



BOLETÍN ASASE 37

Especial Rendezvous 2026



ÍNDICE

- ASASE presenta su nuevo episodio de su podcast: Confianza y largo plazo: cómo piensa un proveedor de capacidad
- Asisa prepara su entrada en Hogar junto a Tuio y constituye Asisa Home
- Helix Marine celebra su quinto aniversario y anuncia nuevas líneas de crecimiento
- Stoik celebra en Madrid el crecimiento de su operación en España
- Credicand y REVO Insurance firman un acuerdo para reforzar la capacidad en seguros de Caución para compradores de vivienda
- Chance Underwriting asiste al inicio de Hiscox On Tour en Madrid
- Weecover lanza Weecover Payments, su nuevo módulo de orquestación de pagos para seguros
- GES 40 Legal Services impulsa la formación práctica de sus profesionales con simulacros de juicio
- Muñoz Arribas participa en el Congreso Nacional de Derecho de la Construcción
- Hispania renueva su identidad visual corporativa

Y EN LA SECCIÓN DE BROKERS AMIGOS

- Confluence Group celebra en Córdoba la segunda edición de "Confluence en Mayo"
- Gesa Mediación refuerza su estructura con dos incorporaciones estratégicas
- Compensa (Howden) presenta su nueva identidad de marca
- La Asamblea de mayo del CCC vuelve a reunir en Moia a sus socios y a MMT Seguros por cuarto año consecutivo
- Fecor incorpora a Intermundial a su grupo de apoyo

ESPECIAL RENDEZVOUS BARCELONA

- ASASE y FASE inauguran en Barcelona el primer Rendezvous europeo de Agencias de Suscripción
- ASASE pone en valor el papel de las agencias de suscripción españolas en el MGA Rendezvous 2026
- Exsel participa en el MGA Rendezvous 2026 celebrado en Barcelona
- Epsom Consultores, presente en el Rendezvous MGA organizado por FASE y ASASE
- Intercaución, presente en The MGA Rendezvous Barcelona 2026
- Iberian Insurance Group participa en The MGA Rendezvous Barcelona 2026
- WiiRe participa en The MGA Rendez-vous celebrado en Barcelona
- Nuvu participa en el primer FASE Rendezvous celebrado en Barcelona
- Names Europe se suma al diálogo europeo en The MGA Rendezvous Barcelona 2026
- DUAL Ibérica participa en el Rendezvous MGA organizado por FASE
- Hispania participa en el European MGA Rendezvous celebrado en Barcelona
- SSR Iberia participa en el MGA Rendezvous 2026 celebrado en Barcelona

Y como entrevista en exclusiva...

William Pitt
Director Ejecutivo de FASE





BOLETÍN INFORMATIVO Nº37



ASASE PRESENTA SU NUEVO EPISODIO DE SU PODCAST: CONFIANZA Y LARGO PLAZO: CÓMO PIENSA UN PROVEEDOR DE CAPACIDAD

ASASE (la Asociación de Agencias de Suscripción Españolas) acaba de publicar un nuevo episodio de su podcast, en el que aborda uno de los temas más relevantes dentro del ecosistema de las agencias de suscripción: el papel que ejerce el proveedor de capacidad y su relación con las agencias.

El episodio cuenta con la participación de **Ángel Mas**, Managing Director de **AmTrust International Specialty** y CEO de **AmTrust International Underwriters** y **Mercedes Castillo**, Directora Comercial de **AmTrust International**, quienes ofrecen una visión especialmente práctica sobre cómo piensa un proveedor de capacidad a la hora de trabajar con una agencia de suscripción.

Durante la conversación, se analiza de forma profunda qué aporta una entidad aseguradora más allá de la propia delegación de capacidad, destacando aspectos como la estabilidad a largo plazo, la especialización técnica, la confianza, la calidad del dato y la importancia de hablar el mismo idioma que la agencia.

Además, **Ángel Mas** y **Mercedes Castillo** explican cómo es el día a día una vez firmado el acuerdo de Binder, poniendo especial foco en la comunicación constante, el seguimiento de la cartera, la gestión de desviaciones y el acompañamiento diario operativo siempre se tiene que construir sobre la transparencia y visión compartida.

Este episodio, permite entender mejor una de las piezas clave y más determinantes del modelo de la agencia de suscripción. Una conversación de gran interés para las agencias socias de **ASASE**, especialmente para aquellas que buscan abrir nuevas relaciones de capacidad o comprender mejor qué espera una aseguradora de una Agencia de Suscripción.

El episodio ya está disponible en **Spotify** 

¿CONOCES A LA FEDERACIÓN DE AGENCIAS DE SUSCRIPCIÓN EUROPEA...?

FASE nace como la Federación Europea de Agencias de Suscripción, con el objetivo de representar, conectar y fortalecer al ecosistema MGA en España.

La Federación actúa como punto de encuentro entre agencias, aseguradoras, reaseguradoras, proveedores de capacidad y empresas de servicios especializados. Su misión es impulsar el reconocimiento del modelo MGA, fomentar la colaboración entre mercados, promover un sector más profesional, innovador y conectado.

A través de iniciativas como el MGA Rendezvous, FASE crea espacios de networking, intercambio de conocimiento y generación de oportunidades de negocio.



ESPECIALIDADES

Representar al mercado MGA europeo, Conectar entre MGAs y proveedores de capacidad, Networking paneuropeo, Impulsar el crecimiento sostenible del modelo de MGA y apoyo regulatorio y conocimiento de mercado.

CONTÁCTALOS

 info@fasemga.com

 +31 20 809 9613

 En la Web

ASISA PREPARA SU ENTRADA EN HOGAR JUNTO A TUIO Y CONSTITUYE ASISA HOME



Asisa está preparando su operativa para comenzar a operar en el ramo de Hogar, a la espera de recibir la correspondiente autorización de la **Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP)** para iniciar su actividad.

Según recoge el diario **El Economista**, a raíz de una publicación del **Boletín Oficial del Registro Mercantil**, la aseguradora ha constituido una nueva sociedad denominada **Asisa Home**, con la que prevé prestar servicios de asistencia y reparaciones vinculados al ámbito del Hogar.

Además, la publicación señala que **Asisa** habría firmado un precontrato con la insurtech **Tuio**, socio de **ASASE**, para el lanzamiento y distribución de los nuevos productos de Hogar en el mercado. Esta colaboración permitiría combinar la capacidad aseguradora y estructura de **Asisa** con el enfoque digital e innovador de **Tuio** en el desarrollo y comercialización de soluciones aseguradoras.

