



PUNTO DE VISTA

Francesc Rabassa

La subida de tipos impulsa el ahorro

ACTUALIDAD COLEGIAL

Alicante, Castellón y
Valencia, de celebración

ACTUALIDAD SECTORIAL

María José Puigcerver

Forinvest: un espacio de aprendizaje

Vida Ahorro se muestra imparable

Nuevas oportunidades
en un ramo al alza





¿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

Las jubilaciones, en la cuerda floja

La hucha de las pensiones en España lleva tiempo tambaleándose. El relevo generacional es insuficiente y las previsiones de evolución demográfica atisban que la situación se enquistará. Queda claro desde hace años que el sistema público no será suficiente para cubrir las necesidades de una población cada vez más envejecida y, a la vez, más longeva. Lo que hace imprescindible que el segundo y el tercer pilar cobren un mayor protagonismo.

En los últimos meses hemos asistido al fomento por parte del Gobierno de los planes de pensiones de empleo, una buena noticia (especialmente para pymes y autónomos) cuya repercusión real aún tardaremos unos meses en poder empezar a evaluar. Sin embargo, ese incentivo al ahorro a través de las empresas contrasta con las restricciones impuestas a los planes individuales, a los que en 2020 se podían aportar hasta 8.000 euros al año y ahora apenas 1.500. Una medida que ha provocado una notable disminución del 32% de las aportaciones brutas anuales al sistema individual en el último ejercicio.

Estas trabas se suman a una realidad incuestionable: la capacidad de ahorro de trabajadores

y familias es limitada en la actualidad. La escalada de precios de la vivienda, los tipos de interés al alza y la inclemente inflación están haciendo casi imposible “guardar para la jubilación”, de tal forma que medidas como el aumento del salario mínimo o la rebaja del IVA de los alimentos no tengan el impacto sustancial deseado en las economías domésticas.

Ante esta situación, la industria aseguradora está haciendo sus deberes, poniendo en el mercado múltiples productos en los que los ciudadanos pueden invertir de cara a los años venideros y que se adaptan a las diferentes necesidades de los clientes. Sin embargo, queda en el debe una tarea histórica en el sector: la consecución de una mayor concienciación financiera en la población, que si resulta esencial para cualquier producto asegurador, en cuestiones relacionadas con el ahorro es imperante. Y, claro está, seguir reclamando y presionando ante las administraciones públicas sobre la necesidad de apostar por el tercer pilar, ya que la previsión social requiere de una colaboración pública-privada para la sostenibilidad del sistema de pensiones a lo largo del tiempo.

PUBLICACIÓN BIMESTRAL
NOVIEMBRE-DICIEMBRE 2023
Nº 119



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

Vida Ahorro se muestra imparabile

La incertidumbre sobre la jubilación, los incentivos fiscales y el alza de los tipos de interés empujan el ramo.

14. Punto de vista

Francesc Rabassa
Director de CA Life



18. Actualidad colegial

Congreso de Alicante y festividades de la patrona de Valencia y Castellón



30. Formación "En curso"

IA Generativa



34. Actualidad sectorial

María José Puigcerver
Directora de Forinvest



3. Editorial

Las jubilaciones en la cuerda floja

32. Asesoría Jurídica

El derecho al olvido oncológico en los seguros

36. Actualidad Sectorial

Las noticias del sector

41. Qué leer

Aprender es cambiar
La conversación del desarrollo

42. Agenda

Actividades y servicios de los colegios



VIDA AHORRO SE MUESTRA IMPARABLE

Nuevas oportunidades en un
ramo al alza

Vida Ahorro está en pleno crecimiento. El alza de los tipos de interés y la estrategia de los bancos de mantener sus depósitos sin remuneración está favoreciendo notablemente al sector asegurador, que según los últimos datos de [Unespa](#), a cierre de septiembre tiene encomendados 258.233 millones de euros de sus clientes, un 4,54% más que un año antes.

De esa cantidad, 200.651 millones corresponden a ahorros, lo que supone un 4,82% más que al finalizar el tercer trimestre de 2022, a la que hay que sumar otros 57.582 millones correspondientes al patrimonio de los planes de pensiones cuya gestión corre a cargo de aseguradoras, que aumentaron un 3,58% en términos interanuales.

En este entorno de crecimiento, son los productos unit linked, PIAS y rentas vitalicias los que mayores crecimientos porcentuales están experimentando, según detalla María Sánchez, directora de Desarrollo de Negocio y Relaciones Institucionales de [Avanza Previsión](#). “El año está siendo positivo para el ramo y se espera que mejore aún más en el último tercio, motivado por una nueva subida de tipos en el pasado mes de septiembre y una cierta estabilización en el dato de inflación”, reseña. No obstante, los bancos centrales están adoptando medidas encaminadas a tratar de disminuir la inflación mediante sucesivas subidas de tipos de interés con el fin de bajar el consumo y, con ello, que decrezcan los precios. “Esto ha provocado que muchas entidades hayan comenzado a ofrecer, al contrario de lo que venía ocurriendo en años anteriores, productos de seguro con rentabilidad atractiva y garantizada”, aprecia.

Ahora bien, el ramo Vida-Ahorro está atravesando un “cambio de paradigma claro” precisamente por la subida de tipos, arguye Andrea Vignaga, director de Desarrollo de Negocio de

“

Unit linked, PIAS
y rentas vitalicias
son los productos de
ahorro que mayores
crecimientos están
experimentando

”

Vida de [Santalucía](#). De este modo, productos que antes no se comercializaban o lo hacían de forma marginal, ahora vuelven a estar presentes en la oferta de las compañías, como es el caso del ahorro garantizado, que ha recibido un fuerte impulso debido también a la poca oferta existente de tipos atractivos en las cuentas corrientes bancarias.

“El alza de los tipos de interés ha permitido en los últimos meses recuperar la oferta de productos garantizados, que facilitan a los clientes el ahorro a medio y largo plazo”, corrobora Fernando Enríquez, director de Negocio de Ahorro de [VidaCaixa](#), quien destaca también los productos híbridos, en los que se combinan productos de

ahorro a largo plazo con coberturas biométricas innovadoras, así como los productos para la disposición de los ahorros, como las rentas vitalicias.

ENTORNO INFLACIONISTA

Pero no solo la subida de los tipos de interés en los últimos meses ha propiciado este panorama. La elevada inflación también ha favorecido a dibujar un nuevo escenario que ha influido en las preferencias de los clientes en cuanto a productos financieros, a la vez que ha permitido hacer más atractiva la oferta de productos de Vida y Ahorro, defiende Núria Casasús, directora de Productos Vida y Planes de Pensiones de Negocio Tradicional de [Grupo Catalana Occidente](#).



Una tendencia que se prevé que se mantenga también el próximo ejercicio, “ya que el entorno económico seguirá previsiblemente afectado por los niveles de la inflación”, lo que hará de 2024 un año propicio para el ahorro, “combatiendo la pérdida de poder adquisitivo generada por la inflación por medio de productos de Vida Ahorro”, considera María Sánchez.

“Para mantener el valor real de los ahorros, es muy importante contratar un vehículo financiero que permita preservar el poder adquisitivo a largo plazo”, corrobora Patricia Esteban, Head of Group Savings & Investment de [Generali](#), que pone en valor el papel de las aseguradoras para ayudar a sus clientes a canalizar el ahorro parado en cuentas bancarias o depósitos no remunerados hacia productos financieros que actualmente ofrezcan rentabilidades atractivas para los mismos.

No obstante, en entornos inflacionistas como el actual, es importante disponer de productos pensados para preservar el ahorro de los clientes. “Es necesario seguir apostando por productos de ahorro gestionados, que son los que realmente baten la inflación a medio y largo plazo”, destaca Fernando Enríquez.

Además, se está capeando el gran riesgo asociado a la inflación: la pérdida de poder adquisitivo que provoca en los ahorros de las personas, ya que el dinero pierde valor y merma la capacidad de compra. “A pesar del contexto inflacionario actual, observamos que la capacidad de



ahorro sigue incrementándose”, asegura Núria Casasús, hasta el punto de que en el segundo semestre de 2023, según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), los hogares españoles ahorraron 50.298 millones de euros frente a los 32.902 millones del mismo periodo de 2022, lo que supone un crecimiento, en valores relativos del 52,9%.

Con todo, Andrea Vignaga recuerda que “la inflación se comporta como un parásito que reduce la capacidad adquisitiva de nuestro ahorro siempre y cuando no tomemos medidas para reducir sus efectos”. Y aunque existen distintas fórmulas en el mercado para seguir ahorrando, “hemos de tener muy presente esa pérdida en el poder adquisitivo más que nunca y cuidar nuestra cartera para que pueda seguir cumpliendo sus objetivos en el futuro”.

IMPULSO DE SEGUROS COLECTIVOS

También están teniendo un buen comportamiento los seguros colectivos, gracias a que “la

relación entre las empresas y sus empleados ha experimentado un cambio significativo en los últimos años. Ya no solo es importante el salario para retener y atraer el talento, sino que los trabajadores buscan conseguir un bienestar emocional en su empresa”, reconoce Sánchez. Esto ha provocado que los empleados cada vez valoren más la retribución flexible, lo que “ha beneficiado a los seguros de ahorro colectivos”, según Patricia Esteban, ya que ha permitido que estos se posicionen como una excelente solución ante los acotados límites de aportaciones y de reducción del IRPF que los planes de pensiones tienen actualmente. De esta forma, las empresas se están lanzando a ofrecer a sus empleados la opción de realizar aportaciones a un seguro colectivo de jubilación.

