

ASASE

BOLETÍN INFORMATIVO N°24

EL MODELO ESPAÑOL DE AGENCIAS DE SUSCRIPCIÓN BRILLA EN EL EUROPEAN MGA SUMMIT 2025.

Fuente: Redaccion.

Del 10 al 11 de junio, Ámsterdam acogió el **European MGA Summit 2025**, organizado por **The Insurer** de **Reuters**. Un encuentro internacional que reunió a más de 300 líderes del sector asegurador europeo: MGAs, aseguradoras, reaseguradoras, brokers e insurtechs. Y allí, **ASASE** estuvo presente llevando la voz del mercado español al corazón de Europa.



¿CONOCES A
NUESTRO
BROKER
AMIGO DEL
NÚMERO...?

En **Confluence Group**, transforman la manera en que los corredores de seguros gestionan y expanden sus negocios. Con más de 35 años de experiencia, ofrecen a sus franquiciados un sistema de gestión ultra avanzado, acceso a las mejores compañías aseguradoras y un soporte integral que abarca desde la formación continua hasta el marketing y la tecnología. Su principal enfoque está centrado en la autonomía del corredor, permitiendo personalizar y optimizar cada aspecto de su operación. Además, su red cada día es más sólida y cuenta con un trato personalizado que garantiza el éxito en el competitivo mundo de los seguros.

 **confluence**
GROUP
corredores de seguros

ESPECIALIDADES

Especializados en seguros para familias, autónomos y pymes. Apuestan por la tecnología y digitalización, con servicios especializados y herramientas de IA para asistir a su red de franquiciados.

CONTÁCTALOS

info@confluencegroup.es
957 498 373
En la Web

Nuestro presidente, **Darío Spata**, participó como ponente en la sesión **“MGA Market Evolution in the Netherlands and across Europe”**, compartiendo panel con **Valentina Visser (NVGA)** y moderado por **William Pitt (Lexicon Associates)**. Durante su intervención, destacó:

- La reciente pero sólida evolución del modelo MGA en España, que nació en 2006 y ya cuenta con cerca de 100 agencias activas.
- El carácter emprendedor, humano y competitivo de muchas MGAs españolas, nacidas del esfuerzo personal de sus fundadores.
- La diversificación en nuevas líneas como autos, hogar, seguros medioambientales o embedded insurance.
- El papel clave de la tecnología y el talento como impulsores del crecimiento sostenible del modelo.
- La misión de **ASASE** como comunidad: visibilizar a las agencias, fomentar la colaboración y construir puentes a nivel europeo.

Con una reflexión final que emocionó al público:

“Quizá lo que nos diferencia como MGAs en España es que muchos lo hacemos con más romanticismo que financiación”.

Además, la delegación española fue una de las más numerosas y diversas del evento, con la participación de **AYAX, EXSEL, IBERIAN, Myrtea, Chance, Helix Marine, NuVu, NOVACOVER, ANV, ABCoverholder AON** y **DUAL**, junto a los partners **Mayrit, Wii Re, Weecover** y **Motopoliza.com**.

Desde **AYAX**, destacaron el alto nivel de networking, la calidad de los paneles y el enfoque estratégico de todo el encuentro:

“Una gran iniciativa que marca el inicio de un camino emocionante para los MGAs en Europa. Gracias a ASASE por hacerlo posible”.

CHANCE, por su parte, subrayó el valor de las conexiones generadas y la visión internacional del evento.

“Gracias a ASASE, Darío Spata y Pablo Ortega Perejón por esta experiencia. ¡Deseando repetir el año que viene!”

EXSEL, con **Álvaro Satrustegui** e **Ivonne García** al frente, valoró la importancia de este tipo de foros:

“Nos llevamos grandes aprendizajes y la motivación de seguir apostando por la especialización, la transparencia y el crecimiento responsable”.

En definitiva, una cita que ha marcado un antes y un después para el posicionamiento internacional de las MGAs españolas, con **ASASE** como nexo de unión y representante del modelo de suscripción que ya mira de tú a tú a sus homólogos europeos.



CREDICAND PARTICIPA COMO PATROCINADOR EN LA CONVENCION NACIONAL DE BMS IBERIA EN ARANJUEZ.

Fuente: LinkedIn.