La nueva compañía, con sede en Madrid, tendría como objeto la prestación de servicios integrales relacionados con la reparación, mantenimiento, instalación, sustitución, revisión, diagnóstico, asistencia técnica, conservación y mejora de bienes muebles e inmuebles, así como de sistemas, equipos y dispositivos tecnológicos.

Con este movimiento, **Asisa** avanza en su estrategia de diversificación hacia el ramo de Hogar, mientras **Tuio** refuerza su papel como insurtech especializada en impulsar nuevos modelos de distribución y experiencia digital en el sector asegurador.

Fuente: Seguros News

HELIX MARINE CELEBRA SU QUINTO ANIVERSARIO Y ANUNCIA NUEVAS LÍNEAS DE CRECIMIENTO

Helix Marine celebró en Madrid su quinto aniversario con un encuentro que reunió a profesionales nacionales e internacionales del sector asegurador, entre ellos brokers, aseguradoras, peritos, abogados y otros actores vinculados al mercado marítimo y de riesgos especializados.

Durante el evento, la agencia de suscripción anunció tres novedades relevantes para su evolución: la autorización para entrar en el negocio de Puertos y Terminales, el inicio de operaciones en Portugal como primer paso dentro de su expansión por la Unión Europea y Latinoamérica, y su desembarco en el sector de la Energía.

Rafael Real, CEO de **Helix Marine**, destacó que la compañía afronta 2026 con un plan estratégico centrado en el crecimiento, la diversificación, el desarrollo tecnológico y la consolidación de su posicionamiento como agencia especializada en riesgos marítimos complejos y nuevas líneas de negocio.

El fundador de **Helix Marine** también subrayó la evolución registrada por la agencia en 2025, ejercicio en el que alcanzó un crecimiento del 20% en primas de seguros, una retención de pólizas del 90% y una tasa de transformación superior al 40%. Según **Rafael Real**, estos datos refuerzan un modelo basado en una suscripción rigurosa y en un sistema integral de gestión de siniestros.



Desde la compañía también destacaron el crecimiento del área de recobros, considerada estratégica para el desarrollo de la empresa, así como una tasa de transformación a póliza superior al 30% sobre peticiones analizadas y cotizadas.

En el marco de la celebración, **Helix Marine** realizó además un reconocimiento a varios profesionales del sector, entre ellos **Elena Benito**, periodista especializada; **Manuel Urrutia**, director general de **Confianza**; **Ignacio Pina**, abogado especialista en Marítimo; **Fernando López** y **Salvador Gisbert**, de **Segur 9**; **Beatriz García**, de **Willis**; **José Ángel Martínez**, de **Reale Seguros**; y **Alfredo Fajardo**.

Cinco años después de su creación, **Helix Marine** continúa trabajando en exclusiva para España con **Tokio Marine Europe**, aseguradora especializada en marítimo y logística, a la que se han sumado otras entidades como **Smatbp**, **Markel** y **Reale**, además de nuevas incorporaciones previstas próximamente.

Fuente: Seguros News

STOÏK CELEBRA EN MADRID EL CRECIMIENTO DE SU OPERACIÓN EN ESPAÑA



Stoik celebró en Madrid la evolución de su actividad en España junto a corredores y colaboradores, en un encuentro en el que la insurtech puso en valor el crecimiento alcanzado en el mercado nacional y su apuesta por seguir desarrollando soluciones de ciberseguro apoyadas en tecnología.

Durante el evento, **Juan Ramallo**, Country Manager de **Stoik Iberia**, destacó que la compañía ha duplicado su equipo en España en apenas un año. Además, señaló que en el último ejercicio 250 corredores han realizado al menos una cotización de sus productos de ciberseguro, alcanzando ya más de 900 pólizas emitidas.

Ramallo agradeció el apoyo recibido por parte de los corredores y subrayó el compromiso de la compañía por continuar mejorando su propuesta de valor, con productos diferenciales y una fuerte base tecnológica. Según avanzó, **Stoik** seguirá presentando novedades a lo largo del año.

El encuentro también contó con la participación de **Jules Veyrat**, cofundador y CEO del grupo, quien mostró su satisfacción por la evolución de **Stoik** en España, al que definió como uno de los mercados más importantes de Europa para la compañía.

Veyrat recordó que **Stoik** nació hace cinco años con una idea clara: proteger a las empresas frente al riesgo ciber a través de un producto asegurador diseñado específicamente para corredores. En este sentido, destacó dos pilares fundamentales del modelo de la compañía: la simplicidad para facilitar el trabajo de corredores y clientes, y una fuerte inversión en tecnología.

Desde **Stoik** remarcaron que su desarrollo en España es solo el inicio de un proyecto a largo plazo, con la ambición de seguir acompañando a las empresas en la protección frente al riesgo cibernético de la mano del canal corredor.

Fuente: Seguros News

CREDICAND Y REVO INSURANCE FIRMAN UN ACUERDO PARA REFORZAR LA CAPACIDAD EN SEGUROS DE CAUCIÓN PARA COMPRADORES DE VIVIENDA

La Agencia de Suscripción española **Credicand** y la aseguradora italiana **REVO Insurance** han formalizado un acuerdo estratégico mediante un binder de Caución en afianzamiento.



A través de esta alianza, **REVO Insurance** concede a **Credicand** capacidad para la suscripción de seguros de Caución destinados a garantizar las cantidades entregadas a cuenta por los compradores de viviendas, una cobertura clave en el ámbito promotor y con una demanda creciente en el mercado.

En el marco del acuerdo, **Credicand** aportará su tecnología, su capacidad técnica de suscripción y su amplia presencia entre los mediadores de seguros.

Esta colaboración refuerza a ambas entidades y responde a un objetivo común: ofrecer soluciones aseguradoras especializadas en un segmento promotor especialmente dinámico, donde la cobertura de garantías legales para compradores de vivienda continúa ganando relevancia.

En palabras de **Miguel Ángel Guerrero**, director general de **Credicand**: **“Este acuerdo fortalece y amplía nuestra capacidad de suscripción en Credicand, con la responsabilidad de incorporar a una compañía de prestigio en el mercado asegurador europeo como es REVO”**.

Fuente: Seguros News



CHANCE UNDERWRITING ASISTE AL INICIO DE HISCOX ON TOUR EN MADRID

Chance Underwriting asistió la semana pasada en Madrid a la primera sesión de **Hiscox On Tour**, la nueva serie de conferencias impulsada por **Hiscox España**.