“Existe un claro beneficio fiscal en esta vertiente del ahorro; lo más importante es elegir el vehículo adecuado para instrumentarlo”, resalta Vignaga, que pone en valor que en la actualidad la oferta es tan variada como en los seguros individuales y abarca propuestas garantizadas o estructuradas sobre productos tipo unit linked con opciones de renta variable.

Y es que, si hasta ahora los productos más beneficiados de este nuevo paradigma eran los seguros de Salud y Vida, las últimas modificaciones normativas que han reducido los límites de aportaciones a los planes individuales han llevado a que los seguros de ahorro colectivos se ha-



Este verano
te mereces
un buen viaje

Lo nuestro es
despreocuparte



Seguro de viajes



Para más información:
Consulta a tu mediador
93 485 89 05 - 91 599 82 87 | www.ARAG.es



yan incorporado también al esquema de retribución flexible, gracias a su fiscalidad. “Además, es una herramienta muy efectiva para abordar la necesidad de fidelizar el talento, optimizar el sueldo de los empleados e incrementar su nivel de satisfacción en la empresa”, asegura la directora de Desarrollo de Negocio y Relaciones Institucionales de Avanza Previsión.

No obstante, “los seguros de ahorro colectivos permiten hacer frente a imprevistos y garantizan el bienestar del patrimonio y de los trabajadores”, reconoce Enríquez, lo que está incrementando el interés por parte de las compañías para facilitar a sus trabajadores ahorro para la jubilación.

ACCESO A LOS PPE

En esta línea, los profesionales del sector destacan el impulso del segundo pilar emprendido por el Gobierno con los planes de pensiones de empleo. No obstante, “con la creación de los planes de pensiones simplificados se da acceso, de una forma más sencilla, a que los profesionales autónomos puedan aprovechar el máximo de exención previsto en la ley”, comenta el director de Desarrollo de Negocio de Vida de Santalucía, que considera que si se piensa en una fórmula de ahorro focalizado en las pensiones y que cuente con deducción fiscal, “son los únicos que mantienen su atractivo intacto”.

En concreto, Esteban se alegra de que las reformas implantadas por el Gobierno han simpli-

Rentas vitalicias al alza

Uno de los productos que está cogiendo más relevancia en nuestro mercado es el de las rentas vitalicias, que empiezan a interesar a las aseguradoras como vehículo de ahorro para afrontar la jubilación. “La comercialización de las rentas vitalicias está teniendo una gran acogida en el mercado español debido a los beneficios que ofrece para las prestaciones de los sistemas de previsión social complementarios”, reconoce Patricia Esteban.

Además, “el especial tratamiento fiscal de estos productos siempre será el principal motivo de contratación, y el escenario económico actual, con tipos muy atractivos, sirven para que entidades tradicionales se sumen a la comercialización de rentas a través de las redes de mediación”, destaca directo-

ra de Desarrollo de Negocio y Relaciones Institucionales de Avanza Previsión, toda vez que hasta ahora estaba especialmente comercializada por la banca-seguros. Asimismo, aprecia que la incorporación de la generación babyboomer, con su patrimonio y necesidades de ahorro, “supone un aliciente añadido”.

De hecho, Fernando Enríquez argumenta que las soluciones de disposición, como las rentas vitalicias y otros productos para este segmento poblacio-

nal, “serán una clara tendencia en la oferta del sector asegurador en los próximos años”.

No obstante, “son un excelente medio de desaccumulación muy adecuado para un determinado perfil”, según Vignaga, ya que permiten a partir de determinadas edades obtener grandes beneficios fiscales, sobre todo si se reinvierte en ellas ganancias patrimoniales y resultan aún más atractivas con el incremento de tipos de interés.



ficado los trámites para que pymes, autónomos y asociaciones puedan acceder a los sistemas de previsión social complementarios. No obstante, las modificaciones permiten que los trabajadores puedan realizar aportaciones por encima del límite máximo anual de 1.500 euros anuales existente para los planes de pensiones individuales, incrementando dicho límite en 8.500 euros, 5.750 euros para los autónomos.

Con todo, Casasús critica que, aunque comparte el objetivo de desarrollar estos planes de empleo públicos y la voluntad de concienciar sobre la corresponsabilidad en el ahorro para la jubilación entre el individuo y la empresa, “las herramientas otorgadas a las entidades gestoras hacen pensar en un desarrollo limitado de estas opciones de contratación en entidades gestoras medianas y pequeñas”.

Independientemente de sus diferentes puntos de vista, los expertos coinciden en que todavía es pronto para hacer una valoración del funcionamiento de los PPE tras las medidas de impulso, ya que el desarrollo reglamentario para su efectiva aplicación se completó en julio. Ahora bien, como señala María Sánchez, directora de Desarrollo de Negocio y Relaciones Institucionales de Avanza Previsión, supone “un primer paso hacia la universalización del segundo pilar a colectivos como los autónomos, pymes y micropymes, que antes no podían o tenían muy difícil el acceso a estos sistemas”.

PLANES PENSIONES PERSONALES

De hecho, para Andrea Vignaga, director de Desarrollo de Negocio de Vida de Santalucía, el sistema de pensiones privadas en España ha sufrido un cambio conceptual desde el momento en que se desincentivaron los planes privados: “La reducción en los máximos deducibles ha hecho que pierdan atractivo y que se piense más ahora en fórmulas colectivas como los planes de empleo público o los simplificados”.

Lo que es evidente es que los planes de pensiones individuales han perdido fuelle. Si en 2020, antes de la reforma, los españoles destinaban 4.695,9 millones a esta fórmula de ahorro, las aportaciones se han reducido un 63,6% en la actualidad, registrando solo 1.709,6 millones en la actualidad.

“Un aspecto fundamental que no debemos pasar por alto son los estímulos fiscales. En países con mayores ventajas fiscales observamos mayores niveles de ahorro complementario”, recuerda el director de Negocio de Ahorro de VidaCaixa, para quien es crucial contar con un entorno de estabilidad y transparencia, permitiendo a todas las personas planificar su jubilación a través de herramientas efectivas y atractivas de ahorro a largo plazo.

Para ello, “las personas debemos tomar conciencia de que los ingresos que percibiremos del sistema público serán inferiores a nuestro último salario”, comenta la directora de Productos Vida y Planes de Pensiones de Negocio Tradicio-



Los planes de pensiones individuales pierden fuelle, mientras que los colectivos y los PPES mantienen altas expectativas



nal de Grupo Catalana Occidente. El problema es que “estos incentivos fiscales siguen sin ser suficientemente atractivos para que la población adquiera el hábito del ahorro sistemático y finalista”. “Una política de fiscalidad favorable al ahorro, que priorizara la capitalización a medio y largo plazo, provocaría un retorno positivo a la sociedad en la difícil solución al futuro de las pensiones”, aluce.

Para la Head of Group Savings & Investment de Generali el aspecto positivo es que “cada vez existe mayor conciencia entre los ciudadanos de que las pensiones públicas deberán complementarse de alguna manera”, por lo que es beneficioso crear una cultura financiera y la importancia del ahorro periódico cuanto antes.

ALTERNATIVA A LA BANCA

En este contexto “los clientes de Vida demandan soluciones de ahorro, tanto a medio como a largo plazo, para prepararse para determinados objetivos a futuro, sobre todo en el contexto socioeconómico que nos envuelve”, arguye Núria Casasús, directora de Productos Vida y Planes de Pensiones de Negocio Tradicional de Grupo Catalana Occidente.

El ramo de Vida Ahorro se enfrenta a un futuro en el que las aseguradoras deberán adaptarse de manera ágil a las exigencias demográficas, regulatorias y económicas, lo cual, según Patricia Esteban, Head of Group Savings & Invest-



Los cambios demográficos presentan desafíos importantes que exigirán al sector soluciones innovadoras



ment de Generali, requerirá nuevas soluciones para las nuevas necesidades de la sociedad.

Ahora bien, Andrea Vignaga cree que para eso hay que seguir concienciando de la necesidad de ahorrar y ofrecer productos que tengan en cuenta actuales preocupaciones como la sostenibilidad y responsabilidad social, lo que “exige ser innovadores y creativos y hacer evolucionar los productos tradicionales hacia fórmulas que cumplan todos estos requisitos”.

Efectivamente, los cambios demográficos presentan desafíos importantes en términos de longevidad, morbilidad y dependencia, comenta Fernando Enríquez, director de Negocio de Ahorro de VidaCaixa, para quien, sin embargo, “también abren la puerta a que las asegurado-

ras innovemos en productos y servicios, permitiéndonos satisfacer de manera efectiva las crecientes necesidades de protección y ahorro entre los mayores”. En este sentido, aboga por la personalización del producto, hasta el punto de que los clientes puedan activar y desactivar el seguro en función de las necesidades o adaptar el capital asegurado y las coberturas de forma rápida, así como crear productos modulables que permitan añadir servicios complementarios que mejoren la propuesta de valor al asegurado.

“El sector, en general, debe continuar fortaleciendo su imagen de marca. La excelente solvencia que demuestra y su rechazo a incurrir en prácticas abusivas son motivos suficientes para que asuma decididamente su papel como alternativa a la banca”, sentencia Sánchez.



