

ESPECIAL

# Semana del Seguro

ENTREVISTA **Pilar González de Frutos** Presidenta de UNESPA

## “El sector asegurador puede ser un aliado fiel de los poderes públicos”



UNESPA es la asociación empresarial que agrupa las entidades aseguradoras de España. Con su Presidenta, Pilar González de Frutos, hablamos sobre la realidad actual del sector y acerca del modo en que ha encarado la pandemia.

### ¿Cuál es la función de UNESPA?

Nuestra misión es representar a los asociados a UNESPA ante todo tipo de instituciones y organismos, y transmitirles el punto de vista del seguro. La asociación busca estar presente en los grandes debates sociales relacionados con la actividad aseguradora y trasladar los valores y los avances que reporta el seguro.

### ¿Quiénes forman parte de la organización?

La asociación, que fue fundada en 1977, representa a cerca de 200 aseguradoras que juntas abarcan el 96% del negocio en España. Estas entidades facturan cada año cerca 60.000 millones de euros, o lo que es lo mismo, al

rededor del 5,1% del PIB del país. Entre estas entidades hay aseguradoras de todo tipo, actividad y tamaño.

### ¿Cuál es la salud del sector asegurador español?

El seguro es una industria que resuelve cada día una media de 140.000 imprevistos. Van desde pequeños contratiempos, como una rueda pinchada o una gotera; a grandes desafíos, como realizar una compleja operación quirúrgica o gestionar con prudencia los ahorros para la jubilación acumulados durante toda una vida por una persona. Para realizar esta labor, las aseguradoras emplean de forma directa a más de 51.000 personas. A pesar de la dura situación

económica que vive España desde el inicio de la pandemia, el seguro ha mantenido el empleo. Todo esto es posible gracias a la sólida solvencia del sector. El seguro español dispone de un margen de solvencia que excede en 2,33 veces el establecido por la regulación.

### ¿De qué manera se ha visto afectado por la pandemia?

El negocio de no vida ha cerrado el año en positivo, con un alza del 1% de su facturación. Algunos ramos han reducido su aportación, es cierto, como puede ser el negocio de automóviles o las líneas de aseguramiento más próximas a la actividad empresarial. Pero otros seguros, como los de multirriesgo o los de salud, se han mantenido

en positivo. En el ramo de vida, los ingresos por primas han caído un 21% en 2020. Este descenso es fruto, más que de la COVID-19, de la situación preexistente de unos tipos de interés bajos. A pesar de esta caída, las aseguradoras han logrado mantener el ahorro bajo gestión.

En el ámbito de las prestaciones es importante destacar las acciones promovidas desde el sector a raíz de la pandemia: la flexibilización del pago de las primas por parte de los clientes, la reducción del importe de primas para el ejercicio siguiente, las videollamadas, las teleperitaciones, las líneas de liquidez para proveedores... Todas estas iniciativas son testimonio del apoyo del seguro a sus clientes y colaboradores.

### ¿Cuáles son los principales retos que tiene por delante el sector?

El sector asegurador es la red

de seguridad de la sociedad. En el siglo XXI han surgido o ganado relevancia determinadas fuentes de incertidumbre: la digitalización, la transformación tecnológica, el cambio climático, el envejecimiento demográfico... El desarrollo del entorno digital ha generado nuevos riesgos y el seguro emerge en ese contexto como una red de protección.

En el ámbito de fenómenos causados por la naturaleza la experiencia del seguro es dilatada. Siempre se han producido terremotos, inundaciones y temporales. En España contamos con una gran institución que permite hacer frente a la mayor parte de estos sucesos: el Consorcio de Compensación de Seguros. Para los sucesos de la naturaleza que, como las nevadas, quedan fuera del ámbito de actuación del Consorcio, está la propia capacidad aseguradora de las entidades.

Ante el envejecimiento demográfico, el sector asegurador puede ser un aliado fiel de los poderes públicos. En materia de pensiones, un sistema de previsión social saludable se fundamenta en tres pilares: la pensión pública, el ahorro generado en el ámbito laboral y el ahorro individual. El seguro es experto en la gestión del ahorro a largo plazo y puede contribuir al desarrollo del segundo y tercer pilar. La sociedad de las canas trae, igualmente, un mayor gasto sanitario. Aquí también el seguro se erige como aliado del Estado a través de fórmulas de colaboración público-privada.

### ¿Qué papel puede desempeñar la Asociación en la evolución del sector español del seguro?

UNESPA acompaña al sector asegurador español en su desarrollo. Como representante institucional ejerce de “voz del seguro”. También somos el punto de encuentro en el que se plantean y desarrollan, siempre dentro del respeto a las normas de competencia y sobre la privacidad de las personas, iniciativas comunes que redundan en favor del bienestar colectivo. Ahí están, a modo de ejemplo, los convenios de asistencia sanitaria para atender a lesionados de accidentes de tráfico, para agilizar la resolución de colisiones en la vía pública, los ficheros para la prevención del fraude, etc.

**ENTREVISTA Carmelo Francés** responsable de Actibrok

## “Nuestro objetivo es la máxima calidad en el servicio, tanto en contratación como en posventa”

Actibrok es una correduría de seguros que atesora más de tres décadas de trayectoria en el sector de los seguros. Para saber más de ella, hablamos con su responsable, Carmelo Francés.

### ¿Cuándo inició su andadura Actibrok?

Somos una correduría con más de 30 años de experiencia en el sector. Nuestra sede está en la comunidad valenciana, aunque en la actualidad estamos implantados en todo el territorio

español a través de una amplia red de colaboradores asociados.

### ¿Cuál es la foro actual de la empresa?

Actibrok está formada por un equipo propio, altamente cualificado que se ocupa de lle-

var a cabo toda la producción y de gestionar todos los siniestros de nuestros asociados.

### ¿A qué perfil de cliente se dirigen?

Para nosotros, nuestros clientes principales son nuestros asociados, con los que nos volcamos para que puedan ofrecer a sus clientes las mejores ofertas de seguros existentes en el mercado. También disponemos de un amplísimo número de clientes directos que atendemos en nuestras oficinas.

### ¿Qué tipo de productos ofrecen al mercado?

Ofrecemos toda clase de seguros para particulares, empresas, agrarios y colectivos de todo tipo. Además, contamos con acuerdos de colaboración con asociaciones de empresas o colectivos como asesores fiscales, gestorías administrativas e inmobiliarias, con las que confeccionamos seguros a medida para sus clientes.

### ¿Cómo definirían la filosofía de trabajo de la compañía?

Somos una empresa con experiencia en el sector y muy concretamente en el ámbito de la colaboración, ya que en nuestra trayectoria desde el principio empezamos con los distintos tipos de colaboración y franquiciados. Nuestro principal objetivo es ofrecer la máxima calidad en el servicio, tanto en la contratación como en la atención posventa.

### ¿Se trata de un sector muy tecnológico?

Para nuestro trabajo tenemos implantada tecnología desde el primer día. Como ejemplo, contamos con sistemas de multitarificación y sistemas de gestión donde los colaboradores y franquiciados, a través de nuestras plataformas, pueden cotizar, consultar y emitir pólizas, recibos y siniestros.

### ¿Es posible continuar innovando en un sector como el asegurador?

Por supuesto que sí. El sector asegurador es uno de los sectores más vivos que existen en el mercado. Es capaz de transformarse y adaptarse en tiempo récord a los cambios que hemos tenido y a los que se avecinan.

### ¿Cuáles son los retos de futuro de la empresa?

Nuestra empresa tiene una importante trayectoria en el sector de la mediación y nuestro principal objetivo es seguir dotando a nuestra red de colaboradores y franquiciados de las mejores herramientas y productos aseguradores para que puedan desarrollar su actividad con total tranquilidad. Además, es nuestro deseo seguir creciendo a base de nuevos colaboradores, franquiciados e incluso con la compra de carteras.



[www.actibrok.com](http://www.actibrok.com)

## Unespa impulsa las buenas prácticas en la atención de víctimas de tráfico

La Unión Española de Entidades Aseguradoras y Reaseguradoras (UNESPA) promueve entre sus asociados las mejores prácticas en la atención de las víctimas de accidentes de tráfico. El Comité Ejecutivo de la asociación decidió la semana pasada enriquecer la Guía de buenas prácticas del seguro del automóvil.

Las aseguradoras adheridas a este documento se comprometen a incorporar en los procedimientos de gestión de reclamaciones las recomendaciones contenidas en la Guía para la aplicación del Baremo de automóviles de la Comisión de Seguimiento del Baremo.

En 2015, se reformó en España el Sistema para la valoración de los daños y perjuicios causados a las personas en accidentes de circulación (habitualmente conocido como «Baremo de automóviles»), mejorando el mismo de forma significativa. Tanto desde el punto de vista jurídico (estructura y definición de conceptos) como desde una perspectiva económica, actualizando y mejorando las indemnizaciones.

A raíz de esta reforma se creó por parte del Ministerio de Justicia y la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP) una Comisión de Seguimiento del Baremo. En este órgano se encuentran representados las asociaciones de víctimas de accidentes de tráfico, la Administración, los actuarios, la universidad, la abogacía y las aseguradoras, estas últimas a través de UNESPA. Es decir, la comisión reúne a todos los actores involucrados en la resolución de las reclamaciones derivadas de accidentes de circulación en los que se producen fallecidos o lesionados.

La Comisión de Seguimiento del Baremo se creó con el objeto de hacer seguimiento del funcionamiento del nuevo sistema de valoración, sus repercusiones jurí-



dicas y económicas, así como para formular sugerencias para la mejora del sistema. Sus consejos se van incorporando en la llamada Guía de buenas prácticas de aplicación del Baremo de automóviles. Recientemente, esta comisión ha presentado un Informe razonado que incluye 50 recomendaciones adoptadas por unanimidad. La primera de ellas es incorporar a la normativa las recomendaciones de la propia Guía de buenas prácticas de aplicación del Baremo de automóviles.

### Transparencia

UNESPA, por su parte, realiza

una importante acción en materia de transparencia, elaborando documentos de buenas prácticas sectoriales que pueden servir de referencia a sus asociados en la atención a los asegurados o perjudicados en distintas líneas de actividad. En el ramo de automóviles, la Asociación Empresarial del Seguro ha decidido sumar las propuestas planteadas por la Comisión de Seguimiento del Baremo –de la que forma parte y en cuya elaboración ha participado– a las buenas prácticas sectoriales que traslada a las entidades.