La jornada, organizada bajo el título **“Impulsando el talento en la mediación”** y con la colaboración de la consultora **groWZ Consultants**, puso el foco en la dimensión más humana del sector asegurador: los equipos, el talento y las personas que trabajan cada día en la mediación.

Desde **Chance** destacaron el carácter inspirador del encuentro, que permitió compartir experiencias y opiniones con numerosos profesionales del sector, así como el valor de este tipo de iniciativas para seguir impulsando el desarrollo y la conexión entre actores del mercado asegurador.

Fuente: LinkedIn

WEECOVER LANZA WEECOVER PAYMENTS, SU NUEVO MÓDULO DE ORQUESTACIÓN DE PAGOS PARA SEGUROS

Weecover ha anunciado el lanzamiento oficial de **Weecover Payments**, su nuevo módulo de orquestación de pagos de seguros, diseñado para simplificar la gestión de cobros en el sector asegurador y resolver la complejidad operativa y tecnológica que supone integrar distintos métodos, proveedores y sistemas internos.

La solución nace con el objetivo de conectarse a cualquier ecosistema tecnológico, ya sea un ERP, CRM, core asegurador o eCommerce, permitiendo centralizar y gestionar toda la operativa de cobros desde un único punto de control.

A diferencia de las pasarelas de pago genéricas, **Weecover Payments** se presenta como una herramienta flexible y adaptada a las necesidades específicas de aseguradoras y grandes distribuidores. El módulo permite combinar múltiples métodos de pago, como tarjeta, domiciliación bancaria, Bizum, PayPal, Apple Pay o Google Pay, así como distintos proveedores, entre ellos **Stripe**, **Paycomet** o **Monei**, sin obligar a las compañías a cambiar su plataforma tecnológica.

“Hemos detectado que el sector asegurador necesitaba una capa de inteligencia propia en la gestión de sus pagos”, afirma Rafael Gallardo, CDO & Co-Founder de Weecover. “Nuestro módulo no solo procesa transacciones; permite crear modelos de suscripción, gestionar el cobro recurrente de forma segura y ofrecer planes de pago flexibles que se ajustan automáticamente si hay cambios en los impuestos, precios o coberturas”.

Según explica la insurtech, **Weecover Payments** ya está activo en aseguradoras, donde ha permitido conectar e integrar la operativa de pagos con plataformas de gestión interna en apenas cuatro semanas.



La compañía señala además que la plataforma logra mantener activas el 95% de las suscripciones y cobros recurrentes gestionados, reduciendo en algunos casos casi a la mitad el tiempo dedicado a tareas administrativas como conciliaciones contables, gestión de devoluciones o actualización de condiciones de pago.

El módulo garantiza el cumplimiento de las principales normativas europeas en materia de protección de datos y seguridad financiera, incluyendo DORA, GDPR y PSD2. Además, permite automatizar cobros futuros con la autorización inicial del cliente, sin almacenar los datos de su tarjeta, reforzando así la seguridad y tranquilidad del usuario final.

Entre sus principales funcionalidades destacan la integración sencilla con distintos sistemas, la posibilidad de modificar planes de pago de forma flexible, la gestión omnicanal de cobros online, en tienda física o mediante enlaces de pago seguros, así como informes en tiempo real y avisos automáticos sobre el estado de cada transacción.

Para profundizar en el impacto de esta tecnología y en la evolución de los cobros dentro de la industria aseguradora, Weecover celebrará el webinar **“Tendencias de pago en seguros: la evolución hacia el cobro inteligente”** el próximo miércoles 27 de mayo de 2026 a las 17:00 horas. Durante el encuentro se presentarán casos de uso reales y se analizará cómo la flexibilidad en los pagos puede contribuir a mejorar la retención de clientes y la eficiencia operativa de las aseguradoras.

Fuente: Seguros News



GES 40 LEGAL SERVICES IMPULSA LA FORMACIÓN PRÁCTICA DE SUS PROFESIONALES CON SIMULACROS DE JUICIO

GES 40 Legal Services ha desarrollado recientemente una iniciativa interna de formación práctica basada en la realización de simulacros de juicio sobre asuntos reales tramitados por el despacho.

El objetivo de esta actividad ha sido acercar a los miembros más jóvenes del equipo a situaciones procesales habituales, permitiéndoles reforzar sus conocimientos jurídicos y desarrollar habilidades esenciales para el ejercicio profesional, como la argumentación, la capacidad de anticipación, la gestión del tiempo y la seguridad en sala.

Durante la sesión, los participantes asumieron distintos roles procesales, poniendo a prueba su capacidad de análisis, estrategia y reacción ante imprevistos, en un entorno diseñado para reproducir la dinámica real de los tribunales.

Con esta iniciativa, **GES 40 Legal Services** refuerza su apuesta por una formación orientada a la práctica, entendiendo que la experiencia directa es una herramienta clave para preparar a sus profesionales ante los retos del futuro.

Desde el despacho destacan que este tipo de acciones forman parte de su compromiso con la excelencia, el aprendizaje continuo y el crecimiento profesional de su equipo.

Fuente: LinkedIn

MUÑOZ ARRIBAS PARTICIPA EN EL CONGRESO NACIONAL DE DERECHO DE LA CONSTRUCCIÓN

Muñoz Arribas Abogados ha participado en el Congreso Nacional de Derecho de la Construcción, organizado por el **Ilustre Colegio de la Abogacía de Madrid** y el **Centro de Estudios ICAM**, un encuentro de referencia para profesionales del ámbito jurídico y del sector de la construcción.

En representación del despacho asistieron sus socios **Francisco Javier Muñoz Villarreal** y **Alberto Muñoz Villarreal**, quienes formaron parte de una jornada centrada en analizar los principales retos jurídicos que afronta actualmente el sector.

Durante el congreso se abordaron cuestiones de especial relevancia, como el Anteproyecto de Ley Orgánica de Integridad Pública, los retos del public compliance en el ámbito de la construcción, la situación y perspectivas del mercado inmobiliario, la visión internacional de los contratos de construcción y el impacto de la inteligencia artificial en la gestión de grandes proyectos de infraestructuras.



Desde **Muñoz Arribas Abogados** destacaron el valor de este tipo de espacios para reflexionar sobre las nuevas tendencias jurídicas, compartir conocimiento con otros profesionales del sector y reforzar su compromiso con la excelencia en el asesoramiento a clientes vinculados al ámbito de la construcción.

Fuente: LinkedIn

HISPANIA RENUEVA SU IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA

Hispania ha presentado la evolución de su marca y la renovación de su identidad visual corporativa, un cambio con el que la agencia de suscripción y bróker de reaseguro busca reflejar su adaptación a un entorno cada vez más global, dinámico y competitivo.