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



Francesc Rabassa

Director general de **CA Life**

LA SUBIDA DE TIPOS IMPULSA EL AHORRO

Los productos de Ahorro están experimentando un importante crecimiento, gracias, en gran medida, a la subida de tipos de interés, que ha propiciado un incremento de más del 69% en el volumen de primas. Sin embargo, la falta de cultura financiera y la evolución económica y social lastran el sistema de pensiones, lo que requiere “ser transparentes con esta realidad, buscar alternativas e incentivarlas”, precisa Francesc Rabassa.



Las primas medias,
la persistencia y los
capitales contratados
a través de mediadores
son superiores en más
de un 50% de media a la
de bancaseguros



El ramo de Vida, en general, está teniendo un buen comportamiento este año. ¿A qué responde esta buena evolución?

No es homogéneo el crecimiento ya que Vida Riesgo decrece y es Ahorro el que está teniendo unos crecimientos espectaculares como refugio del inversor en rentabilidades mejores y garantizadas, en muchos casos aprovechando la subida de tipos.

¿Considera que es adecuada la oferta aseguradora de productos de Ahorro existente en el mercado nacional?

La oferta es muy extensa y el sector asegurador ha demostrado siempre una fortaleza financiera que ha permitido garantizar a sus clientes lo que estaba en contrato y a muy largo plazo. Hay aún en el mercado pólizas garantizadas al 4,6 y hasta el 8% y las entidades seguimos cubriendo estos compromisos. Para los clientes hay oferta para cualquier necesidad, horizonte de inversión y riesgo financiero; lo importante es disponer de un asesoramiento correcto para adaptar las coberturas con estas necesidades.

¿Qué pueden hacer las aseguradoras para que los consumidores apuesten en mayor medida por estos productos?

Hay una falta increíble de cultura financiera en España. Hasta hace unos años, el ahorro se canalizaba en activos que eran refugio y persistentes

en el tiempo, principalmente en inmobiliario, pero también en renta fija y en acciones de empresas cotizadas. Esto ha cambiado; hoy día no hay ningún valor en el que se pueda confiar de por vida y, además, la capacidad de ahorro de los españoles ha caído de forma importante.

El sistema público de pensiones está inmerso en la incertidumbre. ¿Por qué cree que no se incentiva desde el Gobierno los planes privados individuales?

Creo que es una cuestión puramente política. Incentivar cualquier sistema de previsión social con un carácter finalista para la jubilación es aceptar un fracaso del modelo actual de reparto. La realidad es la que es y tenemos una parte muy buena en nuestro país que es la longevidad de nuestra población. Hay que pensar en el futuro y ser responsables con una realidad social, económica y actuarial que nos dificultará mantener el nivel de vida actual y la sostenibilidad del sistema de pensiones. Hay que buscar alternativas e incentivarlas.

¿Cómo afectará el fomento de los planes de pensiones de empleo por parte del Gobierno en las pymes y los autónomos?

Lo que se genera con esto es un oligopolio de la gestión, ya que se encomendará a unas pocas entidades autorizadas. Esto elimina competencia, aunque si se gestiona bien, como sucede en

Noruega con su fondo de pensiones, puede ser una alternativa a la seguridad social que ofrezca garantías. Por otro lado, si va en compensación con las cotizaciones actuales, es una forma de llevar el sistema de reparto a unas cuentas individuales; pero si no se produce esta modificación, estaremos encareciendo los costes laborales con su correspondiente impacto en el mercado laboral.

¿Cómo se puede impulsar el ahorro privado desde la Administración Pública?

Con la máxima responsabilidad y humildad, transmitiendo a la población una realidad muy comprensible por parte de toda la sociedad: no es un fracaso del modelo, sino una insostenibilidad del mismo por la evolución económica y social y, por lo tanto, hay que ser transparente con esta realidad.

Las rentas vitalicias se están haciendo hueco en el mercado español. ¿Cómo valora este producto?

Resulta un producto interesante para complementar la pensión pública. La población ha invertido sobre todo en patrimonio inmobiliario y algo en fondos, lo que permite obtener una rentabilidad adicional a la conseguida durante el periodo de capitalización. El único inconveniente es que, desde el punto de vista de las aseguradoras, es un producto complicado de gestión

Firme apuesta por el mediador

“CA Life siempre ha tenido como estrategia comercial trabajar con el canal mediado”, reconoce Francesc Rabassa. De hecho, para su compañía, como especialista en Vida, es fundamental disponer de un canal que sea capaz de asesorar al cliente sobre las mejores coberturas para las necesidades

que este tenga. En este sentido destaca que la venta de un mediador es profesional y no va vinculada a otros temas, como ocurre con la bancaseguros cuya “producción está directamente relacionada con el vaivén de la actividad crediticia de la entidad que representan”. “Y esto se demuestra en que las primas medias, la persistencia y los capitales contratados son superiores en más de un 50% de media a la de bancasegu-

ros, considerando que la prima para un mismo capital vendido por un canal u otro puede tener una diferencia de hasta un 60%”, recalca.



por los consumos de capital de solvencia que suponen y su impacto en los balances de las entidades. Los modelos de solvencia actuales dificultan la gestión y estos costes se trasladan finalmente al cliente, por lo que la rentabilidad que se podría ofrecer se ve afectada.

Recientemente aseguradoras y mediación se han unido para criticar las restricciones a las comisiones en productos de Vida planteadas desde la UE. ¿Qué valoración le merece?

Me parece un despropósito, creo que propicia-

do por los lobbies, ya que no tiene sentido que una venta asesorada, como realiza un corredor profesional, se defina como venta no vinculada y, por lo tanto, tenga que ir por honorarios. Por el contrario, la venta realizada por agentes representantes de entidades que están ofreciendo los productos que les sean más rentables sí pueden incluir comisiones. Creo que siguen tomando decisiones políticas que se escudan en el paraguas de una falsa transparencia hacia los clientes. Hay que trabajar con un entorno sobrerregulado y en él buscar fórmulas para seguir creciendo.





“

No tiene sentido que una venta asesorada en Vida, como realiza un corredor, se defina como venta no vinculada y tenga que ir por honorarios

”

¿Qué atractivos tiene para el mediador comercializar seguros de Vida?

Los seguros personales son los productos más agradecidos del sector. La persistencia es la más elevada con una media de 8 años, la prima media de una venta bien realizada supera la media de cualquier producto de No Vida. A todo ello hay que sumarle que el cliente en estos productos no es tan sensible al precio cuando ve la necesidad y la solución adaptada a sus circunstancias. Y, por último, tiene unas comisiones mucho más altas que la media de productos mantenida en el tiempo.

¿Cómo afronta CA Life la recta final de este ejercicio?

Con optimismo. Este año creceremos de nuevo por encima del mercado, a pesar de haber sido

duro por la competencia. En CA Life hemos triplicado el volumen de clientes y facturación por primas en los últimos 6 años gracias al servicio, la cercanía con el mediador, la seriedad en cumplir lo que decimos y en ser flexibles al entender bien a nuestro cliente, el mediador. Los que formamos parte del equipo comercial, en el que me incluyo, hemos vendido pólizas a cliente final y sabemos lo que cuesta. Es por eso que nos permite entender mejor al mediador respecto a quien no ha vendido nunca una póliza.

¿A qué retos se enfrenta el ramo de Vida en los próximos años?

El ramo de Vida Riesgo seguirá vinculado a la actividad crediticia del mercado bancario que se está contrayendo más del 1,2% este

año, por debajo del 2,5% de crecimiento de la media europea. Parece que el próximo año se recuperará algo, siempre que no se produzca una recesión. Para la mediación, debería ser una oportunidad para dar cobertura ante esta incertidumbre y los posibles problemas económicos de las familias.

En Ahorro, la subida de tipos de interés ha hecho crecer más de un 69% el volumen de primas del sector, aunque la mediación en Ahorro no es muy activa en general y, por otro lado, en el mercado de los unit linked la nueva directiva de distribución no ha tenido en consideración la independencia de este y, por lo tanto, está poniendo trabas a la percepción de comisiones, lo que no facilita el desarrollo de estos productos de forma mediada.

Patrona del Seguro en Valencia

La mediación valenciana homenajea a su patrona

El Hotel Las Arenas de Valencia ha vuelto a ser el escenario de celebración de la festividad de la patrona del seguro del [Colegio de Mediadores de Seguros de Valencia](#). Un acto en que [Reale](#) ha sido galardonada con el premio l'Estimat y en el que también se ha reconocido al corredor Javier Gil Olmedo.

La bienvenida institucional corrió a cargo del presidente colegial, **Jorge Benítez**, quien acto seguido presentó el momento de homenaje a la Unidad de Mediación de Seguros Privados, que está de aniversario, al cumplir 25º años de actividad, y en cuya representación dirigió unas palabras al público asistente su director general de Financiación **Nicolás Jannone Bellot**.

Tras el reconocimiento a esta institución, se produjo la tradicional entrega de orlas y orlines a los alumnos de la promoción 2022-2023 del Curso Nivel 1, presentada por el delegado formativo **Daniel Sastriques**, así como la bienvenida a los nuevos colegiados que han formalizado su acta durante el último ejercicio, cuya representación estuvo a cargo de **Manuel Hurtado**, quien recibió de manos del vicepresidente del Colegio de Valencia, **Ángel Gómez**, su código de ética profesional.