De esta forma UNESPA promueve e impulsa entre las asegu-

radoras asociadas la aplicación de estas recomendaciones. Adicionalmente, hace difusión de la existencia de la Guía de buenas prácticas de aplicación del Baremo de automóviles a través de su página web para que las entidades, formen parte o no de UNESPA, puedan tomarlas en consideración y aplicarlas de forma individual en la gestión cotidiana de los accidentes de tráfico en los que se producen víctimas.

Las recomendaciones formuladas por la Comisión de Seguimiento se dirigen a facilitar la gestión de las indemnizaciones por daños personales de tal forma que las partes implicadas (aseguradoras, perjudicados y los profesionales) las tengan en cuenta en sus actuaciones. Estos consejos son, en definitiva, fruto del espíritu del legislador en la reforma del sistema de valoración.

Las sugerencias de la Comisión de Seguimiento del Baremo no tienen por objeto sustituir la tarea interpretativa de los tribunales en la aplicación de la ley. Simplemente, tratan de servir de instrumento a los operadores jurídicos para fomentar la colaboración, la buena fe y la transparencia generalizada en la práctica de los procedimientos de solicitud de las indemnizaciones por daños personales.

**ENTREVISTA Javier Ruiz** Director de Global Seguros de Crédito

## “Tras los estragos de la pandemia, estamos muy centrados en aportar valor”

Global Seguros de Crédito es el resultado de más de 15 años de trayectoria y experiencia en el mundo del Seguro de Crédito. Hablamos con su director, Javier Ruiz.

### ¿Cuáles son los orígenes de Global Seguros de Crédito?

Nuestros orígenes se remontan al año 2006 cuando, recién graduado, inicié mi formación en la sucursal de Valencia de Crédito y Caución Atradius. El año siguiente puse en marcha JR Gestión de Riesgos, que fue la semilla de Global Seguros de Crédito. Desde entonces hemos ido consolidándonos como una agencia de referencia a nivel nacional con el distintivo otorgado por Crédito y Caución “Agencia Siglo XXI”.

### ¿Qué significa ser Agencia Siglo XXI de Crédito y Caución?



El programa Agencia Siglo XXI es un proyecto creado por Crédito y Caución para identificar aquellas agencias cuyos modelos de gestión, mediación y servicio al cliente cumplen con los parámetros de excelencia establecidos por la compañía. Nosotros somos Agencia Siglo XXI desde la primera edición, una acreditación que se renueva anualmente y que audita AENOR.

### ¿Con qué estructura cuentan y en qué mercado geográfico actúan?

Somos un equipo compuesto por 5 profesionales expertos en el seguro de crédito y en el área del Credit Management. Trabajamos a nivel nacional e internacional y tenemos presencia directa en Portugal.

### ¿A qué perfil de cliente se dirigen?

Nos dirigimos a cualquier compañía que precise de nues-

tros servicios para proteger su cuenta de resultados; desde microempresas y autónomos hasta grandes empresas.

### ¿Qué tipo de soluciones ofrecen?

Comercializamos los productos del grupo Crédito y Caución Atradius: seguro de crédito, seguro de Caución y productos de información comercial de la mano de nuestra filial Iberinform. Ahora que la pandemia ha hecho estragos en la economía, estamos muy centrados en aportar valor con nuestras herramientas de prospección y geolocalización de clientes, un Marketplace desarrollado en exclusiva para nuestros asegurados y un servicio de consultoría sobre internacionalización y gestión del riesgo comercial.

### ¿Qué papel juega la tecnología en el día a día de la firma?

La tecnología es clave para elevar al máximo nivel nuestro servicio y es también una de nuestras ventajas competitivas.

Somos capaces de analizar en tiempo real la solvencia de cualquier empresa independientemente de su mercado de origen. Además y de la mano de Crédito y Caución Atradius, contamos con un portfolio muy extenso de herramientas tecnológicas altamente disruptivas diseñadas para cada una de las áreas clave de las empresas.

### ¿Es posible continuar innovando en un campo como el de los seguros de crédito y caución?

La innovación es parte de nuestra esencia, nuestra propuesta comercial avanza a buen ritmo, los servicios de valor añadido que ofrecemos están en continuo desarrollo, así como nuestras herramientas de información.

### ¿Cuáles son los retos de futuro de la empresa?

Hemos diseñado un plan estratégico que multiplicará nuestra presencia en los próximos 5 años. Para alcanzar este objetivo abriremos delegaciones en puntos geográficos clave y ampliaremos nuestro equipo de profesionales.

globalnews.es

**ENTREVISTA José Ángel Bolea** Fundador de Bolea Sáez Servicios



## “Simplificamos el complejo mundo de los seguros para tranquilidad y seguridad de nuestros clientes”

Bolea Sáez Servicios es una correduría nacida a partir de la experiencia en el sector de su fundador, José Ángel Bolea. Charlamos con él para conocer la filosofía de una firma que, en poco tiempo, ha traspasado fronteras.

### ¿Cómo nació la empresa?

Aunque Bolea Sáez nace como correduría en 2014, en realidad es un proyecto que concentra y acumula toda una trayectoria vital y profesional, por lo que se beneficia y enriquece de todas las experiencias personales y laborales acumuladas en una vida centrada en el sector asegurador.

### ¿Cuál es la estructura de Bolea Sáez Servicios?

La sede central está en Cartagena, donde trabajamos seis personas. A ellas se suman otras dos en Miami y una en Panamá, ya que además de en España operamos fundamentalmente en Estados Unidos y en países

como Panamá, Ecuador y, próximamente, también en Perú.

### ¿En qué consiste su labor como correduría?

Ofrecemos todo tipo de seguros a particulares y empresas, pero estamos especializados en seguros marítimos, especialmente para el sector pesquero. En España y Estados Unidos actuamos sobre todo como bróker de seguros, mientras que en el resto de países lo hacemos como bróker de reaseguros.

### ¿Trabajan para un perfil determinado de cliente?

No renunciamos a ningún tipo de perfil, sino que tratamos de

ser lo más competitivos posible. A partir de ahí, el mercado y la propia actividad de la correduría van marcando tu perfil o el de los clientes. De todos modos, la diversidad y variedad geográfica en la que operamos también condiciona el tipo de cliente; en algunos sitios estamos centrados en seguros para pymes e industrias y en otros trabajamos exclusivamente con el sector marítimo: seguros de carga, cascos o P&I, por poner algunos ejemplos.

### ¿Qué diferencia a la firma de sus competidores?

Más que hablar de diferencias con los demás, prefiero hacerlo de nuestra dedicación y fortale-

za. Ofrecemos claridad y cercanía y tratamos de convertir un mundo a veces complejo como el de los seguros en algo simple y accesible para nuestros clientes. El reto es que ellos puedan centrarse en su actividad con la tranquilidad y seguridad de que sus bienes y sus riesgos están perfectamente evaluados y consecuentemente asegurados.

### ¿Es importante la tecnología en su trabajo diario?

Las empresas de seguros con más tradición nos enfrentamos a nuevos retos derivados de la aparición de nuevas compañías de fuerte base y componente tecnológico, de aplicaciones móviles

completamente digitales y del nuevo modelo de trabajo que se está creando como consecuencia de la alerta sanitaria y los confinamientos. Eso requiere una gran capacidad de adaptación a estos nuevos modelos, y nosotros estamos invirtiendo en digitalización y tecnología para ir avanzando al ritmo de esos cambios sociales, laborales y económicos para seguir dando una respuesta ágil y eficaz.

### ¿Cuáles son los retos de futuro de la empresa?

Nuestro futuro más inmediato es hoy, y por eso ponemos todo nuestro empeño y esfuerzos en el trabajo diario, que es la mejor forma de crecer y proyectarse al futuro. Con esa filosofía aspiramos a consolidar nuestro mercado nacional y expandir el negocio internacional por Estados Unidos, Centroamérica y Sudamérica.

boleasaez.com

**ENTREVISTA Darío Spata** CEO de Iberian Insurance Group

## “La tecnología es clave para que Iberian Insurance Group pueda competir con las multinacionales”

Iberian Insurance Group es una agencia de suscripción de seguros creada por Darío Spata en 2014. Hablamos con él para saber de primera mano cuál es su filosofía de trabajo.

**¿Cuándo se puso en marcha la firma?**

En el año 2014, aunque yo acumulaba ocho años de experiencia en el sector antes de lanzarme a la aventura de emprender. Los inicios de Iberian Insurance Group fueron muy humildes, tanto que comencé yo solo en un despacho en Sevilla y con un presupuesto inicial que eran mis ahorros de unos años trabajando.

**¿Cuál es la foto de la empresa hoy?**

Contamos con un equipo formado por 20 profesionales. Aunque nuestra sede se sitúa en Sevilla, desde donde trabajamos para todo el territorio nacional, siempre hemos contado con profesionales teletrabajan-

do en otras ciudades, de modo que parte del equipo está en Madrid, Barcelona, Córdoba y La Coruña.

**¿Responden sus clientes a un perfil concreto?**

Iberian distribuye sus productos exclusivamente a través de corredores de seguros y corredurías, con quienes buscamos esa proximidad que nosotros no podríamos lograr alcanzar con todos los más de 3.000 clientes que tenemos en toda España.

**¿Cuál es la oferta de Iberian Insurance?**

Ofrecemos tres tipos de productos aseguradores principales: El primero lo componen los seguros de Caucción, comúnmente conocidos como avales;

el segundo grupo lo forman los seguros de Responsabilidad Civil Profesional para diversos sectores; por último, ofrecemos el seguro Decenal de Daños, desarrollado a medida para el sector de la construcción.

**¿Cómo definirían sus filosofía de trabajo?**

Desde que nacimos nos gusta trabajar de una manera diferente. En nuestro ADN tenemos como objetivo dar una excelente atención al cliente y buscar nuevas soluciones para nuestra red de corredores. Sin embargo, lo que nos define de forma singular es que todo el equipo tiene interiorizados unos valores que compartimos: nuestro trabajo es una parte importante de nuestra vida y debemos ser felices con lo que hacemos.