Según explican desde la compañía, esta renovación supone una modernización de la marca sin perder la esencia que ha definido a **Hispania** desde sus orígenes. El objetivo ha sido construir una imagen más contemporánea, versátil y reconocible, capaz de transmitir dinamismo, visión de futuro y una identidad con carácter propio.



La actualización de la marca responde a la evolución natural de **Hispania** como compañía y busca reforzar su posicionamiento estratégico, mejorar la coherencia visual en todos sus puntos de contacto y consolidar una imagen alineada con su crecimiento y proyección internacional.

En palabras de **Alejandro Fraile**, Country Manager España y Global Commercial Manager de **Hispania**, “esta evolución visual representa mucho más que un cambio estético, mantiene el ADN de Hispania y construye una identidad reconocible, consistente y que refuerza además nuestra personalidad. Refleja quiénes somos hoy y hacia dónde queremos avanzar como compañía global, ágil y preparada para responder a un mercado en constante transformación”.

Fuente: Seguros News

Brokers Amigos de ASASE



CONFLUENCE GROUP CELEBRA EN CÓRDOBA LA SEGUNDA EDICIÓN DE "CONFLUENCE EN MAYO"



Confluence Group ha celebrado en Córdoba la segunda edición de **"Confluence en Mayo"**, una iniciativa creada para generar un espacio de encuentro entre compañías del mercado, colaboradores estratégicos y profesionales vinculados a la red de la entidad.

El objetivo de esta jornada fue fomentar conversaciones de valor, compartir experiencias y fortalecer vínculos entre profesionales del sector asegurador en un entorno cercano y diferencial.

Según destacan desde **Confluence Group**, la elección de Córdoba, coincidiendo con la celebración de sus emblemáticos patios, volvió a aportar un carácter singular al encuentro. Los asistentes pudieron disfrutar de una experiencia exclusiva que incluyó la visita a espacios históricos como el Palacio de Viana, una comida privada en el Círculo de la Amistad de Córdoba y una actuación de guitarra y cante flamenco como cierre de la jornada.

"Confluence en Mayo" representa exactamente la forma en la que entendemos las relaciones dentro del sector asegurador: cercanía, confianza y tiempo de calidad compartido. Queremos seguir creando espacios donde sucedan conversaciones reales y donde las conexiones profesionales nazcan de forma natural, en un entorno cuidado y verdaderamente especial", destacó **José Luis Medel**.

Con esta segunda edición, **Confluence Group** consolida una iniciativa que combina networking, cultura y relación profesional, reforzando su apuesta por crear espacios de encuentro de calidad dentro del sector.

Fuente: Seguros News

GESA MEDIACIÓN REFUERZA SU ESTRUCTURA CON DOS INCORPORACIONES ESTRATÉGICAS

Gesa Mediación ha reforzado su estructura estratégica y operativa con dos incorporaciones clave: **Pablo Albaladejo**, que se suma al Consejo de Administración, y **Lucía Sánchez**, que asume la Dirección Técnica Responsable de la Actividad de Distribución, en sustitución de **Valentín Palanca**.

La incorporación de **Pablo Albaladejo** al Consejo supone un paso natural en la evolución de la correduría, al formar parte de la tercera generación de la empresa. Graduado en Administración y Dirección de Empresas por **ESIC** y con un Máster en Dirección Financiera por **IE Business School**, Albaladejo cuenta con una sólida formación analítica y una clara orientación hacia la optimización de procesos y la toma de decisiones basada en datos.

Durante su trayectoria en **Gesa Mediación**, ha desempeñado funciones relevantes en el área de desarrollo de negocio, participando en el diseño y ejecución de estrategias de crecimiento, la modernización y digitalización de procesos internos y la consolidación de nuevas líneas de negocio dentro del grupo.



Por su parte, **Lucía Sánchez** asume la Dirección Técnica tras una sólida trayectoria en el sector asegurador. Graduada en Derecho, destaca por su experiencia en la tramitación y supervisión de siniestros complejos, así como en la coordinación con compañías aseguradoras, peritos y equipos técnicos.

En esta nueva etapa, Lucía **Sánchez** liderará el desarrollo de soluciones aseguradoras, la relación con los mercados y la supervisión de la política de suscripción y colocación de riesgos, con un enfoque centrado en la calidad del servicio, la agilidad y la eficiencia operativa.

Con estos nombramientos, **Gesa Mediación** refuerza la continuidad de su proyecto de crecimiento, transformación y profesionalización dentro del mercado asegurador.

Fuente: Seguros News

COMPENSA (HOWDEN) PRESENTA SU NUEVA IDENTIDAD DE MARCA



Compensa (Howden) ha presentado su nueva identidad de marca, una evolución con la que la compañía busca reflejar su consolidación como partner estratégico para los departamentos de Recursos Humanos.

Bajo el concepto "Time to evolve", la nueva marca representa una etapa centrada en la cercanía, la escucha activa y el acompañamiento a las organizaciones en sus procesos de transformación cultural, bienestar y gestión del talento.

Según explica la compañía, este rebranding va más allá de un cambio visual y responde a una evolución estratégica hacia una forma más humana, flexible y actual de entender el entorno laboral.

La nueva identidad incorpora un diseño más dinámico y contemporáneo, acompañado de un símbolo inspirado en un círculo abierto, con el que **Compensa Howden** quiere transmitir ideas como la evolución constante, la colaboración y la capacidad de adaptación a las nuevas necesidades de empresas y profesionales.

"Esta nueva etapa refleja cómo hemos evolucionado junto a nuestros clientes y cómo queremos seguir acompañándolos en sus retos de transformación, bienestar y experiencia del empleado. Queremos proyectar una marca más cercana, abierta y preparada para responder a los desafíos actuales de las organizaciones, manteniendo siempre nuestra esencia y vocación de acompañamiento", explica **Alejandro Juan Peiró**, director general de **Compensa**.

Fuente: Seguros News

LA ASAMBLEA DE MAYO DEL CCC VUELVE A REUNIR EN MOIÀ A SUS SOCIOS Y A MMT SEGUROS POR CUARTO AÑO CONSECUTIVO

Moià acogió por cuarto año consecutivo la Asamblea del mes de mayo del **Club Català de Corredors d'Assegurances (CCC)**, en una cita que ya se ha convertido en una tradición dentro de la asociación gracias a la colaboración de **MMT Seguros**. Como en ediciones anteriores, la compañía volvió a reunir a los socios del **CCC** junto a su equipo directivo y comercial en un ambiente

cercano y distendido, culminando la jornada con la ya tradicional paella organizada por **MMT** para todos los asistentes.