ENTREGA DE PREMIOS

A continuación, Benítez entregó la placa acreditativa a los profesionales que han cumplido 25 años de



Jorge Benítez



Nicolás Jannone Bellot



Sobre estas líneas Alejandro Pérez de Lucía. Abajo Agustín Castelló



colegiación: Juan Ferrer Fernández, Clara Oliver Nicolau, Antonio Jesús Valiente López de Briñas y Juan Blas Tormo Cañada. Especial mención recibió **Agustín Castelló Lloris**, al que se le concedió un reconocimiento especial, toda vez que ha cumplido 50 años como colegiado.

La acostumbrada entrega de un donativo por parte del Colegio de Valencia a una ONG de la región este año se ha ampliado a tres entidades, cada una de las cuales recibió 1.000 euros: El Cottolengo,

del Padre Alegre, cuyo premio recogió en su nombre **Eva Bayarri**; Hogares de San Martín de Porres, que retiró **Estanislao Bautista**; e Invisibles, que aceptó **Miguel Ángel Amador**.

El acto también sirvió para hacer entrega de los premios L'Estimat. El dirigido a las aseguradoras recayó esta edición en **Reale**, escogida por votación entre los mediadores valencianos, que se impuso a **Zurich** y **Plus Ultra**. **Alejandro Pérez de Lucía**, director territorial de Levante de la compañía, fue el encargado de tomar el galardón.

L'Estimat Distribuidores fue entregado a **Javier Gil Olmedo**, director general de la correduría **Gil y Olmedo**, profesional de segunda generación que lleva más de 40 años desarrollando su actividad. En su intervención hizo levantarse a los asistentes de sus asientos para que los mediadores se fundieran en un aplauso al ritmo de la célebre "Resistiré" del Dúo Dinámico.

FIN DE ACTOS

Tras la entrega de los premios L'Estimat, intervino el presidente del

**Reale y el corredor
Javier Gil Olmedo
fueron reconocidos
con los premios
L'Estimat
del año 2023**



Consejo General de Mediadores de Seguros, **Javier Barberá**, que cerró el acto oficial analizando el presente y el futuro de la mediación de seguros a tenor de las compras de corredurías en el sector, que se han intensificado en los últimos años y que, a su entender, se seguirán produciendo en un futuro cercano por las cada vez más exigentes normativas y la jubilación de muchos mediadores sin relevo generacional.

Finalmente, todos los convocados se reunieron en las escalinatas

del recinto hotelero para realizar una fotografía de grupo. Acto que fue el prólogo de la tradicional comida-cóctel de celebración.

Asistieron al evento el vicepresidente del Consejo Autonómico y presidente del **Colegio de Castellón**, **Antonio Fabregat**; el vicepresidente segundo del Consejo Autonómico y presidente del Colegio de Alicante, **Florentino Pastor**; el jefe de la Unidad de Mediación, **Jesús Valero**; el presidente de la **Asociación Valenciana de**

Consumidores y Usuarios (Avacu), **Fernando Móner**; el presidente de **ACS-CV**, **Miguel Sánchez**, y su secretario, **Julián Tío**; el presidente de **Aprocose**, **Martín Julián Rojo**; y el presidente de **APCAS-CV**, **Juan Antonio de Diego**. También quisieron acompañar en este día autoridades de otras regiones, como **Isabel García** y **Joaquín Martínez**, presidenta y secretario del **Colegio de Albacete**, respectivamente, y de **Jesús Zapata**, presidente del **Colegio de Murcia**.



HOMENAJE A RAFAEL PERALES

La festividad de la patrona del seguro ha servido para ofrecer por sorpresa un homenaje a Rafael Perales, gerente del Colegio de Valencia, ante su inminente jubilación. Al reconocimiento acudieron los expresidentes Mónica Herrera, Ignacio Soriano y Bernardo Bonet, así como su esposa y compañeros de profesión, ante quienes Perales pronunció unas emocionadas palabras.

Profesional de tercera generación vinculado a los seguros desde siempre, su abuelo ya inició una carrera en el sector en 1924. Su trabajo ha estado muy relacionado a la actividad colegial, a la que ha dedicado más de 30 años de su vida, bajo las sucesivas presidencias de Francisco López, Pedro Vidal, Bernardo Bonet, Ignacio Soriano, Mónica Herrera y Jorge Benítez. ■

**Javier Barberá
analizó el presente
y el futuro de la
mediación de seguros
a tenor de las
compras de
corredurías en
el sector**



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.**



Patrona del Seguro en Castellón

El Colegio de Castellón se reúne en torno a la patrona

El Colegio Profesional de Mediadores de Seguros de Castellón ha reunido a sus profesionales para conmemorar el día de la patrona, en un acto celebrado en las instalaciones del hotel El Palasiet, en Benicàssim, bajo el lema «Amplía tu visión. Gerencia de riesgos, ayuda a proteger el futuro de tus clientes». El encuentro tuvo como protagonistas a [Fiatc](#), que por tercera vez ha obtenido el Premio Rotllo, y a Fernando Solsona, reconocido como Colegiado de Honor.

Antonio Fabregat, presidente del Colegio de Castellón, abrió el evento subrayando en su discurso de bienvenida que “este es un día para celebrar nuestro compromiso, nuestra fortaleza y nuestra capacidad de adaptación a un mundo en constante cambio. Juntos, continuaremos avanzando, creciendo y prosperando”. En esta línea, reivindicó el papel de agentes y corredores ya que “a pesar de la creciente tecnología, nosotros, como mediadores, continuamos destacándonos y diferenciándonos por el valor que aportamos a través de nuestro asesoramiento personalizado. Mantenemos los valores propios de una empresa familiar, valores como la cercanía y el trato que hacen que nuestra profesión sea única”.

Por su parte, Nicolás Jannone Bellot, director general de Financiación de la Consellería de Hacienda, Economía y Administración Pública, anunció que la Generalitat incluye “una línea de apoyos y condiciones en los presupuestos del 2024 para mejorar cada vez más la calidad en el servicio hacia los ciudadanos y los clientes potenciales”.



Antonio Fabregat puso en valor la cercanía y trato personal que aportan los mediadores “a pesar de la creciente tecnología”





Sobre estas líneas, Fernando Solsona. Abajo Francisco García Pagán junto a Antonio Fabregat.



GALARDONADOS

Fiatc se alzó este año con el premio Rotllo, sucediendo en el reconocimiento a SegurCaixa Adeslas, que fue galardonada en la edición de 2022. Francisco García Pagán, director territorial de la entidad, destacó que es la tercera ocasión en la que Fiatc recibe esta distinción, por lo que “estamos muy agradecidos a todos los que formáis parte de la distribución aseguradora, y muy orgullosos de haber decidido apostar por Castellón hace 25 años”. Finalizó su intervención asegurando que “seguiremos trabajando por hacer de esta profesión una profesión excelente, digna y siempre cumpliendo una gran función social”. La entidad se impuso a Allianz, Mutua Levante y Reale en la primera ocasión en la que cuatro compañías aspiraban al galardón.

Este año la distinción de Colegiado de Honor recayó en el vicepresidente de la institución, Fernando Solsona. Ante toda la junta de Gobierno del Colegio de Castellón, Solsona quiso manifestar que “mi único mérito pasa por haber creído en esta maravillosa profesión du-

Fiatc obtuvo el Premio Rotllo y Fernando Solsona fue reconocido como Colegiado de Honor



rante más de 40 años, que me ha aportado un gran equilibrio laboral y profesional”. Para el vicepresidente colegial, “en mis 40 años he podido disfrutar de una formación continua que me ha permitido adaptarme a los cambios, gracias al Colegio de Castellón”.

Además, Vicente del Río y Francisco Salvador recibieron un homenaje por sus 25 y 50 años de colegiación, respectivamente. En el caso de Francisco Salvador fue su hijo Jaime quien recogió el reconocimiento. También obtuvieron sus orlas acreditativas los alumnos de la promoción 2022-2023 del Curso Nivel 1.

VALOR PROFESIONAL

Javier Barberá, presidente del Consejo General de los Colegios de Mediadores de Seguros, fue el encargado de clausurar el evento reivindicando el papel de los mediadores de seguros. En su opinión “algo debe tener la mediación cuando estamos en boca de todos y seguimos creciendo. Y sobre todo la colegiación da valor a esta profesión por el intercambio continuo que permite”.

Barberá también destacó que “para nosotros si hay algo fundamental son nuestros clientes. Eso sí, hay un cambio de premisas, y es que el cliente va a exigir mucho más asesoramiento del que esta-

mos acostumbrados. Va a exigir otro tipo de forma de relacionarse con nosotros para la que nos tenemos que preparar y además nos va a ofrecer otro tipo de oportunidades que nacen en este momento”.

Además del director general de Financiación, asistieron al acto los presidentes de los colegios de Alicante, Albacete, Murcia y Valencia, Florentino Pastor, Isabel García, Jesús Zapata y Jorge Benítez; el presidente de ACS-CV Miguel Sánchez; el presidente de Aprocese Martín Julián Rojo, la directora de Forinvest M^a José Puigcerver; y el jefe de la Unidad de Mediación de la Generalitat Jesús Valero.



PONENCIA SOBRE GESTIÓN DE RIESGOS

La gran novedad de esta edición de la patrona del seguro fue la inclusión de una ponencia en formato conversacional que giró en torno a la gestión de riesgos, en línea con el lema de este año. Con el título “¿Por qué la gerencia de riesgos es una ventaja competitiva para las empresas?”, Alicia Soler, directora ejecutiva de Agers; Gonzalo Iturmendi, secretario general de Agers y director de su Centro de Estudios; e Inma Fabregat, responsable de Formación del Colegio de Castellón, pusieron de manifiesto la importancia que esta cuestión tiene para las empresas y también para los mediadores.

