiene en su punto de mira el impacto conjunto de su actividad sobre las tres dimensiones: ambiental, social y económica, y en toda la cadena de valor y a largo plazo. La publicación de esta obra surge de la necesidad de proporcionar a los profesionales del ámbito de la economía y de la empresa un manual en el que se aborden de forma integral y conjunta las áreas fundamentales de la gestión de las organizaciones y de las empresas.

DIVULGACIÓN

ADELA BALDERAS

REINVENTA TU LIDERAZGO

12 CLAVES PARA GESTIONAR EQUIPOS

ADELA BARDERAS

Editorial:
ESIC

Nº de páginas: 224
Precio: 18 €

Reinventar tu liderazgo

12 claves para gestionar equipos

Este libro guía a través de doce claves en una dimensión diferente del liderazgo y del autoliderazgo: desde la empatía hasta la autenticidad pasando por la comunicación, la resiliencia y el poder de cuidar los detalles. En este mundo de cambios vertiginosos en los que se entrelazan oportunidades inesperadas con la incertidumbre amenazante, el liderazgo exige un nuevo enfoque y requiere adaptación, visión y una clara voluntad de reinventarse. Se muestran estrategias, herramientas y recursos prácticos que permitirán mirar más allá de las palabras y guiarán en su uso. Doce claves para lograr gestionar equipos, mejorar la comunicación, desarrollar habilidades y crecimiento personal, fidelizar el talento y potenciar el lado más emocional, resiliente e integrador en un mundo en el que la tecnología y la inmediatez parecen querer relegar la faceta más humana.



Las mañanas de la mediación

El **Colegio de Mediadores de Seguros de Castellón** tiene puesta en marcha su iniciativa “Las mañanas de la mediación”, unos encuentros de trabajo que realizan periódicamente por distintas zonas de la provincia, dirigida a colegiados y no colegiados, para establecer sinergias y colaboraciones entre los profesionales del sector.

- ▶ **Contacto:**
csc@mediadorescastellon.com
- ▶ **Más información:**
www.mediadorescastellon.com

Prevención de blanqueo de capitales

Los mediadores de seguros están obligados a informar de operaciones que podrían ser sospechosas de blanqueo de capitales cuando actúen con seguros de Vida u otros servicios de inversiones. Por eso el **Consejo General** pone a su disposición un servicio de atención que se encargará del cumplimiento de todas las obligaciones impuestas en esta materia.

- ▶ **Precio:** 290 euros al año
- ▶ **Más información:**
info@mediadores.info



Asamblea general

El **Colegio de Mediadores de Seguros de Castellón** está organizando la próxima celebración de su asamblea general, en la que se hará un repaso de toda la actividad colegial desarrollada en el último ejercicio, así como se someterá a votación la aprobación de las cuentas de 2023 y el presupuesto para 2024

- ▶ **Fecha:** mes de abril (por confirmar el día)
- ▶ **Lugar:** Colegio de Mediadores de Seguros de Castellón
- ▶ **Más información:**
www.mediadorescastellon.com



Pérdidas pecuniarias

Los colegiados castellonenses podrán formarse próximamente sobre el seguro de Pérdidas pecuniarias, de la mano de **Iris Global**, compañía que recientemente ha sido aprobado por la **DGSFP** para ampliar su actividad a este ramo, que cubre las ganancias que una compañía ha dejado de obtener por un siniestro.

- ▶ **Fecha:** 25 de marzo de 2024
- ▶ **Modalidad:** online
- ▶ **Más información:**
www.mediadorescastellon.com