Uno de los puntos más destacados de la asamblea fue el análisis de los resultados de la DEC 2025 correspondientes a las 28 corredurías asociadas. El volumen total de negocio intermediado alcanzó los 141,7 millones de euros, de los cuales 126 millones corresponden al negocio de No Vida y más de 15,6 millones al negocio de Vida. El crecimiento registrado durante 2025 fue especialmente significativo, con un incremento del 13,3% en el total de primas, un 11,1% en No Vida y un destacado 33,8% en Vida, situándose claramente por encima de la evolución del mercado.



La asamblea también puso en valor el crecimiento de la facturación conjunta de las corredurías del **Club**, que alcanzó los 22,3 millones de euros, con un incremento del 15,1% respecto al ejercicio anterior, así como la mejora de la ratio de comisiones, que se situó en el 15,8%, superando los registros de años anteriores.

En cuanto a la evolución del ejercicio 2026, se analizaron los resultados correspondientes al mes de abril, destacando un crecimiento del 14,38% en primas de No Vida con las compañías preferentes, nuevamente por encima del crecimiento del mercado.

Dentro de los trabajos habituales de las diferentes comisiones de la asociación, el **CCC** anunció la incorporación de Mònica Piñol como nueva Consultora Tecnológica del equipo de apoyo del **Club**. Su función será acompañar y asesorar a las corredurías asociadas para optimizar el uso de las herramientas tecnológicas y mejorar la eficiencia operativa de los socios.

Por parte de **MMT Seguros**, asistieron diversos miembros del equipo directivo de la compañía, entre ellos **Carlos Navarro**, director comercial, **Jaime Miquel**, director técnico y **Pablo Peñuela**, director financiero, junto al equipo de soporte comercial y técnico de Cataluña. Durante la jornada, **Carlos Navarro** destacó el valor de este tipo de encuentros profesionales junto al **Club Català de Corredors** para seguir fortaleciendo la cercanía y la confianza con la mediación, en una jornada marcada por el intercambio de experiencias y la visión compartida sobre los retos y oportunidades del sector. **“Espacios como este nos permiten seguir fortaleciendo relaciones, escuchar de cerca a la mediación y continuar avanzando desde la confianza, la colaboración y el compromiso mutuo”**.



La asamblea contó también con la participación de **Artur Reñé**, Chairman de **Guy Carpenter Iberia**, quien ofreció una visión especializada sobre la evolución del mercado de **Lloyd's** y los principales retos y tendencias del reaseguro a nivel mundial.

FECOR INCORPORA A INTERMUNDIAL A SU GRUPO DE APOYO



Fecor ha anunciado la incorporación de **Intermundial** a su grupo de apoyo, reforzando así su red de entidades colaboradoras vinculadas al desarrollo y especialización del canal corredor.

Para **Alberto Ocaranza**, presidente de **Fecor**, esta incorporación permite sumar a una compañía con una amplia especialización en áreas de interés para los corredores. En este sentido, destacó que el objetivo de la federación es acercar al colectivo soluciones que les permitan ampliar su capacidad de asesoramiento, identificar nuevas oportunidades de negocio y responder mejor a las necesidades de sus clientes.

Por su parte, **Manuel López**, CEO de Intermundial, subrayó la importancia del canal corredor en la evolución del seguro, especialmente en ámbitos como el seguro de viaje, donde las necesidades del cliente cambian de forma constante. Asimismo, señaló que formar parte de **Fecor** permitirá a la compañía estar más cerca del sector, escuchar sus necesidades y aportar soluciones cada vez más especializadas.

Fuente: Seguros News

MUCHAS GRACIAS POR ACOMPAÑARNOS



ASASE Y FASE INAUGURAN EN BARCELONA EL PRIMER RENDEZVOUS EUROPEO DE AGENCIAS DE SUSCRIPCIÓN

ASASE tuvo un papel protagonista en la apertura del primer **FASE Rendezvous**, celebrado en Barcelona, un encuentro que reunió a cientos de profesionales del ecosistema MGA europeo con el objetivo de impulsar el diálogo, la colaboración y la representación del sector a nivel internacional.

La introducción del evento corrió a cargo de **Darío Spata**, Presidente de **ASASE**, junto a **William Pitt**, Director Ejecutivo de **FASE**, quienes dieron la bienvenida a los asistentes y pusieron en valor la importancia de construir una comunidad europea sólida en torno al mercado de agencias de suscripción y autoridades delegadas.

Durante su intervención, **Darío Spata** destacó el privilegio que supone para España acoger el primer evento de **FASE** y subrayó el papel de **ASASE** como asociación comprometida con la defensa de los intereses de las Agencias de Suscripción españolas, la mejora de su marco legislativo y el reconocimiento de sus derechos. Además, señaló que **FASE** ha dejado de ser una idea o un proyecto para convertirse en una realidad, con una comunidad europea cada vez más consolidada.

El Presidente de **ASASE** también quiso remarcar la importancia del encuentro presencial en un sector basado en la confianza, la colaboración y las relaciones profesionales. En este sentido, animó a los asistentes a convertir el **Rendezvous** en una tradición y a aprovechar el evento para generar conexiones reales, "cara a cara" y con espíritu de amistad.

Por su parte, **William Pitt** destacó que el objetivo de **FASE** es construir una comunidad europea centrada en el mercado MGA y en el ecosistema de autoridades delegadas, integrando a Agencias de Suscripción, aseguradoras, proveedores de capacidad y empresas de servicios especializadas. Durante su intervención, subrayó que este tipo de negocios existen necesariamente en colaboración, por lo que resulta esencial crear espacios que permitan a los profesionales conocerse, intercambiar experiencias y detectar oportunidades comunes.

William Pitt recordó además que **FASE** fue constituida recientemente y que ya cuenta con 124 miembros, reflejo del interés creciente por fortalecer los vínculos entre los distintos mercados europeos. La federación trabajará en los próximos meses para reforzar esa comunidad de intereses, apoyar a sus miembros a escala paneuropea y colaborar estrechamente con las asociaciones locales existentes en cada país.

Con esta apertura, **ASASE** y **FASE** dieron inicio a un evento llamado a convertirse en una cita de referencia para el mercado MGA europeo, reforzando la visibilidad de las Agencias de Suscripción españolas y consolidando a Barcelona como punto de encuentro para el diálogo, la cooperación y el crecimiento del sector.