De esta forma, Iturmendi destacó que en su opinión “el mediador es el gerente de riesgos de las pymes”. Por ello, para Soler “es fundamental que se formen en la gestión de riesgos, ya que “una sólida gestión de riesgos ofrece a los mediadores una posición de ventaja ante las entidades”.





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**

900 455 900 / reale.es

REALE GROUP



TOGETHER MORE

Congreso Mediaseguros Alicante

Alicante apuesta por el futuro de la mediación

Bajo el lema “Somos David, la fuerza de ser nosotros mismos” se ha celebrado el III Congreso Mediaseguros, del [Colegio de Mediadores de Seguros de Alicante](#), en el que se ha reivindicado el papel de los mediadores de seguros en el sector asegurador y la importancia de contar con un colegio profesional fuerte y unido como valor añadido a la hora de trabajar en un mercado muy exigente y cada día más competitivo.

El evento, que contó con la presencia de presidentes de otros colegios de mediadores, como [Valencia](#), [Castellón](#), [Murcia](#) y [Albacete](#), así como representantes de [Barcelona](#), [Aprocose](#), compañías y colegiados, fue una radiografía de la figura del mediador, mostrando un futuro brillante, no exento de dificultades. Todo ello entrelazado con la historia ficticia de “Somos David”, narrada a través de la música del saxo, la danza del ballet y la producción propia audiovisual.

Florentino Pastor, presidente colegial, fue el encargado de marcar el camino del congreso, reflexionando sobre el pasado, poniendo valor al presente y conectando con el futuro. Instó a las compañías a trabajar con los mediadores para trasladar a la sociedad la verdadera imagen de la mediación y poner así en valor su figura: “Nuestra profesión depende de nosotros, de nuestra preparación, de nuestra pericia, de nuestro ingenio, pero también de nuestra fortaleza, de nuestras ganas y, sí, de nuestro colegio profesional”, ha resaltado. En esta línea ha instado a “dejar de lamentarse y

mostrar al conjunto de la sociedad lo bonita que es esta profesión y todo lo positivo que aportamos”.

RECONOCIMIENTOS

Durante el congreso se llevaron a cabo varios reconocimientos. Por un lado, a la Dirección General del Seguro que hace 25 años puso en marcha la [Generalitat Valenciana](#) como apoyo al sector. **Florentino Pastor** y **Jesús Valero**, jefe de la Unidad de Mediación, compartieron escenario para recordar tan importante momento.



Florentino Pastor



Sobre estas líneas Florentino Pastor y Jesús Valero. Abajo Alejandro Izuzquiza.



Alejandro Izuzquiza recogió el Premio a la Excelencia Profesional



Alejandro Izuzquiza, director de Operaciones del [Consorcio de Compensación de Seguros](#), recibió este año el Premio a la Excelencia Profesional, de manos del vicepresidente del Colegio de Alicante, **Luis Mena**. La ganadora del Premio Mutua Levante, que entregó **Jorge Tomás Nadal**, director comercial de la compañía, fue **Jesica Gómez**. Y también se hizo entrega de un galardón a **Diego Baber**, que ha cumplido 50 años como colegiado.

La concesión de los diplomas del III Curso de Nivel 1 de la promoción 2022/2023 corrió a cargo del padrino de este año, **Ramón Pujol**, director territorial de Alicante y Murcia de [Mapfre](#), que puso en valor la importancia de la formación de calidad para desarrollar una carrera exitosa en el sector asegurador.

CONFLUENCIA GENERACIONAL

El evento contó con una mesa redonda moderada por **Moisés Núñez de Bien**, socio director de [Abeces Audiens](#), quien reconoció el valor y la importancia de la mediación de seguros y de su fortaleza de cara al futuro. Y planteó la importancia de contar con diferentes

generaciones en el trabajo asegurador.

Efectivamente, **Sonia Calzada**, directora de Negocio Segmento Personas de [Zurich](#), opina que las aseguradoras cuentan con todas las generaciones ya que se necesitan diferentes puntos de vista para componer estrategias. Ahora bien, cree que hay que “impulsar el acceso de los jóvenes a los órganos de decisión para que este trabajo intergeneracional sea real”, toda vez que los jóvenes “buscan otras cosas y tenemos que ser capaces de escucharles e introducir su forma de pensar en las compañías”.

Coincidió **Elena Turrión**, CEO de [Mutua Levante](#), en que es bueno crear comités en los que confluyan diferentes generaciones “para sumar y aportar todos”. Y aunque alabó a la generación Z, porque tienen un sentido de la responsabilidad muy arraigado y quieren empresas comprometidas, recordó que la edad es un plus: “Los estudios dan conocimientos, pero la experiencia aporta sabiduría”, argumentó.

“Para nosotros la edad es un valor”, corroboró **Javier Espinosa**, director comercial de [Reale](#), quien

destacó que su compañía cuenta con planes de sucesión, para aglutinar los conocimientos de jóvenes o no tan jóvenes. Además, alertó que, en general, los más noveles no tienen muy buen concepto del mundo del seguro, por lo que hay que saber explicarles lo que se hace y mostrarles las oportunidades que se les brinda.

“Es muy importante generar entornos de trabajo amigables y ofrecerles a los jóvenes innovación y desarrollo”, añadió **Eva Tomás**, directora Negocio Corredores y Brókers de **AXA**. A la vez recalcó la importancia de trabajar en buenos

planes de sucesión, ya que es fundamental los aportes de las diferentes generaciones y hay que componer equipos diversos para que puedan confluír las generaciones.

No obstante, como señaló **Jordi Rubio**, director nacional Red de Corredores de **DKV**, los jóvenes perciben el sector de los seguros como algo gris y abogó por, “entre todos, compañías y mediadores”, explicar bien este sector. En este sentido, resaltó los programas de mentoring para inculcar conocimientos y, sobre todo, valores: “Debemos poner en valor a las generaciones más mayores. Ser mentor puede ser una de

estas iniciativas para además hacer confluír generaciones”.

APORTE TECNOLÓGICO

Núñez de Bien puso encima de la mesa otro asunto que preocupa mucho a la mediación de seguros que es la inteligencia artificial. El debate cobró un gran dinamismo ante este futuro en el que todos los presentes rechazaron que esta tecnología fuera a sustituir a la mediación. De esta forma, Tomás consideró que hay que aplicarla de manera prudente y muy testada, y debe incluir la ética: “La tecnología debe estar madura para entrar en el

mercado asegurador y todavía no lo está”, concluyó.

“El abuso de la inteligencia artificial es muy peligroso. Las corredurías deben analizar en qué puntos pueden utilizarla y que les sea beneficioso, pero con mucho cuidado y siempre dando pasos muy seguros”, propuso Rubio.

Por eso Espinosa explicó los 4 pilares fundamentales sobre los que trabaja su compañía en esta materia: seguridad y privacidad, gobernanza, centralidad en la persona y sostenibilidad.

Con todo, Calzada tiró de pragmatismo: “El futuro pasa por ser más eficientes. Vivimos en un contexto de aumento de costes y debemos ver cómo nos puede ayudar esa tecnología para ser más eficientes”.

De ahí que Turrión hiciese especial mención a la importancia de que el mediador busque la tecnología como aliada ya qué puede ser muy beneficiosa a la hora de mejorar automatismos, análisis de riesgos o personalización, aunque precisó que “ese trato humano y cercano del mediador siempre va a seguir siendo fundamental y no va a poder sustituirlo la inteligencia artificial”.

Los expertos
pusieron en valor
la confluencia
intergeneracional
en la actividad
aseguradora



Javier Espinosa, Jordi Rubio, Moisés Núñez de Bien, Sonia Calzada, Elena Turrión y Eva Tomás.



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

IA Generativa

“Inteligencia artificial generativa. Innovación y oportunidades” ha sido el título de la masterclass que recientemente impartió el consultor de Marketing Digital Jesús García Fernández a los profesionales del [Colegio de Mediadores de Seguros de Alicante](#).



**Jesús García
Fernández**
Consultor de Marketing
Digital

La inteligencia artificial generativa es más que una tendencia: es una revolución que está lista para cambiar la forma de trabajar en el sector de los seguros. Hasta el punto de que esta tecnología puede hacernos la vida más fácil y nuestros negocios más productivos.

La IA generativa no es algo sacado de una película de ciencia ficción; es una herramienta que ya está aquí y que puede ayudarnos a diseñar pólizas a medida, analizar riesgos y entender mejor a nuestros clientes.

Además, esta tecnología puede descubrir nuevas oportunidades de negocio que antes pasábamos por alto, realizando un análisis de datos y tendencias que a simple vista son difíciles de captar. No obstante, reporta a quien la aplica unos beneficios reales que podemos obtener, como mejorar la satisfacción del cliente y fidelizarlo gracias a servicios más personalizados y rápidos.

INNOVACIÓN GLOBAL

Se trata, asimismo, de una innovación global, pues la IA generativa no está diseñada solo para que la em-

La IA generativa
permite mejorar la
satisfacción del
cliente y fidelizarlo

”

pleen las grandes empresas; los mediadores independientes también pueden aprovecharla para competir de tú a tú con los gigantes del sector.