El pasado 5 de junio, **Credicand**, socio de **ASASE**, tuvo el honor de formar parte como patrocinador de la **Convención Nacional de BMS Group Iberia**, celebrada en la histórica localidad de Aranjuez. El evento reunió a cerca de 200 profesionales del sector asegurador y se desarrolló en un ambiente de colaboración, inspiración y fuerte espíritu de equipo.

La jornada combinó formación, integración y networking con actividades originales y muy participativas. **Miguel Ángel Guerrero Castillo** y **Sofía Díaz Moreno** representaron a **Credicand** en una agenda que incluyó desde un concurso estilo MasterChef corporativo hasta una travesía en kayak por el río Tajo, culminando con una cena donde se entregaron los **Premios BMS Iberia 2025**.



Entre los galardones más destacados, **el Comité de Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI)** de **BMS** reconoció la labor de la **Fundación Manolo Maestre Dávila**, subrayando el compromiso del grupo con los valores sociales y la inclusión.

Desde **Credicand** agradecen a **BMS Group** la invitación y la oportunidad de contribuir a la creación de espacios que impulsan el crecimiento, la conexión y la evolución del ecosistema asegurador.

DAXEL PARTICIPA EN EL CÓCTEL ANUAL DE CHUBB EN EL ESTADIO SANTIAGO BERNABÉU.

Fuente: LinkedIn.



La semana pasada, **Daxel Insurance Services**, agencia de suscripción socia de **ASASE**, tuvo el privilegio de asistir al cóctel anual de **Chubb**, uno de sus partners estratégicos. El encuentro tuvo lugar en un entorno inigualable: el emblemático Estadio Santiago Bernabéu, recientemente renovado y convertido en un referente de innovación y sostenibilidad.

El evento fue una excelente oportunidad para seguir fortaleciendo las relaciones entre ambas entidades, compartir perspectivas sobre el futuro del sector asegurador y avanzar juntos en una hoja de ruta centrada en el crecimiento sostenible, el compromiso ambiental y el éxito colaborativo.

Desde **Daxel** han querido expresar su especial agradecimiento al equipo de **Chubb** por la cálida acogida y, en particular, a **Ignacio Borja**, REO Southern Europe, y a **Marta Marcos**, EIL Manager Southern Europe, por su dedicación y por hacer de esta cita una experiencia memorable.

Un encuentro que refuerza el valor de las alianzas y la importancia de compartir visión en un sector en constante evolución.



IBERIAN INSURANCE GROUP PARTICIPA ACTIVAMENTE EN LA CONVENCIÓN ANUAL DE BMS IBERIA EN ARANJUEZ.

Fuente: Web Iberian.

El pasado 5 de junio de 2025, la histórica localidad de Aranjuez acogió la Convención Anual de **BMS Group Iberia**, un evento que reunió a cerca de 200 profesionales del sector asegurador en una jornada marcada por la integración, la formación y el networking.

IBERIAN Insurance Group, en calidad de partner y colaborador, estuvo presente con la participación de **Fernando Molano**, National Underwriting Manager & Partner, junto a **Fernando Díaz Romero** y **Elena Ramos Cejas**, ambos suscriptores de caución.

La jornada combinó sesiones profesionales con actividades dinámicas diseñadas para reforzar el espíritu de equipo. Entre las más destacadas, un original concurso al estilo MasterChef corporativo, una travesía en kayak por el río Tajo y una cena en la que se entregaron los **Premios BMS Iberia 2025**. En este marco, se otorgó un reconocimiento especial del **Comité de Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI)** a la **Fundación Manolo Maestre Dávila**, en reconocimiento a su labor social.

Fernando Molano destacó: **“Agradecemos la oportunidad de participar en una jornada que empieza desde lo humano y culmina en resultados compartidos. Creemos firmemente que el crecimiento se construye #WorkingTogether”**.

Con esta participación, **IBERIAN** refuerza su compromiso con un modelo colaborativo que combina desarrollo profesional, innovación y responsabilidad social, consolidando su papel como aliado estratégico en el ecosistema asegurador.



HISPANIA PARTICIPA EN EL EVENTO “PRIMERAS ESPADAS” DE WTW NETWORKS Y PRESENTA SU PROPUESTA DE VALOR A DIFERENTES PERFILES DEL SECTOR.

Fuente: LinkedIn.