ASASE PONE EN VALOR EL PAPEL DE LAS AGENCIAS DE SUSCRIPCIÓN ESPAÑOLAS EN EL MGA RENDEZVOUS 2026



Uno de los mensajes centrales de la sesión fue la existencia de una competencia sana entre las agencias españolas. Aunque muchas de ellas operan en ramos similares y comparten espacios de mercado, los ponentes coincidieron en destacar el buen clima de colaboración, cercanía y respeto profesional existente entre las entidades. Esta relación, según se puso de manifiesto durante la charla, es una de las fortalezas del ecosistema MGA español y una base esencial para seguir creciendo como sector.

La conversación también abordó las características diferenciales de las Agencias de Suscripción en España. Se destacó su tamaño generalmente reducido, su alto grado de especialización técnica, su espíritu emprendedor y su capacidad para competir con estructuras más grandes gracias a la agilidad, el conocimiento experto y la cercanía con brokers, aseguradoras y proveedores de capacidad.



ASASE participó activamente en el **MGA Rendezvous 2026**, organizado por **FASE** junto con la propia asociación en Barcelona, en una sesión dedicada a analizar el presente y futuro del mercado español de Agencias de Suscripción.

La intervención estuvo moderada por **Darío Spata**, presidente de **ASASE**, y contó con la participación de **Ivonne García**, directora general de **Exsel**, y **Félix Ferrer-Dalmau**, director general de **CROUCO**, dos profesionales de referencia dentro del sector. Durante la charla, los ponentes compartieron su visión sobre la evolución del modelo MGA en España, la relación entre agencias de suscripción, la competencia dentro del mercado y los principales retos de crecimiento, talento y especialización.

En su introducción, **Darío Spata** recordó el crecimiento experimentado por **ASASE** en los últimos años, señalando que la asociación nació en 2008 y que, desde su nueva etapa como entidad independiente, ha pasado de 14 a 40 miembros, representando una parte muy significativa del mercado español de Agencias de Suscripción.



Otro de los temas relevantes fue la atracción y retención del talento. Los ponentes subrayaron que las Agencias de Suscripción ofrecen proyectos dinámicos, con mayor implicación directa en el negocio y una forma de trabajar que puede resultar especialmente atractiva para perfiles técnicos y profesionales que buscan retos, autonomía y aprendizaje continuo.

La sesión permitió trasladar al público europeo una imagen clara del mercado español: un ecosistema en crecimiento, formado por agencias especializadas, con capacidad de innovación y con una cultura de colaboración que refuerza su papel dentro del mercado asegurador. Con esta intervención, **ASASE** volvió a poner en valor la importancia de las Agencias de Suscripción españolas en el contexto europeo, reforzando su compromiso con la defensa, visibilidad y desarrollo del modelo MGA en España y su conexión con el resto de mercados europeos.

EXSEL PARTICIPA EN EL MGA RENDEZVOUS 2026 CELEBRADO EN BARCELONA



Exsel estuvo presente los pasados 11 y 12 de mayo en el **MGA Rendezvous 2026**, el principal encuentro europeo de Agencias de Suscripción, organizado por **FASE** junto con **ASASE** y celebrado este año en Barcelona.

El evento reunió a MGAs, aseguradoras y profesionales del mercado europeo para compartir visión, tendencias y oportunidades de colaboración en torno a la evolución del modelo de Agencias de Suscripción.

Uno de los momentos más destacados para **Exsel** fue la participación de **Ivonne García**, directora general de la compañía, como ponente en una de las sesiones del evento. Durante su intervención, aportó la visión del mercado español y puso en valor el papel cada vez más relevante de las Agencias de Suscripción dentro del ecosistema asegurador europeo.

Además de **Ivonne García**, también asistieron en representación de **Exsel**, **Álvaro Satrustegui**, CEO, y César Quincoces, director técnico, en unas jornadas marcadas por el intercambio de ideas, el networking y la conexión con otros actores clave del sector.

La participación de **Exsel** en el **MGA Rendezvous 2026** refuerza su compromiso con el desarrollo del mercado MGA y con la colaboración entre los distintos profesionales que forman parte del ecosistema asegurador europeo.



EPSOM CONSULTORES, PRESENTE EN EL RENDEZVOUS MGA ORGANIZADO POR FASE Y ASASE



INTERCAUCIÓN, PRESENTE EN THE MGA RENDEZVOUS BARCELONA 2026





IBERIAN INSURANCE GROUP PARTICIPA EN THE MGA RENDEZVOUS BARCELONA 2026



Iberian Insurance Group participó en **The MGA Rendezvous Barcelona 2026**, un encuentro clave para impulsar el diálogo, la colaboración y el crecimiento del ecosistema MGA en Europa.

Durante la jornada, el mercado español tuvo un papel protagonista, con la participación de **Darío Spata**, CEO de **Iberian Insurance Group** y presidente de **ASASE**, y **Félix Ferrer-Dalmau**, director de **CROUCO, Agencia de Suscripción del Grupo Iberian**, quienes compartieron su visión sobre el presente y futuro de las Agencias de Suscripción.

El evento permitió abordar algunos de los grandes retos y oportunidades del sector, como el crecimiento sostenible, la especialización, el talento, la colaboración entre actores del mercado y el desarrollo de nuevas oportunidades dentro del ecosistema asegurador europeo.

Desde **Iberian** destacaron el valor que las agencias de suscripción aportan al mercado asegurador, gracias a su conocimiento técnico, agilidad, capacidad de distribución y cercanía con brokers, aseguradoras, reaseguradoras y proveedores de capacidad.

La participación de **Iberian Insurance Group** en esta cita refuerza su compromiso con el reconocimiento y desarrollo del modelo MGA, así como con la construcción de un mercado más conectado, especializado y colaborativo desde España hacia Europa.

WIIRE PARTICIPA EN THE MGA RENDEZVOUS CELEBRADO EN BARCELONA



WiiRe estuvo presente en **The MGA Rendez-vous**, organizado por **FASE** en Barcelona, un encuentro que reunió a profesionales del mercado asegurador europeo para compartir visión, tendencias y oportunidades en torno al desarrollo del modelo MGA.

Desde la compañía destacaron el carácter inspirador de las jornadas y el papel cada vez más relevante que están adquiriendo las agencias de suscripción dentro de la industria aseguradora.

El evento permitió poner de manifiesto cómo las MGAs continúan impulsando el crecimiento, la especialización y la innovación en el sector, consolidándose como actores clave dentro del ecosistema asegurador europeo.