Y es que no se necesita ser un experto en tecnología para trabajar con la IA. Ahora bien, lo que sí se necesita es la voluntad de aprender y adaptarse. No obstante, las habilidades que nos han servido hasta ahora necesitan ser actualizadas para poder desarrollarlas eficazmente en la era digital en la que nos encontramos.

La implementación de la IA en nuestros negocios es un viaje que apenas está comenzando, por lo que es fundamental seguir explorando, aprendiendo y, sobre todo, no tener miedo de dar el salto hacia la innovación.



EVENTOS CLIMÁTICOS EXTREMOS

El [Colegio de Mediadores de Seguros de Castellón](#) va a celebrar la jornada “Las DANA, eventos climáticos extremos: su influencia en el cambio climático”, que tiene como objetivo analizar la afectación que para el sector asegurador tienen este tipo de eventos. Se organizará en colaboración con la [Cámara de Comercio de Castellón](#), en cuya sede tendrá lugar la sesión.

Alejandro Izuzquiza, director de operaciones del [Consorcio de Compensación de Seguros \(CCS\)](#), será el ponente del acto, quien compartirá su vasta experiencia en el sector y ofrecerá una visión esclarecedora sobre la relación entre las tempestades ciclónicas atípicas (también conocidas como Depresiones Aisladas en Niveles Altos) y el cambio climático, así como la repercusión que acontecimientos como las DANA tienen para el sector asegurador y la sociedad en general.

No obstante, el CCS es el organismo que protege frente a eventos climáticos extremos a los asegurados ante circunstancias como las inundaciones extraordinarias, el desbordamiento de cauces de ríos, los terremotos, los maremotos, las erupciones volcánicas y las Danas.

La bienvenida del acto correrá a cargo de Javier Valls, director gerente de la Cámara de Comercio de Castellón, que dará paso a la presentación, que ofrecerá Antonio Fabregat, presidente del Colegio de Castellón. Inmediatamente después tendrá lugar la ponencia de Izuzquiza, tras la cual los asistentes podrán formular preguntas sobre lo tratado.

OBJETIVO

El objetivo de la jornada es ofrecer a todas las personas interesadas información para que sean capaces de comprender cómo los eventos climáticos extremos, como es el caso de las DANA, afectan a nuestra sociedad y cómo podemos abordarlos de la manera más eficiente.

Se trata de un tema especialmente relevante en la actualidad, ya que desde el sector asegurador se está observando un aumento notable en la frecuencia e intensidad de fenómenos extremos que están afectando al cambio climático y que están impactando en distintos aspectos del seguro. Unas circunstancias que afectan especialmente a los profesionales de la mediación y de servicios de emergencia, quienes desempeñan un papel fundamental en la gestión de riesgos en situaciones climáticas extremas.

- **Lugar:** Cámara de Comercio de Castellón (Avd. Hermanos Bou, nº 79)
- **Fecha:** 30 de noviembre de 2023
- **Horario:** a partir de las 17:00
- **Más información:** www.mediadorescastellon.com



**Judith
Torregrosa
Martínez**
Letrada de **Devesa &
Calvo Abogados**

El derecho al olvido oncológico en los seguros

El Real Decreto-ley 5/2023, de 28 de junio, además de activar y prolongar diferentes medidas anticrisis, introduce en nuestra regulación el derecho al olvido oncológico que afecta principalmente a la contratación de seguros de Vida y de Salud.

Esta normativa, por la que se adoptan y prorrogan determinadas acciones de respuesta a las consecuencias económicas y sociales de la guerra de Ucrania, de apoyo a la reconstrucción de la isla de La Palma y a otras situaciones de vulnerabilidad, así como de transposición de Directivas de la Unión Europea en materia de modificaciones estructurales de sociedades mercantiles y conciliación de la vida familiar y la vida profesional de los progenitores y los cuidadores, establece este de-

recho al olvido de los pacientes de patologías oncológicas, que se tiene que producir una vez transcurrido un determinado período de tiempo desde la finalización del tratamiento. En España se ha establecido el antecitado plazo en 5 años desde la finalización del tratamiento radical sin recaída posterior por el paciente.

La nueva normativa afecta al artículo 10 de la Ley 50/1980, de 8 de octubre, de Contrato de Seguro. En concreto, añade el siguiente párrafo a la redacción actual del art. 10:

“El tomador de un seguro sobre la vida no está obligado a declarar si él o el asegurado han padecido cáncer una vez hayan transcurrido cinco años desde la finalización del tratamiento radical sin recaída posterior. Una vez transcurrido el plazo señalado, el asegurador no podrá considerar la existencia de antecedentes oncológicos a efectos de la contratación del seguro, quedando prohibida toda discriminación o restricción a la contratación por este motivo.”



También incide en los apartados 2 y 3 de la disposición adicional quinta, que antes prohibía la discriminación por razón de VIH, y que ahora se amplía, quedando su redacción actual del siguiente modo: “2. En ningún caso podrá denegarse el acceso a la contratación, establecer procedimientos de contratación diferentes de los habitualmente utilizados por el asegurador, imponer condiciones más onerosas o discriminar de cualquier otro modo a una persona por haber sufrido una patología oncológica, una vez transcurridos cinco años desde la finalización del tratamiento radical sin recaída posterior. 3. El Gobierno, mediante real decreto, podrá modificar los plazos establecidos en el

apartado anterior y en el último párrafo del artículo 10 conjuntamente o para patologías oncológicas específicas, en función de la evolución de la evidencia científica.”

Lo anterior se traduce en que, de forma previa a la suscripción de un contrato de consumo, independientemente del sector, aunque principalmente respecto a seguros, no se podrá solicitar a la persona consumidora información oncológica una vez que hayan transcurrido cinco años desde la finalización del tratamiento radical sin recaída posterior. Asimismo, será nula la renuncia a lo estipulado en esta disposición por la parte que haya padecido cáncer en los casos anteriores.

“No se podrá solicitar a quien vaya a contratar un seguro información oncológica tras cinco años desde la finalización del tratamiento”

MEJORA DE PLAZOS

España incluye en su normativa este derecho de una forma contundente, si tenemos en cuenta que el Parlamento Europeo dispone como máximo el plazo de 10 años desde el fin del tratamiento con éxito. Plazo que recogieron las legislaciones de Bélgica, Luxemburgo y Países Bajos, aunque Luxemburgo reconoció el plazo reducido de 5 años para pacientes diagnosticados antes de cumplir los 18 años.

La consecuencia jurídica del incumplimiento de la normativa vigente consiste en que serán nulas aquellas cláusulas, estipulaciones, condiciones o pactos que excluyan a una de las partes por haber padecido cáncer antes del plazo señalado.

Así las cosas, y desde el punto de vista de la mediación de seguros, los corredores y agentes deben procurar la máxima garantía a los asegurados para que no puedan verse afectados en su derecho a no ser discriminados por haber padecido cualquier patología oncológica, evitando así que estos tengan que acudir a la vía judicial en defensa de sus derechos e intereses, para solicitar la nulidad de las cláusulas o condiciones económicas de las pólizas suscritas sin haber respetado sus derechos.

La función de la mediación de seguros resulta, a mi juicio, relevante en este sentido, sin perjuicio de que los contratos por parte de las aseguradoras se adecuen a la nueva normativa.



Forinvest: un espacio de aprendizaje

María José Puigcerver

Directora de [Forinvest](#)

2024 será el segundo año en el que María José Puigcerver dirigirá Forinvest, que en su nueva edición pondrá sobre la mesa aspectos como la sostenibilidad, la seguridad o la concentración empresarial, y que seguirá permitiendo a los profesionales “descubrir herramientas de innovación que mejoren sus propias capacidades de aportar valor a la sociedad”.

¿Qué objetivos se marca en esta nueva edición tras la experiencia de la anterior?

El aprendizaje es continuo. En 2024, y ya con la experiencia del primer año, nos planteamos seguir haciendo de Forinvest el mejor foro posible tanto para el sector financiero como el del seguro, pero también para todo nuestro tejido productivo y empresarial. Forinvest tiene y debe ser útil a la sociedad, ofreciendo las mejores herra-

mientas de innovación a los diferentes tejidos de la sociedad involucrados en el mismo.

¿Qué novedades traerá Forinvest 2024?

Uno de los grandes objetivos para la próxima edición será identificar las oportunidades de inversión, tecnología e innovación que se abren al ecosistema empresarial de la Comunidad Valenciana. Facilitará el networking entre posibles

Forinvest proyecta toda la Comunidad Valenciana como una región innovadora



inversores, corporaciones con procesos de innovación abierta y aquellas empresas de nuestro tejido productivo receptivas a este tipo de propuestas. Una orientación abierta también a sectores como el del seguro y la mediación que se encuentran con necesidades de aportar valor añadido a su modelo de negocio.

¿El protagonismo de la tecnología y la innovación puede llevarnos a perder la perspectiva humana en los sectores financiero y asegurador?

Precisamente para aportar esa perspectiva humana y de gestión personal tenemos espacios como Forinvest, en el que el contacto humano y el denominado face to face son factores intrínsecos a la propia naturaleza de nuestro foro. Me encanta la palabra “foro”, que procede del latín “fórum” como acepción de “espacio público y de debate”. Un espacio, precisamente, donde las personas se encuentran e intercambian conocimiento. Pues precisamente eso queremos que sea Forinvest: un espacio de aprendizaje.

¿A qué cree que se debe el éxito de Forinvest como referente financiero y asegurador a nivel nacional?