**¿Es necesaria la tecnología en su día a día?**

La tecnología juega un papel fundamental en el desarro-

llo de Iberian Insurance Group, sobre todo si queremos competir con las grandes multinacionales. De ahí que hayamos apostado por automatizar procesos, por la emisión de pólizas online y automáticas, por el control de nuestra cartera o por la aplicación de inteligencia artificial en la suscripción. Todo ello contribuye a un crecimiento sostenible.

**¿Innovar para competir?**

Sin duda. La tecnología ha cambiado nuestra forma de trabajar y controlar nuestro negocio, pero también se puede innovar en la motivación de nuestro equipo, en nuevas formas de atraer clientes, en incentivos para nuestra red de corredores...

**Si le pregunto por el futuro...**

En pocas semanas estrenamos nuevas oficinas para que cuando el equipo venga a la oficina se sienta como en casa co-



mo cuando teletrabaja. Disfrutaremos de gimnasio, cocina y salón de estar, sala de billar, terraza con zona de barbacoa o salas de reuniones conectadas con la tecnología más vanguardista. En lo referente al desarrollo del negocio, estamos estudiando nuevas adquisiciones de empresas del sector para seguir posicionándonos como una de las más importantes agencias de suscripción del sector en nuestro país.



**IBERIAN INSURANCE GROUP**

[www.iberianinsurance.es](http://www.iberianinsurance.es)

**ENTREVISTA Hermes Gutiérrez** CEO de Axxis Systems

## “Axxis Systems aún innovación, tecnología, y un profundo conocimiento del sector asegurador”

Axxis Systems es una compañía especializada en ofrecer soluciones tecnológicas para el sector asegurador. Para saber con más detalle cuál es su propuesta, hablamos con su CEO, Hermes Gutiérrez.

**¿Cuáles son los orígenes de Axxis?**

La integración de servicios fue la necesidad que dio origen a Axxis Systems. A principios de los años 70, Juan Antonio Mayoral implementó un sistema informático para la gestión integral de compañías de seguros en Panamá. Hoy en día, conserva la esencia innovadora que la vio nacer hace más de 45 años.

**¿Con qué estructura cuentan hoy en día?**

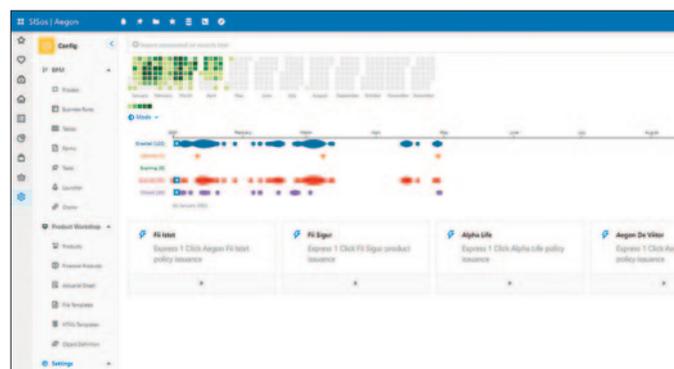
Contamos con una oficina corporativa ubicada en Panamá, oficinas regionales y un centro principal de desarrollo, mientras que nuestro Centro de Innovación está ubicado en el Distrito Financiero de Madrid. Allí es donde se investiga de forma innovadora y revolucionaria todo lo relacionado con la gestión integral del sector asegurador.

**¿En qué mercados están presentes?**

Una vez conquistado el mercado de América, Axxis Systems creó en 2018 la unidad de ventas globales, que opera desde España y lidera nuestro proceso de expansión global. Ya contamos con implementaciones en Oceanía, Europa y África y estamos creando las de Asia.

**¿A qué perfil de cliente se dirigen?**

Trabajamos para compañías de seguros que buscan un sistema integrador de clase mundial que otros proveedores solo aseguran con un costo cuatro veces superior al nuestro. Por otro lado, nuestra cartera de clientes incluye aseguradoras que usan sistemas de legacía rígidos y nada parametrizables y también a compañías con operaciones parcial o enteramen-



te manuales que buscan modernizarse y ser más competitivos.

**¿Qué tipo de soluciones de software ofrecen al sector asegurador?**

Cubrimos todas las soluciones requeridas por las aseguradoras: desde un core de seguros como plataforma back-end y orquestadora o centralizadora de las funciones de la organización, hasta recursos que facilitan la integración de la aseguradora con los potenciales interesados en sus productos y servicios. Con nuestras soluciones habilitamos una plata-

forma multicanal de seguros para que todos los agentes participantes del ecosistema (bancos, proveedores, reguladores, clientes, etc.) tengan una vía de comunicación directa con la compañía de seguros.

**¿Qué diferencia a la empresa de sus competidores?**

El principal elemento diferenciador de Axxis Systems es la experiencia y el conocimiento de los diferentes aspectos técnicos, de procesos y legales de la industria, así como el acompañamiento del cliente.

**¿Es posible continuar innovando en un sector como este?**

Apenas comenzamos. El sector asegurador encuentra en el uso de la tecnología de la información una estrategia que consiste en poner al cliente en el centro de todo lo que hacemos para ofrecerle de forma proactiva servicios en base a su caracterización y comportamiento. En breve lanzaremos la versión 11 de nuestro sistema, que incluye tecnologías disruptivas que pondrán diez pasos adelante a toda compañía aseguradora que la implemente.

**¿Cuáles son los retos de futuro de la empresa?**

Por un lado, continuaremos con la expansión global actual para capitalizar la enorme experiencia adquirida en América después de más de 45 años. Por otro lado, queremos hacer llegar los beneficios de nuestra solución a compañías aseguradoras en el segmento start-up o con pocos años de operación, en este caso en régimen de Software como Servicio (SaaS), una vía muy flexible y conveniente para modernizar sus operaciones.

[axxis-systems.com](http://axxis-systems.com)

**ENTREVISTA José Ángel Benito** Director General de Gexbrok Mediación

# “La defensa de los intereses del cliente es el ADN de nuestra identidad corporativa”

Gexbrok es la correduría del grupo Gefiscal ETL Global, una firma con más de 45 años de trayectoria en el sector. Para saber más acerca de su labor, hablamos con José Ángel Benito, director general de Gexbrok Mediación.

## ¿Cuáles son los orígenes de Gexbrok?

Gexbrok inició su andadura en el sector de la mediación como agencia de seguros para, en 1998, convertirse en una correduría. Ese cambio vino impulsado por la modificación normativa de la ley de mediación 9/92 de 30 de abril, que incrementó las exigencias requeridas para actuar como mediador de seguros. Su finalidad no era otra que mejorar el abanico de posibilidades que cubrieran las necesidades de nuestros clientes. En la actualidad, nuevas necesidades y requerimientos nos han permitido seguir avanzando, creciendo estratégicamente y desarrollando servicios mucho más especializados en distintos sectores.

## ¿Con qué estructura cuentan y en qué mercado geográfico actúa?

Gexbrok dispone de una plantilla de profesionales con gran experiencia en el sector. Se trata de un equipo que practica la gestión y el asesoramiento a particulares y a empresas basándose siempre en el servicio como compromiso estable de futuro. Desde Cáceres, donde está la oficina central, operamos con una estructura técnica formada en diferentes áreas de desarrollo, según la evolución del negocio: área de Red Elite, área de Especialización y Comercial, área de Administración y Sistemas y área de Siniestros. Todas ellas actúan de manera directa en las más de 50 oficinas que tenemos en todo el territorio nacional.

Actualmente, nuestra integración en ETL Global, firma internacional en asesoramiento y consultoría de Pymes, nos ha permitido alcanzar un crecimiento inorgánico exponencial que nos permite dar soporte a los más de 1.000 despachos integrados presentes en 50 países.



## ¿En qué consiste su labor como correduría?

Gexbrok desarrolla su actividad profesional basándose en los principios de objetividad, transparencia y servicio. Ofrecemos soluciones aseguradoras a clientes particulares, empresas y socios de negocio bajo un compromiso de futuro. En este sentido, el servicio que ofrecemos al cliente es de máxima calidad, con las mejores garantías y coberturas y con los capitales que mejor se adaptan a sus necesidades. Asesoramos al cliente antes de la contratación y le acompañamos después ante cualquier situación de siniestro.

## ¿A qué perfil de cliente se dirige?

Trabajamos tanto para particulares como para empresas, aunque a raíz de nuestra integración ETL Global, nuestro objetivo es especializarnos en ofrecer soluciones que protejan a la empresa de manera integral con soluciones adaptadas a cada necesidad: seguros de responsabilidad civil general, para profesionales y directivos; seguros de responsabilidad medioambiental; de ciberprotección... Que el empresario se dedique íntegramente al desarrollo de su negocio mientras nosotros nos dedicamos a protegerlo.

## ¿Qué diferencia a la firma de sus competidores?

Nuestro valor añadido es el asesoramiento especializado e in-

**“Nuestro valor añadido es el asesoramiento especializado e integral 360 que ofrece al cliente una garantía de calidad”**

**“Dotamos a todas nuestras oficinas de los mejores sistemas de gestión internos y comerciales para poder analizar el negocio diariamente y gestionar de una manera ágil las necesidades de nuestros clientes”**

tegral 360 que ofrece al cliente una garantía de calidad. Se trata de un asesoramiento que nos permite analizar los riesgos y realizar un estudio personalizado para asegurar correctamente su patrimonio, tanto empresarial como personal. En definitiva, el secreto radica en la confianza y el compromiso ofrecidos antes, durante y después de la relación contractual establecida.

## ¿Cómo definirían la filosofía de trabajo de la compañía?

La filosofía de Gexbrok se basa en el asesoramiento y la defensa de los intereses del cliente por encima de todo. Son el ADN sobre el que pivota nuestra identidad corporativa, lo que nos da coherencia, autenticidad y originalidad como marca. Fomentamos nues-

tro estilo, lo que hacemos y cómo lo hacemos. Ante todo, defendemos y representamos en todo momento a nuestros clientes y establecemos con ellos una relación basada en el trabajo en equipo, en el servicio a medida y en una comunicación transparente.

Todo ello hace que nuestra marca sea sinónimo de excelencia. Y, en este sentido, nuestra amplia y experimentada estructura está preparada para resolver cuantos problemas se presenten en el camino para que nuestros éxitos sean también los de nuestros clientes.