WiiRe agradeció a **FASE** la organización de este encuentro, que contribuye a fortalecer la conexión entre profesionales y a seguir avanzando en el reconocimiento del modelo MGA en Europa.



NUVU PARTICIPA EN EL PRIMER FASE RENDEZVOUS CELEBRADO EN BARCELONA



NuVu estuvo presente en el primer **FASE Rendezvous**, celebrado en Barcelona, en dos jornadas marcadas por el intercambio de ideas, el networking y la conexión entre profesionales del mercado MGA europeo.

Desde la compañía destacaron el valor del encuentro como una oportunidad para reencontrarse con compañeros, partners y amigos del sector, así como para mantener conversaciones sobre alianzas, evolución del mercado y nuevas oportunidades de colaboración.

En representación de **NuVu** asistieron **Juan Alberto García** y **Daniel Marques**, junto a otros profesionales del ecosistema europeo. La compañía también puso en valor la participación de **Valentina Visser**, presidenta de la **NVGA**, quien compartió la experiencia del mercado neerlandés y su modelo de organización, aportando una visión útil para el desarrollo del sector a nivel europeo.

NuVu agradeció a **William Pitt** y al equipo organizador la excelente acogida y hospitalidad durante el evento, que supuso un paso relevante en la colaboración y unificación de las Agencias de Suscripción en Europa.

NAMES EUROPE SE SUMA AL DIÁLOGO EUROPEO EN THE MGA RENDEZVOUS BARCELONA 2026





DUAL IBÉRICA PARTICIPA EN EL RENDEZVOUS MGA ORGANIZADO POR FASE



DUAL Ibérica participó en el **Rendezvous MGA**, un encuentro organizado por FASE que reunió a profesionales del mercado asegurador para intercambiar perspectivas sobre la evolución del modelo de Agencias de Suscripción y los principales retos del sector.

Durante la jornada, **Olaf Jonda**, CEO de **DUAL Ibérica**, intervino en una mesa redonda en la que se abordaron cuestiones clave para el desarrollo del mercado MGA, como las estrategias de cartera, la especialización, la escala, las alianzas estratégicas y la innovación.

Desde **DUAL** destacaron el valor del encuentro como espacio para conectar con partners y profesionales del sector, así como para reflexionar sobre la madurez creciente del modelo MGA. En este sentido, la compañía subrayó que el mercado avanza hacia una mayor orientación al portfolio, al desarrollo de capacidades y al crecimiento sostenible.

La participación de **DUAL Ibérica** en esta cita refuerza su papel dentro del ecosistema de Agencias de Suscripción y su compromiso con la evolución del mercado MGA en Europa.

HISPANIA PARTICIPA EN EL EUROPEAN MGA RENDEZVOUS CELEBRADO EN BARCELONA



Hispania estuvo presente en el **European MGA Rendezvous**, celebrado en Barcelona, un encuentro que reunió durante dos jornadas a aseguradoras, reaseguradoras y líderes de Agencias de Suscripción de distintos mercados europeos.

En representación de la compañía asistieron **Bernardo Alpalhão**, **Alfredo Martínez** y **Alejandro Fraile de Paz**, quienes participaron en diferentes conversaciones e intercambios con profesionales del sector sobre la evolución del mercado MGA en Europa.

Desde **Hispania** destacaron que el mercado europeo de agencias de suscripción continúa avanzando con dinamismo, una evolución que exige estar presentes en los principales foros de diálogo, colaboración y networking del sector.

La compañía agradeció a **FASE** y **ASASE** la organización de este encuentro, que permitió reunir a actores clave del ecosistema asegurador europeo y seguir impulsando la conexión entre agencias de suscripción, aseguradoras y reaseguradoras.

SSR IBERIA PARTICIPA EN EL MGA RENDEZVOUS 2026 CELEBRADO EN BARCELONA



SSR Iberia, Servicios Profesionales de Suscripción de Riesgos Iberia, S.L., participó los pasados 11 y 12 de mayo en el **MGA Rendezvous 2026**, organizado por **FASE** junto con **ASASE**.

El encuentro reunió en Barcelona a más de 500 profesionales del sector asegurador, convirtiéndose en un espacio de referencia para compartir visión, analizar tendencias y generar nuevas oportunidades de colaboración dentro del ecosistema MGA europeo. Como socio de **ASASE**, **SSR Iberia** destacó el valor de formar parte de esta cita y de poder conectar con numerosos profesionales del mercado en un entorno orientado al networking de alto nivel y al intercambio de experiencias.

La compañía también quiso poner en valor el papel de **Accelerant**, uno de los sponsors del evento, por su apoyo a iniciativas que impulsan el desarrollo, la colaboración y la conexión entre los distintos actores del sector asegurador. Desde **SSR Iberia** subrayaron que estas jornadas evidenciaron la importancia de reunir a decisores y profesionales clave, generando un marco propicio para que surjan nuevas oportunidades dentro del mercado

William Pitt

Director ejecutivo de FASE (Federación de Agencias de Suscripción Europeas)



1. William, FASE nació como respuesta a una necesidad del mercado europeo de las Agencias de Suscripción, pero detrás de este proyecto hay siempre una trayectoria personal y profesional. Antes de poner en marcha FASE, sabemos que estuvo estrechamente vinculado al trabajo de las Agencias de Suscripción, por lo que nos gustaría saber: ¿Cómo llegó el mundo del seguro a su vida y qué le llevó a centrarse específicamente en las Agencias de Suscripción?

El mundo del seguro llegó a mi vida mucho antes que las Agencias de Suscripción. Al inicio de mi carrera profesional, trabajé para un bróker de Lloyd's en Londres. En aquella época, las Agencias de Suscripción eran muy poco conocidas y lo que se sabía de ellas no siempre era positivo. Algunas de las mayores pérdidas sufridas por Lloyd's en la década de 1970 (un poco antes de mi tiempo) estuvieron relacionadas con reclamaciones por incendios provocados en inmuebles deteriorados del South Bronx, en Nueva York, derivadas de negocios de autoridad delegada deficientemente supervisados.

Más adelante, trabajé para la Corporación de Lloyd's durante el periodo de reconstrucción del mercado de Lloyd's a finales de los años noventa; después, para Marsh & McLennan en Nueva York; y, finalmente, durante 12 años en Beazley como director de marketing. Durante la mayor parte de este tiempo, apenas recuerdo que se hablara de las Agencias de Suscripción.

Eso empezó a cambiar alrededor de 2017, cuando el responsable de nuestro equipo de ciberriesgos me comentó que nos estábamos enfrentando a una competencia muy intensa por parte de una nueva generación de agencias de suscripción especializadas en ciber, impulsadas por la tecnología: compañías como Coalition, At-Bay y Corvus.