A lo largo de sus 16 ediciones Forinvest se ha consolidado como el foro de networking y conocimiento más relevante en el que trasladar a la sociedad la cultura financiera e innovadora. Ha reunido a más de 3.500 ponentes y ha convocado a más de 85.000 visitantes y cerca de 2.000 expositores en alguna de las ediciones celebradas. El evento une a las principales entidades financieras y aseguradoras, asociaciones empresariales y sectoriales, fondos y oficinas de inversión, empresas, industrias, universidades o sector público. Y ahí es precisamente donde radica su fortaleza: en su capacidad de unión de diversos sectores en busca de sinergias y con un objetivo común en torno a descubrir herramientas de innovación que mejoren sus propias capacidades de aportar valor a la sociedad.

El año pasado el certamen se expandió a Castellón y Alicante. ¿Qué supone Forinvest para la región?

Forinvest proyecta toda la Comunidad Valenciana como una región innovadora. Es un escaparate que refleja la estabilidad de nuestra economía y el potencial de nuestras empresas. Es un foro único en España y que se ha ganado por méritos propios ser referente en todo el territorio estatal, especialmente en el ámbito del segu-

ro. En 2024 queremos reforzar y hacer crecer el evento principal que se realiza en Feria Valencia, aunque siempre nos mantendremos abiertos a iniciativas en otras regiones.

El Foro Internacional del Seguro actúa como gran dinamizador de la actividad aseguradora. ¿Qué papel cumple la mediación en el tejido económico de la Comunidad Valenciana?

La actividad de la mediación en la Comunidad Valenciana cumple una función clave desde el punto de vista de dinamización económica y social. Si es relevante para nuestro tejido económico aún lo es más para Forinvest, ya que un altísimo porcentaje de nuestro perfil de visitante profesional procede, precisamente, de este sector. Forinvest, y el Foro del Seguro, se convierte en el mayor y más fructífero encuentro sectorial para todos estos profesionales. Y para ello contamos con el impulso clave del propio sector, a través del Consejo de Colegios de Mediadores de Seguros de la Comunidad Valenciana. Su presidente, Jorge Benítez, ya avanzó recientemente en la presentación que realizamos al sector algunos de los aspectos que abordaremos en 2024, en el que se seguirá apostando por la transformación digital en el negocio, a la vez que se abordarán los retos a los que se enfrenta el sector en materias como sostenibilidad, seguridad, salud, concentración empresarial, compras o fusiones intersectoriales.



MUTUA MADRILEÑA LANZA UN NUEVO SEGURO DE VIDA-AHORRO

Mutua Madrileña ha lanzado al mercado Plan Ahorro Plus Fidelidad IV, un seguro de Vida-Ahorro con una rentabilidad bruta garantizada del 3,50% durante el primer año (la rentabilidad neta de gastos será del 3%). Posteriormente, la entidad fijará el tipo de interés garantizado de forma trimestral.

[Leer más](#)

CASER PRESENTA SU NUEVO POSICIONAMIENTO DE MARCA BASADO EN EL COMPROMISO CON LAS PERSONAS

Caser Seguros ha presentado su nuevo posicionamiento de marca, "Preparados para ti". En esta frase, que se ha presentado en distintos foros internos y se plasma ya en todas las campañas y materiales publicitarios, se resume su compromiso con clientes, proveedores, socios, colaboradores y todas las personas que forman parte del equipo de la compañía.

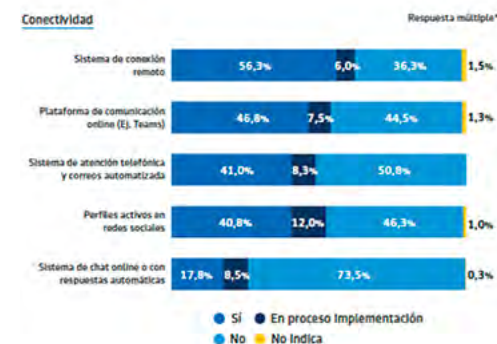


[Leer más](#)

LA DIGITALIZACIÓN EN LAS CORREDURÍAS ALCANZA EL NOTABLE

En el "I Informe del corredor de seguros en España: perspectivas, digitalización y retos", de Aegon, se ha realizado una medición, a través del análisis de dos parámetros, del grado de digitalización de las corredurías, cuyo resultado global sería un notable.

[Leer más](#)



DAS SEGUROS AMPLÍA LAS COBERTURAS DE SU PRODUCTO DE IMPAGO DE ALQUILER DE LOCALES

DAS Seguros amplía su propuesta de valor para propietarios de locales con nuevas modalidades y coberturas en su producto DAS Impago de Alquiler Locales. Con el objetivo de adaptar la solución a las necesidades crecientes del propietario de locales, la compañía especialista responde así al crecimiento exponencial que este producto está experimentando en el mercado español.



[Leer más](#)

ARAG CENTRA EN LOS PROBLEMAS DE LOS INQUILINOS SU NUEVA CAMPAÑA

Arag ha lanzado una campaña publicitaria para dar a conocer el nuevo producto de la entidad. Arag Inquilino está centrado en resolver los problemas que puedan tener los arrendatarios durante el período en el que tienen alquilado un piso.



Leer más 

SANITAS LANZA UN SERVICIO DE FISIOTERAPIA DIGITAL

Sanitas incorpora a su catálogo de servicios digitales Fizio Digital, que cuenta con la última tecnología para ayudar a prevenir lesiones y tratar síntomas de las principales partes del cuerpo. La app ofrece grupos de ejercicios preventivos, de tratamiento y rehabilitación física online. Durante la práctica de estos ejercicios, la inteligencia artificial supervisa las posturas realizadas, ofrece correcciones en tiempo real, registra rangos de movimiento y hace un seguimiento de la evolución del cliente.



Leer más 

LIBERTY CREA UN PROGRAMA FORMATIVO SOBRE ESG PARA SUS MEDIADORES

Con el objetivo de acompañar a los corredores y agentes en su transformación e impulsar su formación en materias clave, Liberty Seguros ha puesto en marcha un nuevo programa formativo sobre sostenibilidad que cuenta ya con más de 530 inscritos.



Leer más 

EL COSTE DE LOS CIBERATAQUES SE INCREMENTÓ UN 43% EN 2022

El coste medio del total de la suma de ciberataques a las empresas españolas ha vuelto a ascender y en 2022 ha experimentado un aumento del 43%, según se desprende del Informe de Ciberpreparación 2023, de Hiscox, que lanza este estudio por séptimo año consecutivo. Estos datos resultan más significativos si cabe ya que este aumento se suma al experimentado el año anterior, en el que se duplicó el coste con respecto al ejercicio de 2020.



Leer más 

CASER CREA UN SEGURO PARA COMERCIOS CON UN EQUIPO DE EXPERTOS



Caser presenta nuevo seguro para autónomos y pymes enfocado en ofrecer atención personalizada a cada tipología de negocio a través de un equipo de expertos. Con este nuevo lanzamiento, la aseguradora busca ser una solución ágil y completa con coberturas específicas en función de las características y necesidades de cada establecimiento.

[Leer más](#) ▶▶

GENERALI INCLUYE EN SU SEGURO DE HOGAR UNA GARANTÍA PARA RECUPERAR VIVIENDAS OCUPADAS

Generali incluye en su seguro de Hogar una garantía de recuperación de la vivienda ocupada por allanamiento de morada, que extiende esta protección tanto a primeras como a segundas residencias, ante la preocupación de una parte de la población de ver



ocupada su casa o piso de manera ilegal cuando no viven en ellas.

[Leer más](#) ▶▶

EL CONSEJO GENERAL OPINA QUE “LAS COMPRAS CUASICOMPULSIVAS DE CORREDURÍAS” CONTINUARÁN

Javier Barberá, presidente del Consejo General, ha afirmado que los dos próximos años continuarán las compras “cuasicompulsivas” de corredurías en España. “Las cada día más exigentes, complicadas y paralizantes normativas y la jubilación de muchos mediadores sin relevo generacional, ni sucesión son los dos factores que mantendrán esta situación”.



[Leer más](#) ▶▶

GRUPO CATALANA OCCIDENTE PONE EN EL MERCADO DOS NUEVOS PRODUCTOS GARANTIZADOS DE AHORRO

Las compañías de negocio tradicional de Grupo CatalanaOccidente han actualizado su oferta de ahorro para los perfiles más conservadores con el lanzamiento de dos nuevos productos garantizados. En concreto, se trata del nuevo seguro



de ahorro Renta Élite y de la tercera emisión de su seguro Ahorro capital Élite.

[Leer más](#) ▶▶

AVANZA PREVISIÓN PONE EN EL MERCADO UN PRODUCTO DE AHORRO PARA EMPRESAS Y AUTÓNOMOS

Avanza Previsión ha anunciado el lanzamiento de Ahorro Flexible Entidades y Autónomos, un producto que aporta una atractiva rentabilidad garantizada para aquellos clientes que busquen maximizar sus ahorros con total liquidez.

[Leer más](#)



AXA AYUDA A MEJORAR EL CONOCIMIENTO FINANCIERO DE LA POBLACIÓN

Con el objetivo de fomentar la educación financiera y potenciar planificación y conocimiento en el ahorro y las inversiones, AXA España ha creado el programa "Lleva la cuenta". A través de diferentes herramientas educativas, alojadas en la página web de la aseguradora, se potenciará el conocimiento y participación de clientes y no clientes a través de webinars, vídeos explicativos, glosarios o conferencias.