## ¿Qué papel juega la tecnología en el día a día de Gexbrok?

La tecnología juega un papel importante dentro de nuestra empresa. Dotamos a todas nues-

tras oficinas de los mejores sistemas de gestión internos y comerciales para poder analizar el negocio diariamente y gestionar de una manera ágil las necesidades de nuestros clientes. Asimismo, contamos con un departamento de comunicación encargado de planificar una estrategia de marketing digital para posicionar a la correduría entre las primeras posiciones dentro del mercado asegurador.

## ¿Es posible continuar innovando en un sector como el asegurador?

Como en cualquier otro sector, hay empresas que nacen para crecer y otras que tienen vocación de quedarse. Nosotros hemos optado por crecer y ese crecimiento pasa por la innovación en tres niveles: nivel tecnológico, acercando aún más la omnicanalidad y la información bidireccional entre corredurías y aseguradoras; nivel formativo, para que el sector se profesionalice aun más; y a nivel normativo, porque son muchos los temas que se deben aclarar a nivel de distribución de productos.

Es evidente que la innovación en seguros permite traspasar los límites que había hasta ahora en el mercado y avanzar hacia el futuro, protegiendo más y mejor todo lo que hoy valoramos y ayer no podíamos cubrir. Gexbrok ha apostado por la innovación para seguir adaptándonos a las necesidades de mercado.

## ¿Cuáles son sus retos de futuro?

Sin lugar a dudas, nuestro reto es ser referente en el sector asegurador para crecer orgánica e inorgánicamente, pero sin perder los valores que nos caracterizan. Eso pasa por mejorar los canales de venta on-line, aumentar el cross selling y profesionalizar aún más el equipo humano para dar un mejor servicio a todos nuestros clientes y a todas las empresas que integran ETL Global. Todo ello nos permitirá aumentar el negocio en el mercado nacional y dar pasos hacia la internacionalización.

**GEXBROK**  
correduría de seguros  
Nº DGSFP J-1694

gexbrok.es

**ENTREVISTA Fernando Castellano** Socio de **Maxahonda y Castellano**

## “Ofrecemos un trato personal, directo y específico para dar soluciones a cada problema”

Maxahonda y Castellano, S.L. es una agencia de seguros con treinta años de experiencia en el sector y especializada en los productos de AXA. Para conocerla con más detalle, hablamos con uno de sus socios fundadores, Fernando Castellano.

### ¿Cuáles son los orígenes de la empresa?

El origen de la agencia se sitúa en 1991, cuando arrancamos partiendo de cero para ir evolucionando y creciendo año tras año, si bien en los últimos seis hemos vivido un cambio significativo en cuanto al volumen de facturación y a la estructura organizativa fruto de varias fusiones con otras agencias de la misma AXA.

### ¿Cuál es la estructura de la oficina?

En la agencia disponemos de tres oficinas para la atención de los clientes, la gestión administrativa y el apoyo a un grupo de colaboradores comerciales. En total somos un grupo de ocho personas, cuatro socios y cuatro empleados. Cada uno está especializado en diferentes

ámbitos profesionales con el objetivo de ofrecer el mejor servicio a los clientes y colaboradores, más de una docena, en cada una de nuestras zonas.

### ¿Qué zona geográfica cubren desde la empresa?

Disponemos de tres oficinas puerta de calle en Avenida de La Peseta (Madrid), calle Doctor Caleiro (Majadahonda) y calle Mónaco (las Rozas). Eso hace que, aunque tenemos clientes en todo el territorio nacional, el grueso de nuestra clientela se encuentre en la Comunidad de Madrid y, de una forma más concentrada, en la zona noroeste de la Comunidad.

### ¿A qué perfil responden sus clientes?

El perfil principal de nuestros



clientes son particulares y pequeña y mediana empresa, muy en consonancia a la oferta de AXA.

### ¿Cuál es la oferta que proponen al mercado en materia de seguros?

Creemos firmemente en nuestra experiencia como gestores de riesgos. Conocemos a nuestros clientes, sus vidas y lo que más les importa y preocupa. Ofrecemos un trato personal, directo y específico dando soluciones a cada problema. Hoy, el perfil de la persona que se dirige a una oficina de seguros es diferente al de hace una década o dos y nosotros también hemos cambiado. Utilizamos mejores herramientas, productos más sofisticados sin perder el lado humano que ofrece una relación directa y personal. Ese

es nuestro signo diferencial. Al ser una Agencia exclusiva de AXA, nuestra oferta comercial es un espejo lógico de la oferta de la compañía: somos generalistas con una oferta de productos para particulares y empresas, automóvil, multirriesgos, vida... pero con un peso muy significativo en ramos como salud, daños empresas, vida e inversiones.

### ¿Qué les llevó a apostar por AXA?

Apostamos por AXA desde un principio. Mejor dicho, nacimos en el sector dentro de esta compañía por su apoyo inicial tanto comercial como financiero, algo indispensable en los orígenes de esta actividad. Después de tantos años hemos trabajado con mucha gente en AXA con los que incluso se han establecido lazos de

amistad fuera del ámbito profesional. En definitiva, después de tres décadas, es nuestra casa.

### ¿Cómo ha afrontado la empresa esta pandemia?

Desde el primer momento de la pandemia fuimos declarados servicio esencial y como tal hemos estado siempre al pie del cañón atendiendo a nuestros clientes en remoto, cuando fue necesario, y presencialmente en cuanto pudimos. Como es lógico, hemos adoptado todas las medidas de seguridad (pantallas, geles, desinfecciones...) para garantizar la seguridad de nuestros empleados y el servicio a los clientes.

### ¿Cuáles son los retos que tiene por delante la oficina?

Hace unos años, cuando tomamos la decisión de unimos, el motivo principal era la creencia que el volumen era fundamental para afrontar el futuro. Es primordial tener o desarrollar una estructura que te permita competir con otros actores en la mediación y esto solo se consigue dimensionando la agencia. Nuestro principal reto es consolidarnos, avanzar y crecer, porque tenemos la firme convicción de que lo que hacemos merece la pena.

[www.axa.es](http://www.axa.es)

**ENTREVISTA Mario García Cueto** Director General de Aserta España

## “Con la Inteligencia Artificial abrimos nuevos caminos y creamos nuevos productos”

Aserta España es la primera sucursal internacional del grupo del mismo nombre. Con su Director General, Mario García Cueto, repasamos la oferta de la compañía en materia de seguros de caución.

### ¿Cuáles son los orígenes de Aserta?

Aserta tiene su origen en Aseguradora Insurgentes que fue fundada en el año 1958, vendida en 1993 y recomprada en el año 2007 por el Grupo Financiero Aserta. Este, a su vez, tiene sus raíces en Fianzas Modelo (grupo BBVA Bancomer) hasta que fue adquirida para su integración al Grupo Financiero Aserta. En el 2013 se culmina la consolidación del grupo con la adquisición de Fianzas HSBC. Aserta España es la primera sucursal internacional del grupo. Inició sus operaciones en 2018 y tiene una cuota en el mercado español del 17%, con un crecimiento del 19,11% anual.

### ¿En qué mercado geográfico actúan?

Operamos en más de 14 países del continente americano y ac-

tualmente nos estamos organizando para hacerlo como filial y acometer la penetración en el mercado europeo.

### ¿Cuál es su su labor dentro del campo de los seguros de caución?

Nuestro objetivo no es otro que ayudar a los clientes españoles a desarrollar sus proyectos nacionales e internacionales en contratos públicos y privados, ofreciéndoles cobertura a las obligaciones de hacer y pagar.

### ¿A qué perfil de cliente se dirigen?

Trabajamos principalmente para contratistas del Estado con solvencia técnica y financiera suficiente. No obstante, también nos dirigimos a cualquier empresa o grupo empresarial con obligaciones a garantizar por motivo de su actividad, normativa legal y por

requerimientos de la administración, por conflictos fiscales o litigios como los derivados por la acción de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia. Por último, respaldamos también obligaciones fijadas en contratos privados.

### ¿Qué diferencia a la firma de sus competidores?

Hay varios elementos que nos hacen distintos. En primer lugar, hablaría de la capacidad, ya que Aserta llega a máximos por grupo o empresa de 350 millones de euros. En segundo lugar, Aserta destaca por las altas calificaciones de nuestro grupo (AM BEST, FICHT, MO-ODYS) y por tener un reaseguro muy sólido, con más de 30 años de relación con nuestro grupo, con calificaciones de A y AA, liderado por Hannover. A todo esto hay que sumar la experiencia adquirida durante más de 50 años, la cobertura en más de 14 países y la innovación. Puesto que la inteligencia artificial y la digitalización forman parte del ADN del grupo.

### ¿Cómo definirían la filosofía de trabajo de la compañía?

Asertiva, como nuestro propio nombre indica. Debemos ayudar a nuestros clientes y al sector, poniendo nuestro empeño a su servicio.

### ¿Qué papel juega la tecnología en el día a día de Aserta?

La tecnología es una prioridad para nosotros y, de hecho, hemos alcanzado niveles, formación y desempeño muy altos. La transformación digital se ha visto impulsada por la pandemia, aunque Aserta es una compañía tecnológica que desde hace más de 12 años ya emite en formato digital además del impreso. Ahora hemos dado un paso al frente con una transformación llevada a la Plataformización del grupo con la intención de poner al cliente en el centro de todas nuestras estrategias, teniendo en cuenta su experiencia y administrando los datos para que nos lleven a procesos muy ágiles y a una correcta interpretación mediante la Inteligencia Artificial, ganando agilidad y capacidad para diseñar nuevos pro-

ductos. Para ello hemos formado a toda nuestra y somos socios de una start-up belga de inteligencia artificial con las que vamos a redefinir el negocio.

### ¿Es posible continuar innovando en un sector como el de la caución?

Es el momento. La Inteligencia Artificial abre caminos y define nuevos rumbos a la vez que provoca nuevos productos, nuevas formas de suscribir, nuevos procesos más ágiles y una mejor llegada al cliente final.

### ¿Cuáles son los retos de futuro de la empresa?

El primero es nuestra transformación en filial, que nos debe dar una mayor presencia internacional para llegar a nuevos mercados. Y lo haremos con nuevos productos basados en la inteligencia artificial, la diversificación y la finalización del proceso de transformación digital del grupo.