La semana pasada, **Hispania**, agencia de suscripción socia de **ASASE**, tuvo la oportunidad de formar parte de **“Primeras Espadas”**, un encuentro organizado por **Willis Towers Watson Networks** que reunió a los responsables clave del día a día de las corredurías asociadas: profesionales que, junto a los titulares, constituyen el verdadero motor operativo del canal corredor.

En un formato ágil y participativo, diseñado para el intercambio de propuestas y experiencias, el equipo de **Hispania** presentó su propuesta de valor directamente a estos perfiles estratégicos, consolidando así su apuesta por una comunicación transparente, cercana y orientada a las necesidades reales del mercado.

Durante el evento, **Hispania** estuvo representada por **Johana Tigreros Echeverry**, **Rosa Palacios**, **María Teresa Walias**, **José María Ciprés Pérez** y **Alejandro Fraile de Paz**, quienes compartieron conocimientos, experiencias y visión de futuro con los asistentes, demostrando una vez más el compromiso de la firma con el desarrollo del sector.

Desde **Hispania** agradecen a **WTW Networks** la invitación y destacan la excelente organización de esta jornada, que permitió no solo fortalecer vínculos comerciales, sino también generar nuevas oportunidades de colaboración.

Tal y como señalaron desde la agencia: **“Este tipo de encuentros nos inspiran a seguir innovando, aportando valor y construyendo, entre todos, el futuro del (re)aseguramiento”.**

DAC BEACHCROFT PARTICIPA ACTIVAMENTE EN EL CYBER INSURANCE DAY 2025 DE MADRID.

Fuente: LinkedIn.

El pasado 5 de junio, el equipo de Ciberseguridad de la oficina de Madrid de **DAC Beachcroft**, firma legal partner de **ASASE**, asistió al **Cyber Insurance Day 2025**, uno de los encuentros clave del sector asegurador en materia de riesgos digitales, celebrado en la capital española.

El evento reunió a destacados expertos del ecosistema ciber para debatir sobre los retos emergentes, las estrategias de mitigación de riesgos y el papel de los seguros en la protección frente a ciberamenazas cada vez más sofisticadas.



Entre las participantes estuvo **Pilar Rodríguez López**, socia del despacho, quien intervino como ponente con una charla titulada **“Insights Telefónica Seguros: ¿Proteger al asegurado o proteger al sistema?”**. Su ponencia abordó los dilemas jurídicos y operativos a los que se enfrentan las aseguradoras al definir el alcance de sus coberturas en ciberseguros, así como la necesidad de repensar las estructuras de protección desde una óptica más sistémica y preventiva.

Pilar compartió escenario con otros especialistas del ámbito asegurador, tecnológico y legal, abriendo un valioso espacio de reflexión sobre cómo alinear intereses entre asegurados, aseguradoras y el entorno regulador en una materia tan crítica y cambiante como es la ciberseguridad.

Junto a Pilar, representaron al equipo de **DAC Beachcroft** las profesionales **Sophie Savestre**, **June Zubiaurre Giga** y **Paris Ibañez**, reforzando así la implicación del despacho en el análisis y desarrollo de soluciones frente a riesgos digitales.

Desde **ASASE**, celebramos la participación de nuestros partners en foros estratégicos como este, que contribuyen a posicionar el conocimiento jurídico como un aliado esencial para la innovación y la resiliencia en el mercado asegurador.

MUÑOZ ARRIBAS ABOGADOS REFLEXIONA SOBRE EL ARTÍCULO 20 Y EL PAPEL DE UNESPA EN NUEVA TRIBUNA JURÍDICA.

Fuente: LinkedIn.

José Antonio Muñoz Villarreal, socio director del despacho **Muñoz Arribas Abogados** —entidad socia de **ASASE** y referente en derecho de seguros—, ha publicado un nuevo artículo titulado **“Intereses del artículo 20, ¿es el momento de UNESPA?”**, en el Boletín de Responsabilidad Civil de **INESE**.

En esta tribuna, disponible bajo suscripción, el autor analiza en profundidad las implicaciones prácticas del controvertido **artículo 20 de la Ley de Contrato de Seguro**, que regula los intereses moratorios por impago de la indemnización por parte de las aseguradoras.

