

mercado previsor

**MMP**



2025

# ESTRATEGIAS DE LAS CORREDURÍAS

Elecciones en los colegios de mediadores



# SUMARIO

MP # 691

# 2025

## 6

**LAS CORREDURÍAS MODELAN  
SUS ESTRATEGIAS PARA ALCANZAR EL ÉXITO  
EMPRESARIAL EN 2025**

## 14

**EL MEDIADOR ES VITAL Y  
ESTRATÉGICO PARA HACER  
CRECER EL SEGURO DE DEFENSA  
JURÍDICA**



## 20

**FRANCISCO GÓMEZ ALVADO  
(PELAYO): “QUEREMOS  
QUE PELAYO SEA UNA  
MARCA COMPROMETIDA  
E INNOVADORA, EN LA  
QUE SIEMPRE SE PUEDA  
CONFIAR”**



## 24

**LA CONTINUIDAD MARCA LAS  
ELECCIONES EN LOS COLEGIOS  
DE MEDIADORES**



## 30

**IGNACIO ROBLEDO  
(AEGON ESPAÑA):  
INNOVACIÓN, CRECIMIENTO  
E IMPORTANCIA DEL  
MEDIADOR EN AEGON**





**Francisco Gómez Alvado**  
Director general de Pelayo

## “QUEREMOS QUE PELAYO SEA UNA MARCA COMPROMETIDA E INNOVADORA, EN LA QUE SIEMPRE SE PUEDA CONFIAR”

Ofrecer productos de calidad y primar el servicio, generando ventajas competitivas que redunden en beneficio de los clientes de sus mediadores es una de las premisas de Pelayo. Además de realizar un repaso general del ejercicio, el director general de la entidad desvela el lanzamiento de un nuevo producto de Comercios y de Accidentes, junto a reforzar la oferta en Autos y Hogar, sus dos ramos principales.

**E** En el torbellino de mundo en el que parece que vivimos en los últimos años todo sigue a gran velocidad y ya estamos a punto de cerrar el ejercicio y de afrontar uno nuevo. Por empezar, ¿cómo ha sido este 2024 para vuestra entidad?

Vamos a cerrar en Pelayo un año 2024 que valoramos como “positivo”. Nuestro ritmo de crecimiento de negocio va a ser sólido, al igual que fue el año pasado, creciendo en todas las líneas de negocio, superando nuestras expectativas.

Este año hemos continuado poniendo foco en la diversificación de nuestro negocio, impulsando la comercialización de los ramos personales (Vida, Salud y Decesos), consiguiendo crecer por encima a lo esperado.

En términos de resultado esperamos una mejora clara en los resultados de la entidad con respecto al año 2024, gracias a nuestro negocio de Autos y Hogar.

**Y para el 2025 que ya está asomando, ¿cómo lo enfocáis, qué líneas principales vais a seguir?**

El año 2025 es el año de arranque de nuestro nuevo Plan Estratégico 2025-2027. Aunque aún estamos perfilando los últimos detalles del nuevo plan os puedo adelantar que nuestras líneas principales serán:

1. Seguir apostando por la senda del crecimiento en nuestros ramos principales (Autos, Hogar, Agrario, Vida, Salud, Decesos).
2. Defender la rentabilidad técnica como base para la generación de valor para la compañía.
3. Reforzar nuestras capacidades tecnológicas.

**Al menos desde el punto de vista de Pelayo, ¿esperas que 2025 sea un buen año?**

Creemos que el trabajo realizado a lo largo del Plan Estratégico anterior (2022-2024) nos va a permitir afrontar el año 2025 fortalecidos y por tanto esperamos que sea un buen año.

**Como entidad que forma parte de un todo en el sector, ¿qué fortalezas distinguen hoy al seguro? Y, al contrario, ¿qué riesgos principales observas?**

Creo que la principal fortaleza del sector asegurador es su estabilidad y solvencia. Ha demostrado



en repetidas ocasiones que, a pesar de dificultades puntuales, ha sido capaz de sobreponerse y ser un pilar sólido de nuestro sistema financiero.

Hay una serie de desafíos y retos indiscutibles a los que la industria aseguradora se enfrenta. Destacaríamos los siguientes:

- **Ciberseguridad:** Con el aumento de las amenazas cibernéticas, las aseguradoras debemos fortalecer

nuestras medidas de seguridad para proteger la información confidencial de nuestros clientes y garantizar la integridad de las operaciones.

- **Sostenibilidad y cambio climático:** Los riesgos asociados con eventos climáticos extremos están teniendo un impacto importante en la industria aseguradora.

- **Envejecimiento de la población:** El envejecimiento de la población es un desafío importante pero también supone una oportunidad para la industria aseguradora.