[www.aserta.com.es](http://www.aserta.com.es)



ENTREVISTA **Álvaro Sanz** Cofundador de Cleverea

# “Ofrecemos la transparencia, sencillez y digitalización que los consumidores merecen de sus seguros”

Cleverea es una empresa que ofrece una visión diferente del mundo de los seguros, tanto por su filosofía como por su enfoque y productos. Hablamos con Álvaro Sanz, uno de sus socios fundadores.

## ¿Cuáles son los orígenes de Cleverea?

Cleverea nace de la inquietud personal y profesional de tres compañeros de piso y amigos que vieron en los seguros un sector absolutamente enorme que se ha quedado muy atrás, y un servicio a la sociedad de inmenso valor. Cleverea, además, nace de su convicción personal de que para revolucionar una industria es necesario no tener ni idea sobre ella. No tener prejuicios. No tener miedos a hacer preguntas obvias. Y, sobre todo, no temer equivocarse.

## ¿Con qué estructura cuentan y en qué mercado geográfico actúan?

Cleverea está formado por 19 personas, una cifra que hemos alcanzado en solo dos años. Si de algo estamos orgullosos, además, es del buen ambiente y sensación de meta común que entre todos hemos conseguido instaurar. Estamos en crecimiento continuo y preveemos la incorporación de nuevos profesionales para acabar el año con una plantilla cercana a las 30 personas. Hoy operamos en todo el territorio español con seguros que dan coberturas en toda la UE y tenemos previsto un ambicioso plan de expansión internacional.

## ¿A qué perfil de cliente se dirigen?

Nos dirigimos a un público que se define más bien por sus expectativas, y no tanto por su edad, estado socioeconómico o datos demográficos. Hay tres factores que los caracterizan. El primero: son personas acostumbradas a hacer todo de forma online y digital. Gente que no sabe ni lo que es una sucursal bancaria, porque les es suficiente con usar una App, y que busca la misma experiencia en el sector de los seguros. El segundo: el “toque humano” porque, a pesar de que presuimos de digitales, estamos deseando hablar con nuestros clientes y ayudarles en lo que necesiten. Por último,



De izquierda a derecha: Javier Bosch, Álvaro Sanz y Joan Bosch, los tres fundadores de Cleverea.

hablaría de transparencia e innovación, elementos que nunca han caracterizado al sector de los seguros.

## ¿Cuál es la propuesta de la empresa en seguros de movilidad y viaje?

Partiendo de la base de que diseñamos, desarrollamos, distribuimos y gestionamos nuestros propios seguros, lo cierto es que siempre intentamos que tengan un toque diferente que los haga claramente nuestros. Apostamos por características que los hacen únicos, como la flexibilidad en el pago, la cancelación gratuita, la libre elección de coberturas y que todo esté digitalizado. Además, nuestro seguro de moto incorpora (para los usuarios que quieran) un dispositivo GPS con alertas antirrobo, aviso automático a emergencias en caso de accidente o localización en tiempo real entre otros.

## ¿Se han especializado en esas dos áreas?

En realidad no. Nuestra visión es convertirnos en el lugar de referencia de nuestros clientes en lo que

a sus seguros personales se refiere: coche, hogar, vida, moto, viajes... Hoy contamos con seguros en tres verticales: movilidad, hogar y viajes. Decidimos empezar aquí porque los seguros concretos que hemos lanzado encajan con nuestro perfil de cliente, y porque nos han permitido diseñar ciertas innovaciones que nos diferencian de nuestra competencia.

## ¿Cómo definirían la filosofía de trabajo de la compañía?

Basamos nuestra filosofía de trabajo alrededor de conceptos como la orientación al cliente, el conocimiento compartido, la flexibilidad, la cultura de feedback continuo, la independencia de todo el equipo y su crecimiento profesional. En este sentido, hay algo que para nosotros es fundamental. No solo buscamos incorporar al equipo buenos profesionales, sino también buenas personas. Gente que encaje bien con nuestra cultura, equipo y visión.

## ¿Qué papel juega la tecnología en el día a día de la firma?

Un papel crucial, pero siempre enfocada a cumplir, al menos, tres objetivos: que aporte valor a la experiencia de cliente, que nos permita operar de forma muy eficiente y, finalmente, que nos ayude en los procesos de distribución de los productos. La tecnología nos permite ser más eficientes en costes, ahorros que luego reflejamos en precios más bajos.

## ¿Es posible continuar innovando en un sector como el asegurador?

¡Sin duda! Además de posible, es imprescindible. A menudo se cree que para innovar hay que hacer propuestas rompedoras con productos nuevos o grandes cambios a los actuales. Nosotros, sin embargo, creemos que se requieren pequeñas innovaciones o mejoras en todas y cada una de las etapas de la cadena de valor y del customer journey. No hay una única palanca de innovación que permita mejorar la propuesta un 20%, sino más bien 20 mejoras incrementales que cada una contribuye un 1% a mejorar la experiencia del cliente. Innovaciones tan sencillas, a priori, como el pago mensual, la cancelación gratuita, la atención omnicanal, un lenguaje claro y simple en las pólizas, precios finales, pocas preguntas para cotizar, poder contratar online y acceso a un portal de usuario desde donde poder hacer cualquier gestión... Todo ello contribuye a mejorar la vida de nuestros clientes.

## ¿Cuál es la última novedad de Cleverea?

Nuestra última novedad es Cleverea FianzaZero®, un servicio de reemplazo de fianzas alquiler. Cada

día más gente vive de alquiler, y todos sabemos el dolor de cabeza que supone una mudanza. Los costes se acumulan: honorarios de la inmobiliaria, amueblar el piso, hacer la mudanza, el primer mes de renta... ¡y las malditas fianzas y depósitos!

En Cleverea nos preguntamos qué sentido tenía bloquear tanto dinero en fianzas durante tanto tiempo, y si había alguna alternativa que pudiéramos ofrecer que contentara a todas las partes. ¡Y la hemos encontrado! Con Cleverea FianzaZero® eliminamos la fianza al inquilino, a la vez que protegemos a los propietarios frente a impagos y daños.

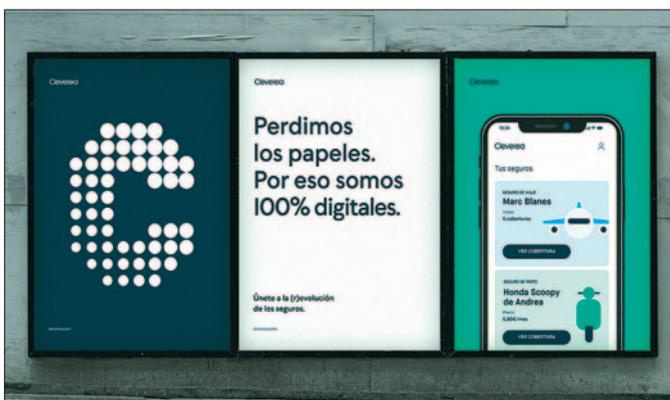
## ¿En qué consiste?

En lugar de adelantar la fianza y depósitos, el inquilino paga una cuota mensual. Por ejemplo, en vez de 1.000€ de fianza, paga una cuota mensual de 7€. De esta manera, el inquilino se evita bloquear su dinero al mudarse y, además, el propietario queda protegido frente a las mismas eventualidades que con una fianza / depósito (impagos y destrozos). Además, el propietario puede estar tranquilo con respecto a la solvencia de su inquilino, ya que Cleverea realiza un proceso de validación crediticia y de solvencia de todos sus clientes. Si el inquilino no es solvente, no puede hacer uso del servicio.

Por último, es Cleverea quien se encarga de depositar el mes de fianza obligatorio en cada instituto de vivienda autonómico. ¡El producto está funcionando muy bien y el feedback está siendo fantástico! Esta solución ya es el pan de cada día en otros países como Suiza o Alemania, y está cada vez más presente en UK y EEUU. Era hora de implementarla en España.

## ¿Cuáles son los retos de futuro de la empresa?

El principal reto es construir una marca reconocida por los consumidores y que genere confianza. Además, lanzaremos varios seguros este mismo año, y estamos preparando nuestra expansión geográfica. ¿Siguiendo seguros? Uso profesional de bicis y patinetes (orientado a Riders), alquiler de bicis y patinetes, impago de alquiler y seguros de hogar para propietarios e inquilinos. Por último, es posible que más adelante nos planteemos solicitar nuestra propia licencia aseguradora.



**Cleverea**

cleverea.com

ENTREVISTA **Javier Bartolomé** CEO de Multiasistencia

## “En Multiasistencia hemos creado un modelo operativo y tecnológico único, en nuestra apuesta por la transformación digital”

Su experiencia y actual desarrollo de soluciones basadas en inteligencia analítica, han convertido a esta empresa en uno de los mayores especialistas del sector en la gestión integral de siniestros multirriesgo. Hablamos con su CEO, Javier Bartolomé.

### ¿Cuáles son los orígenes de Multiasistencia?

Multiasistencia nace hace más de 35 años como especialista en la gestión de siniestros y en los años 90 lanzamos el primer modelo de gestión integral de siniestros multirriesgo. Hoy somos partners de referencia para las principales compañías aseguradoras y banco-aseguradoras de nuestro país.

### ¿Con qué estructura cuentan y en qué mercado geográfico actúan?

En 2020, Multiasistencia facturó 220 millones de euros y fue posible gracias al esfuerzo y dedicación de todo el equipo. Contamos con 960 empleados y una amplia red de reparadores de casi cinco mil profesionales que nos permite gestionar más de un millón de servicios al

año. Ocupamos una posición de liderazgo en España, y estamos presentes en los mercados de Francia, Portugal, Italia y Brasil, ofreciendo soluciones adaptadas a cada país en colaboración con partners locales estratégicos.

### ¿A qué perfil de cliente se dirigen?

Actualmente ofrecemos nuestros servicios a más 100 clientes, entre los que destacan las principales compañías aseguradoras y banco-aseguradoras de nuestro país, aunque también damos servicio a utilities y compañías de gran distribución.

### ¿Qué tipo de soluciones ofrecen al sector asegurador?

Ofrecemos una gestión integral del siniestro basada en la innovación mediante herramientas digita-

les, flexibilidad y la máxima calidad. Nuestras soluciones tienen un fuerte componente tecnológico y un claro ejemplo es MACarena: un voicebot que acompaña al cliente en la declaración de un siniestro. MACarena consigue a día de hoy gestionar un siniestro de principio a fin, sin intervención humana, en un 30% de los casos, y de manera parcial en la mitad de las ocasiones. Su integración con sMART contract (nuestro contrato digital) la convierte además en una herramienta digital capaz de automatizar la totalidad del proceso de apertura del siniestro sin errores.