Con un enfoque técnico pero crítico, **Muñoz Villarreal** plantea si no ha llegado ya el momento de una acción coordinada por parte del sector, y más concretamente de **UNESPA**, que promueva una revisión normativa de este artículo, dadas las distorsiones que puede provocar en determinadas circunstancias, tanto para aseguradoras como para asegurados.

El artículo no solo destaca por su valor jurídico, sino también por abrir una reflexión necesaria sobre el equilibrio entre protección del consumidor, seguridad jurídica y sostenibilidad del sistema asegurador.

Puedes acceder al contenido completo [bajo suscripción a **INESE**] aquí: <https://lnkd.in/dV4nHyjQ>

Desde **ASASE**, animamos a todos los profesionales del sector a leer este tipo de análisis que, desde la experiencia y el conocimiento técnico, contribuyen a una evolución jurídica sólida y ajustada a la realidad operativa del seguro



FINANCIACIÓN VERDE EN AVIACIÓN: RETOS REGULATORIOS Y OPORTUNIDADES DE FUTURO.

Fuente: *El Economista*.



El auge de la sostenibilidad también despegua en el sector aeronáutico. **Isabel Rodríguez Mendieta**, Senior Associate del área de Finance & Financial Regulation de **Bird & Bird Spain**, firma un artículo en **elEconomista** donde analiza el creciente interés por la financiación verde en infraestructuras aeronáuticas y los desafíos jurídicos que enfrenta este mercado en expansión.

En su tribuna, **Isabel** destaca cómo las inversiones con criterios ESG (ambientales, sociales y de gobernanza) están ganando protagonismo en un sector históricamente señalado por su huella de carbono. Sin embargo, también subraya que aún existen barreras relevantes, especialmente en lo relativo al marco regulatorio europeo, cuya taxonomía verde no aborda con suficiente precisión las especificidades del transporte aéreo, particularmente en lo que respecta a tecnologías de transición.

"La ambigüedad normativa y la falta de uniformidad entre jurisdicciones generan inseguridad jurídica para emisores e inversores", explica **Rodríguez Mendieta**, que propone avanzar hacia un modelo normativo más claro y adaptado al contexto sectorial.

Desde **ASASE**, recomendamos la lectura de este artículo a todos los profesionales del sector que buscan anticiparse a las nuevas dinámicas de inversión sostenible. En un momento en que la transformación verde está redefiniendo prioridades y estrategias, conocer estos aspectos resulta clave para acompañar con seguridad los nuevos modelos de negocio.

Lee el artículo completo en **elEconomista**: **Financiación verde de aeronaves: análisis de un sector en transformación.**



ONRISK: LA NUEVA IDENTIDAD DE MDC COVER PARA LIDERAR LA PROTECCIÓN DE RIESGOS ESPECIALES.

Fuente: Seguros News.

La agencia de suscripción **MDC Cover**, perteneciente a Grupo Mutua Propietarios, inicia una nueva etapa bajo el nombre **onRisk**, una evolución relevante que incorpora también una nueva identidad visual y un posicionamiento renovado en el mercado.



Con esta transformación, la agencia potencia su compromiso con la especialización en riesgos especiales, y se alinea con la arquitectura de marcas del grupo, apostando por una imagen más clara, proactiva y adaptada a los nuevos tiempos. Su nuevo lema —**“Activamos soluciones para riesgos especiales”**— resume una filosofía basada en la anticipación, la agilidad y la confianza.



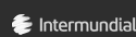
onRisk no solo adopta un nuevo nombre, sino también un nuevo lenguaje, visuales generados con inteligencia artificial y un estilo más cercano, diseñado para facilitar la comunicación con corredores, clientes y partners. Como parte de esta evolución, se ha creado un personaje embajador que simboliza los valores de protección, rigor y fiabilidad, y que acompañará a la marca en todas sus acciones comunicativas.

Arturo Delgado, director general de **onRisk**, ha señalado:

“Vamos más allá de lo convencional. Con esta nueva marca queremos manifestar nuestro compromiso de activar soluciones para riesgos especiales, alineándonos con los valores del grupo y una filosofía que prioriza la protección, la confianza y la agilidad. En este negocio, la diferencia no está solo en el valor que aseguras, sino en quién y cómo está a tu lado cuando más lo necesitas.”

Desde **ASASE** celebramos esta evolución como un paso firme hacia un modelo de agencia de suscripción más moderno, especializado y centrado en las verdaderas necesidades del mercado.