#### ¿Cómo influye en todo esto la tecnología?

La tecnología es un elemento clave para competir con garantías. En Pelayo seguimos apostando por ella. En nuestro nuevo Plan Estratégico es uno de nuestros pilares estratégicos fundamentales.

La adopción de tecnologías emergentes como inteligencia artificial, análisis de big data, blockchain y automatización va a tener cada vez una mayor influencia en la gestión de las compañías aseguradoras para mejorar la eficiencia operativa y satisfacer las expectativas de los clientes.

**Vemos los datos sectoriales de ICEA y Unespa al cierre del tercer trimestre y por lo menos en No Vida son positivos por todo lo que significa de nivel de aseguramiento. Pero queríamos preguntarte: ¿el sector está en el buen camino para reducir la brecha de protección aseguradora?**

La brecha de protección aseguradora es un concepto que cobra todo el sentido tras la reciente catástrofe que hemos vivido por la DANA de Valencia.

En eventos de esta magnitud es donde se pone de manifiesto con toda su crudeza la posición de desprotección en la que podemos estar si no tenemos un adecuado aseguramiento de nuestros bienes. En España contamos con el Consorcio de Compensación de Seguros y Agroseguro que cumplen un papel clave para dar cobertura en grandes catástrofes.

**“Queremos ser un socio confiable y fiable, con el que apostar a largo plazo y construir relaciones duraderas adaptando nuestros procesos a las necesidades de los mediadores”**

Sin embargo, tenemos aún mucho trabajo por delante de concienciación a la ciudadanía, ya que si nos comparamos con países de nuestro entorno nuestra brecha de protección aseguradora está aún muy lejos a la de estos países.

## EL FOCO EN LA MEDIACIÓN

**Como siempre, en Mercado Previsor tenemos que preguntar por la mediación. Pero antes de profundizar en las novedades, ¿qué destacarías de este ejercicio a punto de terminar sobre vuestras agencias y socios corredores con los que trabajáis?**

En Pelayo nuestro canal agencial y canal corredor representan más del 75% de nuestro negocio. Su comportamiento este ejercicio ha sido muy bueno, aportando crecimiento y mejorando sus márgenes.

**Ahora sí, pensando en el nuevo año, ¿en qué vais a basar el apoyo a los mediadores?**

Pelayo ofrece a sus mediadores, agentes y corredores, una oferta de productos de alta calidad con garantías diferenciales frente al mercado, poniendo foco en un buen servicio. Además, buscamos siempre que nuestros productos tengan una adecuada posición competitiva.

Queremos ser un socio confiable y fiable, con el que apostar a largo plazo y construir relaciones duraderas adaptando nuestros procesos a sus necesidades con el fin de generar ventajas competitivas que redunden en beneficio de los clientes de nuestros mediadores.

**¿Alguna novedad concreta que puedas desvelar?**

Con el lanzamiento de nuestro nuevo Plan Estratégico 2025-2027 apostamos por un fortalecimiento de nuestros productos, en concreto tenemos previsto en este periodo el lanzamiento de un nuevo producto de Comercios y de Accidentes, así como

seguir reforzando nuestra oferta en nuestros dos ramos principales, Autos y Hogar.

**Teniendo en cuenta cómo está el mercado, ¿qué estimas que deberían potenciar los mediadores? ¿En qué enfocarse de forma concreta?**

En mi opinión, hay dos aspectos claves en los que los mediadores deberían poner foco. En primer lugar, no quedarse atrás en la transformación tecnológica y digital que se está produciendo en nuestro sector. En segundo lugar, apostar por la diversificación de su negocio poniendo foco en los productos que les genere mayor valor, aunque les suponga un esfuerzo adicional en formación y recursos.

**Si tuvieras delante un auditorio lleno de mediadores, ¿qué mensajes (o mensajes) les trasladarías?**

El mensaje sería que los mediadores son el canal preferido por los clientes para contratar sus seguros. Esta posición de liderazgo no creo que vaya a cambiar. Se ha conseguido gracias a la profesionalidad y buen trabajo de la mediación.

Pero tienen que ser conscientes de que hay que seguir evolu-

cionando y mejorando sus modelos de negocio y procesos, apoyándose en la tecnología para no perder esta posición de liderazgo.

**Al margen de toda la parte de negocio, ¿qué preocupaciones tenéis en Pelayo y en la Fundación Pelayo sobre las que hay que seguir poniendo todo el empeño?**

Uno de nuestros principales objetivos, como mutua de seguros que somos, es mantener la conexión emocional con los mutualistas y la sociedad a través de las actividades de la Fundación Pelayo. Queremos que Pelayo sea una marca comprometida e innovadora, en la que siempre se pueda confiar. Ponemos todo nuestro empeño en este objetivo. 🎯