### ¿Cómo definirían la filosofía de trabajo de la compañía?

El equipo humano que integra Multiasistencia es nuestro activo más importante. Son ellos quienes impulsan la transformación digital dentro del sector asegurador. Por eso, nuestro foco está en mejorar cada día las políticas internas que garanticen su bienestar y satisfacción, tanto en el plano laboral como en el personal.

### ¿Qué papel juega la tecnología en el día a día de Multiasistencia?

Gracias en parte a nuestras herramientas digitales, hemos gestionado un total de más de 35 millones de intervenciones. Creemos en la transformación digital y de ella nace nuestro proyecto: Multiasistencia Digital Solutions, un conjunto de soluciones que intervienen de manera personalizable en la oferta y los protocolos de actuación que ponderan el valor del cliente, automatizan las decisiones y establecen un mapa de comunicación 100% digital.

### ¿Es posible continuar innovando en el sector asegurador?

Por supuesto. Nos enfrentamos a un cambio de escenario donde la digitalización abre la puerta a la eficiencia, a la reducción de costes y a una nueva y mejorada Experiencia Cliente, algo que tenemos muy en cuenta en Multiasistencia. Junto al Big Data, el IoT será clave en el sector multirriesgos para recopilar información acerca del uso que damos a nuestros hogares, prever la



frecuencia siniestral estimada por un individuo u otro y ofrecer propuestas personalizadas. Nuestros avances van en ese camino: ofrecer un servicio 100% customizable a todos los niveles.



[www.multiasistencia.com](http://www.multiasistencia.com)

## El seguro atiende 235.000 percances de industrias cada año

El seguro resuelve cada año 235.000 percances en industrias. Son sucesos de todo tipo. Desde incendios hasta averías de maquinaria, pasando por fallos de montaje e imprevistos durante el transporte. Esta es una de las conclusiones del informe El aseguramiento industrial en España recién publicado por ‘Estamos Seguros’, la iniciativa de divulgación de la cultura aseguradora que desarrolla UNESPA.



Las aseguradoras adheridas a este documento se comprometen a incorporar en los procedimientos de gestión de reclamaciones las recomendaciones contenidas en la Guía para la aplicación del Baremo de automóviles de la Comisión de Seguimiento del Baremo.

En el trabajo se analiza una muestra de acontecimientos adversos ocurridos entre el segundo semestre de 2019 y el primer semestre de 2020. Los datos han sido aportados por 16 aseguradoras. Según esta información, dos de cada tres sucesos son resueltos por el llamado “seguro de multirriesgos”. Esta protección agrupa en un solo contrato los diversos problemas que pueden afectar a una empresa. Otros percances habituales son los incidentes en el transporte, ya sea por daños sobre

el propio vehículo o en las mercancías desplazadas.

### Casi 3.900 euros por parte

Un percance industrial medio suele conllevar el pago de 3.862 euros por parte del seguro. La gravedad de los incidentes varía mucho en función de la naturaleza del problema. Por ejemplo, mientras que un fallo en un equipo electrónico suele resolverse con el desembolso de 731 euros, el coste de un incidente en un montaje ronda los 33.000 euros, habitualmente.

Luego están los casos extremos. Las aseguradoras han llegado a pagar 832.611 euros por fallos en el montaje de una infraestructura, otros 184.017 euros por problemas en una obra e, incluso, 179.580 euros por daños en un vehículo que transportaba mercancías.

Los pagos realizados en 2019 por el seguro a la industria en España en conceptos de indemnizaciones y reparaciones ascendieron a 3.100 millones de euros. Así se desprende de la información elaborada por Estamos Seguros a partir de datos de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP) y del Instituto Nacional de Estadística (INE).

Una peculiaridad de los incidentes en industrias es que estos son más habituales en localidades muy pequeñas (menores de 10.000 habitantes) y en los mayores municipios de España (más de medio millón de residentes). En las poblaciones de tamaño mediano (10.000 a 500.000 habitantes) ocurren menos imprevistos de lo que cabría esperar en función de su peso demográfico.

La clasificación de las ciudades con más percances industriales se encuentra liderada por las localidades de mayor tamaño de España. Al frente se sitúa Madrid, seguida de Barcelona y Valencia.

‘Estamos Seguros’ es un plan divulgativo y de notoriedad que desarrolla UNESPA desde 2016. Su objetivo es acercar el seguro a la opinión pública, de tal forma que la ciudadanía conozca el papel que desempeña esta actividad en la sociedad.

ENTREVISTA **Rafael González-Montejano** CEO de SingularCover

## “Como nativa digital, SingularCover acelera la innovación en el sector seguros”

SingularCover es una startup que en apenas dos años se ha convertido en un referente en el mundo de los seguros para pymes y autónomos. Hablamos con su CEO, Rafael González-Montejano.

### ¿Cómo nació SingularCover?

En el año 2018 nos propusimos digitalizar el sector asegurador en España para atender las necesidades específicas de pymes y autónomos. Para ello sumamos mi experiencia de más de 20 años en seguros con la de nuestro COO y cofundador, Christian Hoffman, además del apoyo de Antai Venture Builder y de inversores como Global Founders Capital (Alemania), Liberty Strategic Ventures (EEUU) o Mutua Madrileña. En menos de un año lanzamos nuestra primera plataforma de cotización de seguros 100% digital y hoy, dos años después, más de 5.000 pymes y autónomos nos han elegido para proteger sus negocios y su patrimonio.

### ¿A qué perfil de cliente se dirigen?

Hacemos seguros a medida para pymes y autónomos, diseñando

un producto 100% personalizado con las coberturas que necesita un profesional de la construcción, una peluquería, una oficina u cualquier otro tipo de actividad.

### ¿Qué tipo de soluciones ofrecen?

Queremos brindar protección total al cliente, pero los productos más importantes son los seguros de responsabilidad civil, comercio multirriesgo, baja laboral y accidentes. Ahora trabajamos para lanzar el producto de Ciberriesgo y una propuesta innovadora para quienes necesiten un seguro temporal durante días o incluso horas.

### ¿Qué diferencia a SingularCover de otras alternativas del mercado?

Como insurtech, creemos en el poder facilitador de la tecnología para ahorrar tiempo a los autóno-



Rafael González, CEO y Fundador, junto a Christian Hoffmann, COO y Co-Fundador

mos y hacerles más sencilla la contratación del seguro, pero sin renunciar a la atención personalizada de un asesor especializado que, en nuestro caso, resuelve todas sus dudas por teléfono.

### La tecnología como carta de presentación...

Sí, porque es nuestra propuesta de valor más diferencial. En SingularCover estamos en constante desarrollo de una potente

plataforma que nos permite no solo ofrecer un producto personalizado para un perfil de autónomo concreto y visualizar su precio en pocos minutos, sino que además estamos construyendo algoritmos capaces de aprender de los perfiles de riesgo y adelantarse a sus requerimientos. Ahí está la clave para dar el mejor producto asegurador al 95% del tejido empresarial de España que representan los autónomos.

### ¿Es posible continuar innovando en un sector como el asegurador?

Posible y muy necesario. A medida que la sociedad va cambiando, sus necesidades de protección también lo hacen, de modo que hay que adaptar los seguros a la realidad actual de los autónomos. El sector seguros está inmerso en un proceso de transformación digital imparable y creemos que compañías “nativas digitales” como SingularCover aportan una gran ventaja a la hora de acelerar ese proceso innovador.

### ¿Cuáles son los retos de futuro de la empresa?

El reto es doble: por un lado, consolidarnos en el mercado; por otro, afianzarnos como empresa. Estamos en una etapa de crecimiento e inversión relevante, con muchas iniciativas estratégicas sobre la mesa como el diseño de producto propio, la expansión internacional, la integración de inteligencia artificial en el proceso de suscripción de riesgos o la consolidación de nuestra plataforma tecnológica para poder compartirla con otros mediadores.

**SingularCover**

[www.singularcover.com](http://www.singularcover.com)

## 2021: Año de evolución para Sammy Free

Innovación, profesionalidad y excelencia son las tres cualidades que proyecta el cambio de imagen corporativa de Sammy Free.

El escenario mundial está inmerso en un proceso de renovación, Sammy Free se suma a este cambio renovando su marca, uniéndose al progreso y consolidándose como Bróker Wholesale Internacional en el ramo de los Seguros de Caución.

En el año 2012 empezó su actividad y desde el primer día se ha caracterizado por la eficiencia, agilidad, flexibilidad y confianza. En la actualidad posee una sede en Valencia (España) y oficinas de libre establecimiento en los centros financieros de Milán (Italia) y Lisboa (Portugal), para satisfacer las necesidades de sus clientes en los 30 países que conforman el Espacio Económico Europeo, gracias a su sólida red tecnológica.

Durante su trayectoria, se ha



centrado en ofrecer mecanismos accesibles para la obtención de las garantías que sus clientes necesitan en el ámbito de los avales técnicos, fundamentalmente aquellos que tienen relación con el Sector Público.

Dedicada exclusivamente al área empresarial, hoy se mantiene como una referencia en el sector de la intermediación de seguros de caución, la mejor alternativa al aval bancario en garantías técnicas.

Sus clientes abarcan cualquier sector que necesite deposi-

tar un aval ante la Administración Pública, gestionando garantías para aquellos clientes que participen en licitaciones públicas, así como clientes que necesitan garantías para los puntos de conexión de energías renovables o que para obtener su licencia de actividad se les exige una fianza administrativa.

### ¿Qué hace Sammy Free por ti?

Como especialista, Sammy Free recomienda el seguro de caución como la mejor alternati-

va al aval bancario en el ámbito de las garantías técnicas, dado que las empresas que prestan servicios al Sector Público o aquellas que quieren ampliar su negocio, se enfrentan frecuentemente al inconveniente de alcanzar el límite fijado de máxima exposición bancaria, y el seguro de caución tiene una amplia ventaja a este respecto.

### Pero ¿qué entendemos por Seguro de Caución?

El seguro de caución es aquel en el que el asegurador (la compañía) está obligado, en caso de incumplimiento de las obligaciones legales o contractuales del tomador del seguro (cliente), a indemnizar al asegurado (beneficiario) por los daños patrimoniales establecidos en los límites de la ley o el contrato. Es decir, el seguro de caución es una garantía a un contrato.