Brokers Amigos de ASASE



GRUPO PACC AMPLÍA SU RED EN LA COMUNIDAD VALENCIANA CON LA INCORPORACIÓN DE LA CORREDURÍA PARDO 1999.

Fuente: Seguros News.

Grupo PACC sigue desarrollando su plan de expansión con una nueva operación: la adquisición de la cartera de la **correduría Pardo 1999, S.L.**, con sede en Villarreal (Castellón). Esta incorporación marca la segunda integración realizada en la Comunidad Valenciana durante 2025, tras sumar a principios de año la cartera de **Jorge Miquel** en Torrent.

La nueva oficina de **Grupo PACC** en Villarreal, ubicada en la calle Valencia, 16, pasa a formar parte de la estructura del grupo, asegurando la continuidad del servicio y una atención personalizada para los clientes de la zona.



Esta operación se alinea con el modelo de crecimiento sostenido que promueve **Grupo PACC**, centrado en fortalecer su red territorial y ofrecer soluciones aseguradoras adaptadas a las particularidades de cada región. La integración de nuevas carteras como la de **Pardo 1999** permite a la entidad mantener una oferta cercana, especializada y respaldada por un equipo con gran conocimiento del mercado local.

Con presencia ya consolidada en Valencia capital, Torrent y ahora Villarreal, además de una red de franquicias en Alicante, Elche, Torrevieja y Albatera, **Grupo PACC** afianza su vinculación con la Comunidad Valenciana. Esta expansión territorial es una muestra más del compromiso de la compañía con un servicio de calidad, de proximidad y orientado al cliente, que la posiciona como una de las corredurías más dinámicas del mercado nacional.

BMS IBERIA CELEBRA SU CONVENCION ANUAL EN ARANJUEZ CON ACTIVIDADES AL AIRE LIBRE Y RECONOCIMIENTOS INSTITUCIONALES.

Fuente: Seguros News.



BMS Iberia ha reunido recientemente a su equipo en Aranjuez con motivo de su convención anual, una cita que congregó a cerca de 200 profesionales en un ambiente distendido, participativo y enriquecedor.

Durante la jornada se organizaron distintas dinámicas para fomentar la cohesión y la interacción entre los asistentes. Entre las actividades más destacadas se encuentran una divertida edición de MasterChef corporativo y una ruta en kayak por el río Tajo, que ofreció un entorno natural ideal para reforzar el espíritu de equipo.

La jornada concluyó con una cena institucional en la que participaron también amigos y socios del sector asegurador. En este marco se celebró la entrega de los **Premios BMS Iberia 2025**, un momento especialmente emotivo en el que se reconoció la labor de personas e iniciativas alineadas con los valores de la compañía.

Uno de los galardones más aplaudidos fue el otorgado por el **Comité DEI (Diversidad, Equidad e Inclusión)** de **BMS** a la **Fundación Manolo Maestre Dávila**, como muestra de apoyo a su labor y compromiso con la inclusión social.

Con esta convención, **BMS Iberia** consolida su cultura corporativa y refuerza los vínculos entre sus profesionales, promoviendo una visión compartida basada en la colaboración, el reconocimiento y la construcción de comunidad dentro del sector asegurador.

QUALITY BROKERS RENUEVA SU PRESENCIA DIGITAL CON UNA WEB MÁS ÁGIL Y CENTRADA EN EL CLIENTE.

Fuente: Seguros News.

Quality Brokers ha lanzado su nueva página web con el objetivo de ofrecer una experiencia más eficiente y centrada en las necesidades de sus más de 14.000 clientes. La plataforma, completamente rediseñada, destaca por una navegación intuitiva, un diseño actual y una plena adaptación a todos los dispositivos, desde ordenadores hasta móviles y tablets.



La nueva interfaz permite realizar gestiones de forma más rápida y sencilla, como solicitar presupuestos personalizados, consultar coberturas o acceder a la atención directa de su equipo de expertos. La correduría subraya que esta evolución digital responde a su compromiso por facilitar la relación con sus asegurados y mantener un servicio de alta calidad también en el entorno online.

Desde la dirección de **Quality Brokers** han señalado que el proyecto busca consolidar una relación más cercana y fluida con los usuarios, al tiempo que mejora la accesibilidad a toda su gama de productos y servicios aseguradores.