[Leer más](#)

SANTALUCÍA LANZA UN NUEVO SEGURO DE RENTAS VITALICIAS

Santalucía acaba de lanzar una nueva modalidad de seguro de rentas vitalicias, el MaxiPlan Inversión Rentas Decreciente, que ofrece un interés técnico garantizado del 4% a todos los clientes que pueden contratar el producto, que son aquellos con edades comprendidas entre 60 y 85 años.



[Leer más](#)

AEGON PRESENTA SU PROPUESTA DE VALOR A LOS MEDIADORES VALENCIANOS Y ALICANTINOS

Aegon ha ratificado el papel significativo que desempeña el corredor en la industria y ha presentado en la Comunidad Valenciana su estudio "Informe del corredor de seguros en España: perspectivas, digitalización y retos". Decenas los profesionales se reunieron en las ciudades de Alicante y Valencia para asistir a la jornada y conocer así de primera mano las principales conclusiones de este estudio y la propuesta de valor de la compañía para el sector.



[Leer más](#)

ASISA CREA LOS DEPARTAMENTOS DE CRM E INTELIGENCIA COMERCIAL Y VENTA DIGITAL

Asisa ha creado dos nuevos departamentos en su Área Comercial y Marketing: la Dirección de CRM e Inteligencia Comercial, que ocupará Iván Casillas, y la Dirección de Venta Digital, que ejercerá David Fanego. Con la creación de estas dos nuevas direcciones, Asisa sigue adaptando su estructura para impulsar sus planes de transformación comercial con el objetivo de diversificar su actividad, acelerar su crecimiento, mejorar su rentabilidad y establecer



nuevas formas de relación y vinculación con sus clientes.

[Leer más](#) ▶▶

FORINVEST DA A CONOCER EL PRÓXIMO FORO INTERNACIONAL DEL SEGURO

El Centre d'Art Bombas Gens de Valencia ha sido el escenario de la presentación del Foro Internacional del Seguro 2024, uno de los foros que componen el gran evento de la economía y finanzas [Forinvest](#), que celebrará su próxima edición el 6 y 7 de marzo en Feria Valencia, con la antesala el 5 de marzo de La Noche de las Finanzas.



[Leer más](#) ▶▶

AXA DARÁ ASISTENCIA COMPLETA EN CARRETERA VÍA WHATSAPP

En menos de 3 minutos, un cliente del seguro de Auto o Moto de AXA España podrá solicitar una asistencia en carretera y tener la confirmación de su grúa vía WhatsApp, gracias al nuevo servicio que la compañía ha puesto en marcha. [AXA](#) se convierte, así, en la primera aseguradora que gestiona el proce-



so de manera completa de apertura y gestión de siniestros de asistencia a través de esta aplicación reforzando, además, la apuesta por la digitalización en la asistencia en carretera.

[Leer más](#) ▶▶

JOSÉ MANUEL INCHAUSTI, NUEVO VICEPRESIDENTE PRIMERO DE GRUPO MAPFRE, Y ELENA SANZ, CEO EN IBERIA

[Mapfre](#) ha acometido una profunda revisión de su estructura y una renovación de los equipos directivos para adaptar mejor la compañía al entorno cambiante y complejo existente que, marcado por circunstancias económicas, sociales y geoestratégicas inciertas, se confirma que ha dejado de ser coyuntural para ser un escenario permanente.



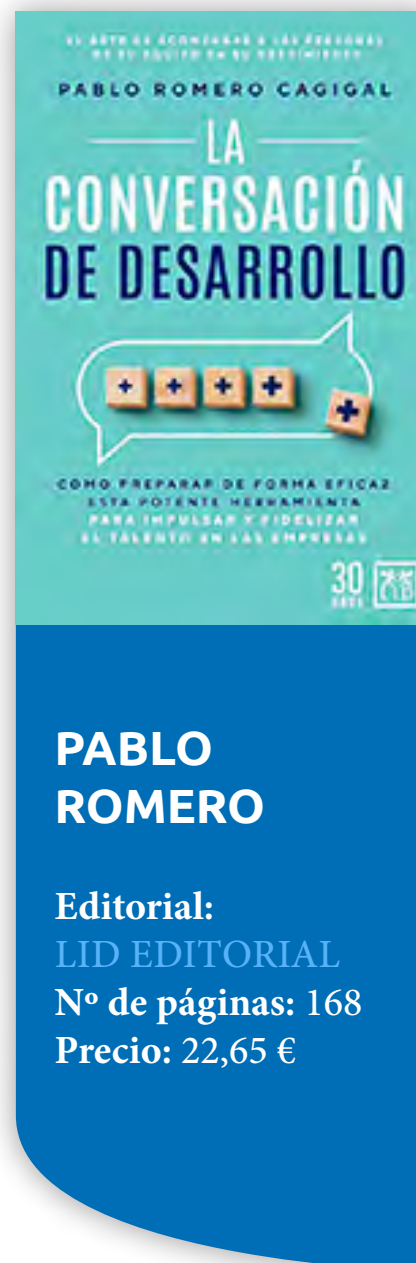
[Leer más](#) ▶▶



Aprender es cambiar

Las claves para llegar al profesional que quieres ser

Vivimos en una revolución industrial 4.0 caracterizada por una aceleración de la digitalización y una época de cambios, donde aprender es más importante que saber. Estamos obligados a aprender a la misma velocidad con la que el entorno cambia. Este libro está estructurado para entrar en el mundo del autoaprendizaje de una forma ordenada, mediante una metodología que guía en este proceso denominado «La pirámide del Reskilling». El autor lo explica en 10 etapas, en las que encontrarás las claves que te permitirán tener éxito durante este largo trayecto y tener más libertad para acercarte al tipo de profesional que quieres ser. El futuro de la digitalización y de la innovación de las empresas o, lo que es lo mismo, su supervivencia depende de su capacidad de construir nuevas habilidades a partir de sus profesionales.



La conversación del desarrollo

Cómo prepararla de forma eficaz para impulsar y fidelizar el talento en las empresas

Este libro es una herramienta clave para impulsar y fidelizar el talento en las empresas y que promueve el conocimiento mutuo entre responsables y sus colaboradores con un fin: descubrir su potencial, capacidades, áreas de mejora y necesidades de formación, para su crecimiento profesional y personal y para establecer un plan de desarrollo individual. Para que este encuentro sea realmente útil y tenga un impacto positivo en la motivación y el compromiso en el trabajo, es imprescindible conocer las claves y pautas para una buena preparación y ejecución de la conversación. Podrás ver cómo realizar la convocatoria, qué estructura debe tener la conversación, cuáles son las preguntas clave que hay que formular, cómo dar un buen feedback, identificar las áreas de mejora o cómo concretar el plan de acción.

Gestión de siniestros

El [Colegio de Mediadores de Seguros de Valencia](#) va a desarrollar dos cursos online sobre gestión de siniestros, por los que los profesionales que los impartan recibirán una certificación formativa de tres horas lectivas. El período de matriculación concluye el 30 de noviembre.

- ▀ **Modalidad:** webinar
- ▀ **Fecha:** 1 y 15 de diciembre de 2023
- ▀ **Más información:** www.valenciaseguros.com



Experto en Ciberriesgos

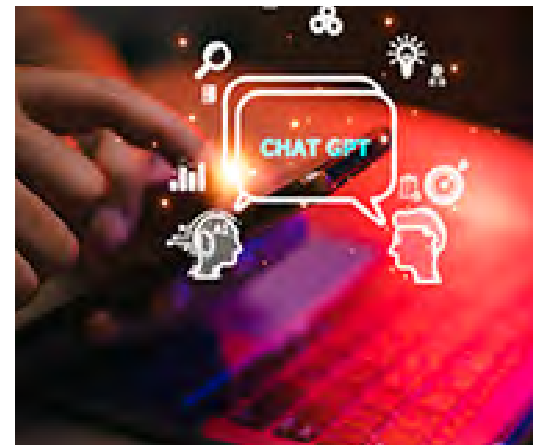
El aumento y sofisticación de los ataques cibernéticos y el alcance de los daños que pueden ocasionar han llevado a [Cecas](#) a crear un nuevo curso de Experto en Ciberriesgos y su aseguramiento. Esta nueva oferta formativa permitirá a los participantes profundizar en el mercado asegurador de los ciberriesgos, así como en la oferta actual y la estructura de las pólizas.

- ▀ **Modalidad:** streaming en 4 sesiones de 1 hora
- ▀ **Fecha:** 21, 23, 28 y 30 de noviembre de 2023
- ▀ **Más información:** www.cibercecas.com

ChatGPT

El [Colegio de Mediadores de Seguros de Castellón](#) ha puesto el foco en la tecnología ChatGPT y ha creado un enlace en su blog para dar a conocer a los profesionales las utilidades que tiene esta herramienta de inteligencia artificial en las labores del día a día y cómo sacarle el máximo partido.

- ▀ **Ubicación:** blog del Colegio de Castellón
- ▀ **Más información:** www.mediadorescastellon.com



Newsletter Castellón

El [Colegio de Mediadores de Seguros de Castellón](#) pone a disposición de los profesionales una newsletter a la que se pueden suscribir para recibir información actualizada y ofertas formativas y de eventos, así como oportunidades exclusivas en el mundo de los seguros.

- ▀ **Precio:** gratuito
- ▀ **Metodología:** por suscripción
- ▀ **Más información:** www.mediadorescastellon.com