Dentro del seguro de caución podemos diferenciar varios tipos de garantías: Bid Bond, Performance Bond, Advance Payment Bond y Maintenance Bond. Las ventajas del seguro de caución frente al aval bancario son múlti-

ples, ya que no bloquea saldos bancarios; no afecta al riesgo bancario, no consume límite de créditos bancarios; es más ágil de tramitar y te permite hacer una estrategia de multibasta.

### Nueva imagen más compromiso

La renovación de la imagen corporativa de Sammy Free se centra en el aspecto visual, con una línea gráfica fresca e innovadora.

El sitio web ha sido renovado para optimizar la experiencia del usuario, dando prioridad a los pequeños detalles, una estructura de fácil navegación y diseño responsive. Además, refleja el concepto con una imagen actual más dinámica y accesible.

Para Sammy Free el año 2021 es la oportunidad para abrir nuevos horizontes con un amplio proceso de adaptación a las demandas que surgen en la actual dinámica mundial.

**Fotoleyenda:** Sammy Free evoluciona y se consolida como Bróker Wholesale Internacional.

Este contenido ha sido desarrollado por Startgo Connection para Sammy Free.

[www.sammyfree.eu](http://www.sammyfree.eu)

**ENTREVISTA Raquel Montero San Román** Directora de oficina de Sanitas Seguros y agente exclusivo de Sanitas

## “El agente exclusivo es quién mejor puede asesorar sobre los productos que ofrece una compañía”



Después de trabajar cuatro años en Sanitas como agente exclusivo, en el año 2000, la compañía le ofreció a Raquel Montero San Román llevar la dirección de una oficina comercial. Sin dudarla, aceptó, ya que, de esta manera, “el servicio que podría dar a mis clientes iba a ser mucho más completo, además de asesorar en la elección del mejor seguro, podría realizar todas las gestiones que mis clientes necesitaran en cada momento”. Veinticinco años después, su objetivo sigue siendo el mismo: aportar el mayor valor y beneficio a sus asegurados.

### ¿Qué es un agente exclusivo?

El agente o mediador de seguros es un profesional cualificado con un alto grado de conocimiento en la materia y debidamente formado de acuerdo a la legislación vigente, que sólo comercializa los productos de una única compañía, todo esto garantiza la calidad de sus servicios.

La clave del agente es el asesoramiento individual y personalizado con cada uno de sus clientes, esto hace que haya un trato de cercanía y confianza y que contratar un seguro con un agente aporte muchas ventajas al consumidor.

### ¿Cuáles son estas ventajas de contratar un seguro con un agente exclusivo de una única compañía?

El agente exclusivo es quien mejor puede asesorar sobre los productos que ofrece una compañía, informando sobre cuál es el que mejor se adapta a las necesidades del asegurado. Informando al cliente de las ventajas y promociones que haya en cada momento.

La gran variedad de productos que existen en las compañías hace que un cliente por si sólo no sepa detectar el seguro que más le conviene.

### “La gran variedad de productos que existen en las compañías hace que un cliente por si sólo no sepa detectar el seguro que más le conviene”

### ¿Cuál es el tipo de clientes que se ponen en contacto con un agente o mediador exclusivo?

Ofrecemos nuestros servicios a todo tipo de clientes: Grandes empresas, pymes, autónomos y particulares que buscan nuestro asesoramiento y una atención personalizada.

Al tener tanta diversidad de productos nos adaptamos a las necesidades de cada uno de ellos.

En mi caso concreto, tras veinticinco años trabajando en Sanitas, tengo un gran abanico de clientes y he tenido la gran suerte de que grandes empresas han depositado su confianza en mi trabajo, entre ellas se encuentran: Airbus, la Universidad Europea, Alestis o el Consejo General de Ópticos y Optometristas

### ¿Qué beneficios puede obtener un cliente después de contratar un seguro con un agente exclusivo?

El agente de seguros da servicio permanentemente a sus clientes, porque su labor no es sólo realizar la contratación, sino llevar la gestión y asesoramiento en todo momento. El cliente tiene la tranquilidad de contar con el respaldo de su mediador durante la vigencia de su seguro. Con solo una llamada, cualquier tipo de gestión, tanto comercial como administrativa, será atendida con un trato personalizado y por un profesional cualificado.

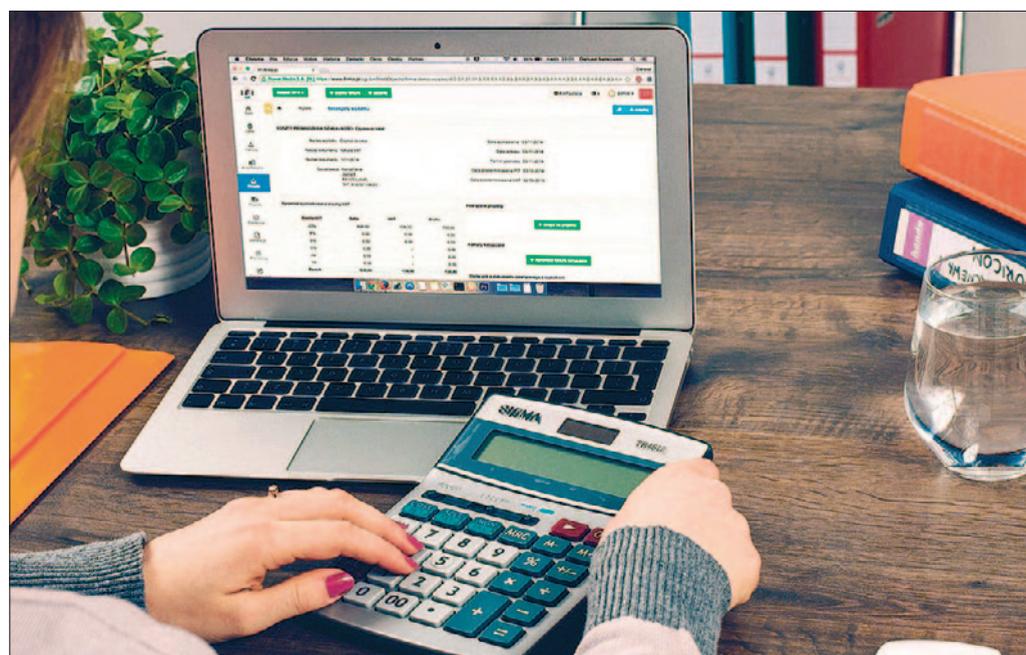
91 851 14 70 / 619 23 53 58  
rmontero.pex@sanitas.es

## La facturación del seguro se mantiene plana en el arranque del año

Los ingresos de las aseguradoras por primas a cierre de marzo se situaron en 16.688 millones de euros, un 0,32% menos que un año atrás.

**E**l seguro mantiene su volumen de negocio pese a la paralización económica generada por la irrupción de la pandemia de la COVID-19 y las medidas adoptadas para contenerla. Es importante destacar que el sector asegurador preserva unos niveles de solvencia elevados que superan con creces las exigencias que marca la regulación.

De los ingresos logrados en el primer trimestre, 10.387 millones de euros correspondieron al ramo de no vida y los 6.301 millones restantes al de vida, según muestran los datos provisionales recabados por Investigación Cooperativa de Entida-



des Aseguradoras (ICEA). Las líneas de negocio que más han acusado la situación económica adversa han sido los seguros de vida ahorro y de automóviles. Entre tanto, los ramos de salud y multirriesgo, así como los se-

guros ligados a la actividad empresarial, logran incrementar sus ingresos.

La facturación del negocio de vida, reflejada en los ingresos por primas, menguó al cierre del primer trimestre un

3,24% en términos interanuales. Modera su descenso en comparación con los registros de trimestres anteriores, pero sigue acusando los tipos bajos de interés vigentes. A pesar de esto, el volumen del ahorro ges-

tionado a través de seguros ha aumentado. Las provisiones técnicas se situaron en 194.904 millones de euros al acabar marzo, un 1,47% más que 12 meses atrás.

### El ramo no vida, en positivo

La facturación del ramo de no vida se ha mantenido en positivo. Anota un repunte interanual del 1,54%. Esto ha sido posible porque los seguros de salud han crecido un 3,93%, hasta 2.553 millones; y los seguros que protegen inmuebles otro 3,90%, hasta los 2.152 millones (si bien el aseguramiento de comercios cae). Los seguros diversos aportaron 2.767 millones de euros por su parte. Esta categoría, que agrupa protecciones ligadas a la actividad empresarial, vuelve a situarse en positivo tras las caídas del año pasado. A cierre de marzo anotaba un incremento del 1,21%. Aparece en las tablas de la nota de prensa bajo el término “resto no vida”. Por último, los seguros del automóvil siguen reduciendo su magnitud de negocio. Su facturación menguó un 1,76% en términos interanuales y cerró los tres primeros meses del año con unos ingresos de 2.915 millones de euros.

**ENTREVISTA Ana Franco de Sarabia** Directora General de Sedgwick Iberia

## “Sedgwick va un paso por delante para ofrecer un servicio disruptivo”

Sedgwick es una de las principales empresas en el mundo de servicios integrales de gestión de siniestros y peritaciones. Hablamos con Ana Franco de Sarabia, Directora General de Sedgwick Iberia.

### ¿Cómo nació la compañía?

En España operaba desde 1999 como Cunningham Lindsey, empresa que fue adquirida en 2018 por Sedgwick. Inicialmente Sedgwick Group plc era un bróker inglés, que en 1998 fue adquirido por Marsh & McLennan. Un año después Marsh vendió el área de gestión de siniestros, que continuó

operando bajo el nombre de Sedgwick como una firma independiente. Desde entonces Sedgwick ha seguido creciendo, diversificando sus servicios y expandiendo su presencia geográfica adquisiciones. Hoy cuenta con 27.000 empleados y está presente en 65 países, actuando bajo la marca unificada Sedgwick.

### ¿Cuál es la estructura en nuestro país?

Contamos con una cobertura total en España y Portugal. Tenemos sedes en Madrid, Barcelona, Sevilla, Valencia, Alicante, Bilbao, Málaga, Oviedo, Lisboa y Oporto, desde las que podemos responder rápidamente a las necesidades de aseguradoras, brókers, sindicatos del mercado de Lloyd's, grandes multinacionales y gerencias de riesgo.