LA DIGITALIZACIÓN, UNA PALANCA CLAVE PARA LA RENTABILIDAD EN EL SECTOR ASEGURADOR

JUAN GARCÍA, CO-CEO DE TUIO



Después de la celebración del Día Mundial del Seguro, veo siempre un buen momento para reflexionar sobre los retos y tendencias que enfrenta la industria de los seguros para la estabilidad económica y social. Uno de los desafíos más decisivos para el presente y el futuro de este sector es, sin duda, la transformación digital. Porque ya no es una opción estratégica, sino un imperativo para garantizar la rentabilidad a medio y largo plazo.

La aplicación de tecnologías como la IA, el big data o la automatización de procesos está revolucionando todos los eslabones de la cadena de valor aseguradora, desde la gestión de riesgos hasta la atención al cliente. Estas herramientas permiten no solo optimizar procesos internos, reduciendo significativamente los costes operativos, sino también ofrecer experiencias más personalizadas, ágiles y eficientes a los asegurados, cada vez más exigentes en cuanto a transparencia, inmediatez y sencillez.

Sin embargo, esta transformación no está exenta de retos. La inversión inicial necesaria para implementar estas tecnologías es elevada, y su retorno no siempre es inmediato. Modernizar infraestructuras, integrar nuevas soluciones digitales y formar al talento interno implica un esfuerzo económico y organizativo considerable. En este sentido, la rentabilidad futura dependerá no solo de la inversión en tecnología, sino de la capacidad de las compañías para acompañar esta transformación de un cambio cultural profundo.

La tecnología, por sí sola, no soluciona los problemas si no se produce un cambio en la mentalidad y en la manera de operar. Las organizaciones que aborden la digitalización desde una visión meramente instrumental corren el riesgo de desaprovechar su verdadero potencial. Por el contrario, aquellas que adopten un enfoque estratégico e integral, donde la innovación tecnológica vaya de la mano de nuevos modelos de trabajo, estructuras más ágiles y una orientación total al cliente, serán las que logren mejorar sus ratios de eficiencia, fidelización y crecimiento sostenible.

En este proceso de transformación, la colaboración entre aseguradoras tradicionales e insurtechs está cobrando una relevancia creciente. Las insurtechs, gracias a su agilidad, cultura innovadora y capacidad para experimentar con nuevos modelos de negocio, están actuando como catalizadores del cambio en el sector. Su aportación de soluciones disruptivas en áreas como la tarificación dinámica, los seguros bajo demanda, el análisis predictivo o la gestión automatizada de siniestros ofrece a las aseguradoras tradicionales la posibilidad de acelerar su modernización y adaptarse a las nuevas demandas del mercado.

Integrar tecnologías desarrolladas por insurtechs no solo permite innovar más rápido, sino también compartir riesgos y optimizar recursos. Estos modelos de colaboración son una vía eficaz para combinar lo mejor de dos mundos: la solidez, la experiencia y la capacidad financiera de las aseguradoras consolidadas, con la flexibilidad, la creatividad y la velocidad de las nuevas startups. De hecho, cada vez son más las aseguradoras que optan por crear fondos de inversión específicos para participar en el ecosistema insurtech, o que lanzan programas de innovación abierta para captar talento y soluciones emergentes.

Sin embargo, estas colaboraciones también requieren de una gestión cuidadosa. No se trata solo de incorporar tecnología, sino de construir relaciones estratégicas basadas en objetivos comunes, confianza mutua y una visión compartida del futuro del seguro. Alinear culturas organizativas tan diferentes supone un reto, pero también una oportunidad única para generar una auténtica transformación de la industria.

Mirando hacia adelante, la combinación entre transformación digital y cambio cultural será la clave para que las aseguradoras no solo sobrevivan, sino lideren en un entorno competitivo cada vez más dinámico y exigente. Invertir en tecnología sin transformar las organizaciones es tan ineficiente como apostar por la continuidad de modelos de negocio obsoletos en un mundo radicalmente nuevo. El Día Mundial del Seguro es una ocasión ideal para reafirmar el compromiso del sector con la innovación, la sostenibilidad y el cliente. Transformarse digitalmente no significa simplemente incorporar nuevas herramientas, sino repensar el negocio desde sus cimientos para seguir cumpliendo, de forma más eficaz y eficiente, la misión esencial de toda aseguradora: proteger lo que más importa en un mundo en constante cambio.