### ¿Qué tipo de soluciones les ofrecen?

Somos un proveedor de servicios de peritación y gestión de siniestros cuya misión es colaborar con el mercado asegurador para ayudar a las personas y a las empresas a retomar su actividad lo antes posible tras un siniestro. Contamos con especialistas en todos los ramos, y proporcionamos



paso por delante para ofrecer un servicio disruptivo.

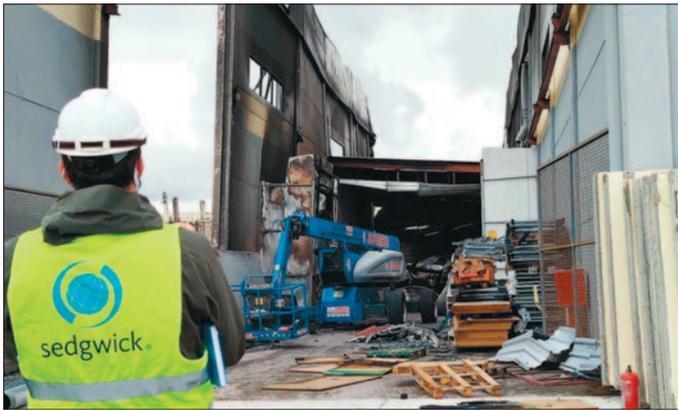
### ¿Es posible continuar innovando en un sector como el de la peritación y la gestión de siniestros?

La capacidad de emplear herramientas tecnológicas en siniestros es hoy un componente vital para nosotros; drones para obtener una visión temprana de los daños más inaccesibles, video peritación para acortar plazos, accesibilidad online a los datos para ayudar a nuestros clientes a tomar decisiones más rápidas y acertadas...

### ¿Cuáles son los retos de futuro de la compañía?

Como hemos visto en el último año, el principal reto de una empresa es tener la capacidad de adaptarse con rapidez y eficacia a las necesidades y circunstancias del mercado. En Sedgwick lo hemos hecho con éxito y hemos salido fortalecidos, a la vez que hemos sido capaces de seguir cuidando de nuestros clientes y de todo nuestro equipo. A partir de ahora continuaremos esforzándonos por optimizar nuestro posicionamiento estratégico en España y Portugal y por fortalecer nuestro liderazgo.

[sedgwick.com](http://sedgwick.com)



**ENTREVISTA Don. Juan Gonzalez Herrero** Presidente de Herrero Brigantina

## “Nuestra organización se define por buscar siempre la excelencia a todos los niveles”

El grupo Herrero Brigantina está formado por diversas empresas financieras, entre ellas una especializada en el mercado asegurador. Hablamos con Don. Juan Gonzalez Herrero, Presidente del grupo.

### ¿Cuándo nació la empresa?

Todo comenzó allá por el 2011, cuando un grupo de personas con raíces bercianas y gallegas crearon una empresa familiar con una idea muy clara: estaría compuesta por personas que trabajarían para per-

sonas. El objetivo era crear un grupo de empresas que superase las carencias sectoriales y pudiese ofrecer los mismos servicios con mayores estándares de calidad. Herrero Brigantina nace como una correduría de seguros especializada en riesgos

relacionados con la previsión social complementaria, la planificación de las pensiones y la inversión en productos financiero bajo el formato de Unit Link.

### ¿Cuál es la estructura del grupo?

El grupo es un pool de empresas financieras que cuenta con más de 300 trabajadores directos e indirectos. Lo integran HBSC S.A. –una entidad de crédito regulada por el Banco de España–, BLACKSMITH CAPITAL SICAV S.A. –una SICAV regulada por la CNMV– y NAIBC S.A, que aglutina el negocio financiero y asegurador fuera de nuestro país, donde tenemos presencia en Reino Unido, Estados Unidos, Países Bajos y Hong Kong.

### ¿Cuál es su perfil de cliente tipo?

Se trata de empresas y particulares exigentes y que saben que van a recibir unos productos y servicios premium que llevan aparejados unos costes de gestión y suministro acordes a la enorme diferencia en la “customer experience” que proporcionamos.

### ¿Qué diferencia la empresa de sus competidores?

El Grupo Herrero Brigantina, se caracteriza por un producto de trabajo coordinado de todo nuestro “pool” de empresas, que viene a denominarse “neo banca”, con soluciones financieras y aseguradoras en un entorno digital que va más allá de una app para el móvil y que combina los canales tradicionales de comunicación con los surgidos de la revolución digital.

### ¿Cómo definirían la filosofía de trabajo de la empresa?

Nuestra filosofía, según indica nuestro lema “certo in dubium” (certeza ante la duda), se refleja en la creación de una organización capaz de buscar siempre la excelencia a todos los niveles: en la relación con la clientela, en el compromiso con la sociedad y el medio ambiente o en la captación y retención del talento en condiciones de igualdad de género. Queremos ser una organización en la que todas y todos quieran trabajar.



### Y seguir innovando...

Sin duda. Nuestra organización siempre ha intentado estar a la vanguardia de la innovación, de modo que la apuesta por la digitalización de nuestros procesos ha servido como motor de cambio en nuestra estructura empresarial.

### ¿Cuáles son los planes de futuro de Herrero Brigantina?

A corto plazo, culminar los objetivos de nuestro proyecto Horizonte 2022 para que la marca sea reconocida como un grupo financiero y asegurador digital, sostenible y de referencia. A medio largo plazo... como dicen los angloparlantes “sky is the limit”.



**HERRERO BRIGANTINA**  
Certo in dubium

[www.grupoherrerobrigantina.com](http://www.grupoherrerobrigantina.com)



**ENTREVISTA Juan Ignacio Querol** Director general de MGS

## “MGS Ciberseguridad es un producto que proporciona una solución aseguradora integral”

MGS es una compañía aseguradora con más de un siglo de trayectoria. Para conocerla con más detalle, hablamos con su director general y consejero ejecutivo, Juan Ignacio Querol.

**¿Cuáles son los orígenes de la compañía?**

Nuestra organización se remonta a 1907, gracias al impulso de un grupo de empresarios del textil catalán que crearon un proyecto, de carácter mutualista, para la protección de sus trabajadores en un momento en el que la protección social era todavía casi inexistente. Por ello, durante muchos años, la actividad de MGS (entonces Mutua General de Seguros), quedó circunscrita a los seguros de accidentes del trabajo.

**¿Con qué estructura cuentan y en qué mercado geográfico actúan?**

En la actualidad disponemos de una amplia red de 72 sucursales en toda España, agrupadas en 10 direcciones territoriales. El equipo humano de MGS está compuesto por más de 500 empleados y 2.000 agentes profesionales y contamos con 400.000 clientes que nos han otorgado su confianza, contratando más de 600.000 pólizas de una

muy amplia gama de productos aseguradores.

**¿Se dirigen a un perfil de cliente concreto?**

Nuestros clientes tienen un perfil muy diverso. Mayoritariamente trabajamos para clientes particulares, pero también tenemos una amplia gama de seguros para empresas. Nuestro gran reto es cumplir con sus expectativas y proporcionarles el mejor servicio para que disfruten de la mejor experiencia cliente.

**¿Qué diferencia a la empresa de sus competidores?**

En MGS, desde hace 114 años, trabajamos con una gran vocación de protección a nuestros clientes y un elevado compromiso social. Nuestra apuesta por la mediación nos permite contar con un gran equipo de agentes profesionales que proporcionan un servicio muy cercano y de elevada calidad, en concordancia



con nuestra cultura corporativa. Una forma de entender el negocio asegurador que nos ha acompañado a lo largo de nuestra muy dilatada trayectoria y que nos proporciona un perfil empresarial muy apreciado por los clientes y reconocido por el conjunto del sector asegurador.

**¿Cómo definirían la filosofía de trabajo de la compañía?**

En línea con nuestros valores corporativos, nuestro trabajo se sustenta en un esfuerzo permanente para que nuestros clientes se sientan en todo momento acompañados ante cualquier dificultad o gestión que deban afrontar;

queremos que estén satisfechos con nuestros productos y servicios y para ello contamos con la alta implicación profesional de nuestro equipo humano y un soporte tecnológico robusto y eficaz.

**¿Es posible continuar innovando en un sector como el asegurador?**

Sin duda, creemos que la digitalización de los procesos, la revolución en las comunicaciones y otros muchos factores tecnológicos de menor relevancia mediática, pero de enorme importancia en los procesos de gestión, han emergido para completar un salto sin retorno hacia una nueva forma de gestionar nuestro negocio.

**¿Qué papel juega la ciberseguridad en el día a día de la empresa?**

A lo largo del muy complejo año que hemos vivido, los ciberriesgos han aumentado exponencialmente, con ataques a muchas empresas e instituciones. Sin duda, abordar con seriedad la ciberseguridad es uno de los retos de mayor calado de empresas y organismos, públicos y privados. En ese sentido, en MGS hemos lanzado MGS Ciberseguridad, un innovador producto que proporciona una solución aseguradora integral compuesta por unos servicios de protección y monitorización de los equipos de los clientes junto a las tradicionales coberturas indemnizatorias a un precio muy competitivo y que ha tenido una gran aceptación entre nuestros clientes, especialmente pymes y autónomos.

**¿Cuáles son los retos de futuro de MGS?**

Nuestro principal reto a corto plazo es mantener el crecimiento orgánico y la solidez financiera que caracteriza a nuestra empresa sin renunciar a nuevos proyectos y vías de actuación. En este sentido, continuamos inmersos en el crecimiento de nuestra red de residencias geriátricas que bajo la denominación MGS Seniors, dispone ya de tres centros a pleno rendimiento y sigue desarrollándose, con nuevas residencias que entrarán en actividad en los próximos años en Logroño, Barcelona y Madrid.



**Seguro de Hogar y Vida**  
Encuentra a tu mediador de MGS más cercano  
[www.mgs.es](http://www.mgs.es)

**20% DESCUENTO\***

No somos los más grandes,  
ni los más populares,  
ni los más guapos.

Pero sabes que siempre  
puedes confiar en  
nosotros.

**MGS** Seguros



SENCILLAMENTE SEGUROS

\*Promoción válida para nuevas contrataciones del seguro de hogar, protección de alquiler o vida hasta el 30 de junio de 2021.