José Luis Medel Jiménez

Director General de Confluence Group Corredores de Seguros.



1. La primera pregunta es una de introducción, sabemos que provienes de una familia con una larga tradición en el sector asegurador ¿Cómo ha influido esta herencia en toda tu carrera hasta llegar a ser director general de Confluence?

Mi historia profesional está marcada profundamente por la tradición familiar en el sector asegurador, que se remonta a la figura de mi abuelo. Lo que verdaderamente he heredado no son activos empresariales, sino una actitud ante la vida y el trabajo: adaptabilidad, superación y visión estratégica. Desde pequeño entendí que el éxito no es una meta fija, sino un proceso dinámico de mejora continua. Cada generación en nuestra familia supo aportar lo que el momento requería, y ese aprendizaje ha sido mi guía. No ha habido un único evento clave, sino un proceso prolongado de observación y acción. He visto cómo generaciones anteriores afrontaron crisis, como la reciente pandemia o el impacto de transformaciones tecnológicas, con templanza y determinación. Esa capacidad de adaptación, de gestionar la incertidumbre y mantener la cohesión, ha sido la verdadera lección. Liderar Confluence hoy es el resultado de ese legado: evolucionar sin perder esencia, y construir con visión de futuro.

2. Habéis incorporado al grupo Brokium para reforzar la presencia en Toledo ¿Cuáles son los criterios que utilizáis para seleccionar nuevas corredurías para integrar y como elaboráis esa transición para que no impacte en los clientes?

Cada integración dentro de Confluence Group se basa en una estrategia personalizada, no en criterios meramente numéricos. Cuando evaluamos una correduría como Brokium, lo hacemos desde tres dimensiones: la solidez técnica (especialmente en seguros personales, como es su caso), su trayectoria y reputación en el mercado, y muy especialmente, sus valores corporativos y filosofía de trabajo. Creemos firmemente que no todas las corredurías encajan en nuestro modelo, por muy buenos profesionales que sean. Analizamos el tipo de cartera, los objetivos de crecimiento y, sobre todo, la forma de entender el negocio. Esto nos permite construir una red cohesionada, que comparta no solo procesos, sino también visión y cultura. En cuanto a la transición, seguimos un protocolo meticuloso que actualizamos cada año. Incluye un cronograma por fases, responsables asignados para cada área —tecnología, comunicación, operaciones— y sesiones de formación progresiva para los equipos integrados. Así conseguimos que el cliente final no perciba un cambio brusco, sino una mejora en el servicio, sin perder la cercanía de su corredor habitual.

3. Confluence Group cerró el 2023 con un aumento del 40% en primas netas y más de 3 millones de euros en comisiones ¿Cuáles son las estrategias implementadas para lograr esos resultados? ¿Alguna hoja de ruta para el 2025?

2023 fue un año decisivo, en el que pusimos en marcha una estrategia muy estructurada. Nos centramos en cuatro grandes palancas: el desarrollo tecnológico interno para dar respuesta a un crecimiento sostenido, la expansión geográfica planificada con un análisis exhaustivo del mapa nacional, un fuerte impulso del área de marketing para dotar de visibilidad a los corredores de nuestra red, y la creación de un departamento de formación, esencial para acompañar el desarrollo profesional de nuestros colaboradores. Todos estos elementos se coordinaron bajo un único objetivo: crecer de forma ordenada, sostenible y con calidad de servicio. El resultado fue un incremento del 40% en primas netas y más de tres millones de euros en comisiones, que reflejan no solo crecimiento, sino eficiencia en la gestión. Para 2025, el enfoque se afina. El perfil de corredor que integramos ahora es más específico: estructuras más grandes, necesidades más complejas, y una exigencia mayor en cuanto a procesos. Esto nos obliga a seguir diseñando estrategias a medida, con una selección más rigurosa. No se trata de crecer por crecer, sino de evolucionar con lógica, cohesión y visión a largo plazo.

4. Uno de los eventos que organizasteis que más me llamo la atención fue la convención anual de Confluence Group, bajo el lema de "Una red de cine" ¿Cuál es el objetivo de este tipo de eventos? ¿Cómo contribuyen para construir y fortalecer la cultura corporativa y el compromiso del equipo?

Nuestra convención anual es mucho más que un evento corporativo: es la expresión tangible de nuestra identidad. En la edición de 2024, bajo el lema "Una red de cine", quisimos rendir homenaje al esfuerzo colectivo y al espíritu de red que caracteriza a Confluence. Elegimos Málaga, ciudad del cine, como escenario, y desarrollamos una experiencia inmersiva para que nuestros corredores se sintieran protagonistas, literalmente. Proyecciones inspiradas en películas, ambientación cinematográfica, intros personalizadas al estilo Hollywood... Todo diseñado con un objetivo: hacer sentir a cada corredor que su papel en la red es fundamental. Es nuestra forma de agradecer la confianza depositada y de reforzar el sentimiento de pertenencia. En cuanto a la organización, la estrategia, temática y estructura del evento se definen internamente, desde Confluence Central, ya que solo así podemos asegurar que el mensaje que queremos transmitir es fiel a lo que somos. Por supuesto, para la producción de actividades específicas contamos con partners especializados. Pero el alma del evento está dentro de casa. Y eso se nota. Estos encuentros refuerzan la cohesión del equipo. Requieren un año entero de preparación, y cada miembro del equipo tiene un rol asignado, más allá de su función diaria. Son eventos que ponen a prueba nuestra capacidad de trabajar como un engranaje perfecto, y eso, sin duda, tiene un efecto muy positivo en la cultura corporativa y el compromiso interno. Todos remamos en la misma dirección, y en eventos como este, se hace visible de forma muy potente.

4. ¿Qué sentido tiene la vida para ti?

Para mí, el sentido de la vida es construir algo que ayude a otros a avanzar. Ya sea una idea, un proyecto o un legado familiar. Es como pasar la antorcha sabiendo que arderá más allá de tu tiempo.

5. ¿Qué superpoder te gustaría tener?

El de poder pausar el tiempo. No para cambiar las cosas, sino para saborearlas mejor. Vivimos tan rápido que a veces los momentos importantes se nos escapan antes de darnos cuenta de que lo eran.

6. ¿Si mañana murieras, qué harías hoy?

Llamaría a mi gente y les diría lo que muchas veces damos por hecho: lo importantes que son. Luego me iría a ver el mar, solo, sin teléfono, para despedirme con calma y gratitud.

7. ¿Qué personaje de Star Wars te gustaría ser?

Obi-Wan Kenobi. Porque ser el sabio que ha visto todo, ha perdido mucho y aún elige creer... es profundamente admirable. Y lleva una capa con mucha clase.



BUZÓN DE SUGERENCIAS DE ASASE.

En ASASE queremos que la opinión de los socios cuente, para ello hemos puesto a disposición de estos un **buzón de sugerencias**.

En este espacio, socios como partners podrán compartir información y noticias para futuros boletines, ideas para formaciones, sugerencias para nuevos proyectos o consultas y peticiones.

¡¡Participa y comparte tus ideas hoy mismo!!

¡ESTAMOS PREPARANDO NUESTRO ESPERADO CONGRESO!

Estamos dando los primeros pasos en la organización de nuestro congreso anual y queremos contar con la fuerza de nuestra comunidad para que la próxima edición esté a la altura —o incluso que supere el congreso del año pasado.

Si tienes ideas, sugerencias, quieres proponer ponentes o participar en los grupos de trabajo, estaremos encantados de escucharte. Puedes escribirnos a: pablo@asase.eu

¡Gracias por vuestra colaboración y por seguir construyendo juntos el futuro de las agencias de suscripción!

PRESENTAMOS EL UNDÉCIMO EPISODIO DE NUESTRO PODCAST.

Ya tenéis en **Spotify** el undécimo episodio del Podcast de **ASASE**, en esta ocasión contamos con nuestros partners jurídicos de **Bird & Bird**, para rescatar uno de nuestras formaciones elaboradas el pasado febrero con **Virginia Martínez** y **Joaquín Muñoz**, donde nos hablaron de las oportunidades que ofrece la IA a las agencias de suscripción, no sin antes prevernos de los posibles problemas regulatorios. Escúchalo ya **aquí**.

TODO ESTO ES POSIBLE GRACIAS A NUESTROS SOCIOS



PARTNERS

Y BROKERS AMIGOS