Pero mi verdadera inmersión en el maravilloso mundo de las Agencias de Suscripción comenzó después de dejar Beazley y unirme a Conning, una gestora global de activos (actualmente propiedad de Generali) que contaba con una unidad de investigación con un sólido enfoque histórico en el mercado estadounidense de Agencias de Suscripción. Asumí la responsabilidad de esta línea de investigación sobre MGAs y quedé sorprendido por la vitalidad, creatividad y espíritu emprendedor del sector.

Esto fue en 2023, en un momento en el que el mercado estadounidense de Agencias de Suscripción estaba en plena efervescencia. Tras estudiar el papel cada vez más relevante que las MGAs estaban desempeñando en la cadena de valor, llegué a la conclusión de que no había ninguna razón para que el crecimiento de las Agencias de Suscripción fuera un fenómeno exclusivamente estadounidense. Creo que los motores de crecimiento de las MGAs son globales, y su evolución reciente en Europa así lo demuestra.

2. El MGA Rendezvous de Barcelona fue, a nuestro juicio, un éxito rotundo. Fue el primer gran encuentro paneuropeo en el que se reunió todo el ecosistema que conforma una Agencia de Suscripción. Pero, una vez celebrado, ¿Qué valoración hace del evento y qué cree que ha revelado sobre el momento actual que viven las Agencias de Suscripción en Europa?

Gracias. El MGA Rendezvous fue un gran éxito, y ASASE y sus asociados desempeñaron un papel importante en ese éxito. En total, reunimos a unas 550 personas en la conferencia, procedentes de 256 compañías, entre ellas 112 Agencias de Suscripción, 71 entidades aseguradoras, 21 brókers y 52 proveedores de servicios. Fue un verdadero punto de encuentro de todo el ecosistema europeo de las Agencias de Suscripción.



Por tanto, para ellas tiene un enorme valor contar con un evento capaz de reunir un abanico tan amplio de conocimiento y experiencia directamente relevante para su actividad. La segunda razón del éxito de la conferencia fue el nivel y la seniority de los asistentes. Eran verdaderamente los responsables de la toma de decisiones dentro de sus organizaciones. Contamos con más de 50 CEOs y cientos de directores de suscripción y otros altos directivos presentes en la conferencia, muchos de ellos fundadores de las compañías a las que representaban. Cuando quienes toman las decisiones están presentes, las decisiones se toman. No fue simplemente un foro de debate.

En cuanto a lo que esto dice sobre el mercado europeo de Agencias de Suscripción, creo que demostró que se encuentra en muy buen estado de salud. Ahora bien, FASE no existe porque todo sea maravilloso ni porque sea fácil construir una Agencia de Suscripción de éxito en Europa. Creamos FASE para ayudar a las Agencias de Suscripción y a sus socios a afrontar los retos y dificultades que implica construir un negocio de MGA sólido (grande o pequeño) en Europa. Y espero que los excelentes ponentes que tuvimos en la conferencia fueran capaces de abordar también muchos de esos retos y dificultades.

3. Durante el propio evento, ASASE habló sobre el crecimiento y la consolidación actuales de nuestro mercado, pero me gustaría conocer su opinión. ¿Qué papel cree que desempeña el mercado español en el desarrollo europeo de las Agencias de Suscripción? ¿Y cómo puede contribuir ASASE a este desarrollo?

Diría que el mercado español de Agencias de Suscripción se encuentra en una fase relativamente temprana de su evolución, sin duda si lo comparamos, por ejemplo, con el mercado neerlandés o el británico. Pero se percibe ampliamente como uno de los mercados con mayor potencial de crecimiento en Europa. Contáis con una generación de emprendedores altamente capacitados y con una gran capacidad de adaptación al frente de las compañías que forman parte de ASASE.

Creo que el gran punto de inflexión en un mercado llega cuando los suscriptores con más talento y los mejores expertos en otros ámbitos, incluidas las operaciones y la distribución, concluyen que trabajar para una Agencia de Suscripción (o quizá fundar una) puede ser una opción profesional más estimulante y más gratificante que trabajar para una gran compañía aseguradora. No estoy seguro de que ese punto de inflexión se haya producido todavía en España, ni en la mayoría de los países europeos. Pero está llegando, y organizaciones como ASASE son de un valor incalculable para darlo a conocer.

4. FASE se presenta como una federación con una doble visión: ser un foro de encuentro para Agencias de Suscripción, aseguradoras, reaseguradoras, brókers, etc., y, al mismo tiempo, actuar como voz del sector en un mercado que no es especialmente homogéneo. Pero ¿Cuáles son exactamente las prioridades más inmediatas de FASE? ¿Y cuál es su objetivo más cercano?

FASE cuenta con cinco objetivos estratégicos y, en los próximos meses, tenemos previsto avanzar en todos ellos. Son los siguientes:

- Consolidar FASE como la comunidad paraguas para los profesionales de las Agencias de Suscripción y sus socios en toda Europa. Actualmente contamos con 126 miembros, entre ellos 77 Agencias de Suscripción. Además, hoy mismo otras dos MGAs han solicitado incorporarse, por lo que estamos avanzando positivamente en este objetivo.
- Ofrecer servicios y programas formativos que apoyen la creciente profesionalización del sector de las Agencias de Suscripción, en beneficio de nuestros miembros. En particular, existe una demanda muy clara de conocimiento sobre los obstáculos regulatorios y sobre cómo gestionarlos.
- Elevar la visibilidad y el reconocimiento de las Agencias de Suscripción europeas ante los compradores de seguros, los brókers y otros canales de distribución.
- Ampliar las opciones de capital de riesgo disponibles para las Agencias de Suscripción europeas mediante eventos y herramientas bien diseñados, tanto presenciales como digitales. Antes del Rendezvous lanzamos una herramienta de búsqueda y conexión de capacidad que tuvo una muy buena acogida.
- Construir el recurso de datos más completo sobre las Agencias de Suscripción europeas y su ecosistema. Tenemos previsto publicar nuestro primer informe sobre el conjunto del mercado europeo durante la primera mitad del próximo año.

5. Uno de los temas más importantes tratados en el Rendezvous fue la relación entre las Agencias de Suscripción y los proveedores de capacidad. En su opinión, ¿Qué buscan actualmente los proveedores de capacidad en una Agencia de Suscripción europea y, más concretamente, en una Agencia española? ¿Qué cree que deberían hacer las Agencias para seguir siendo socios atractivos para estas compañías y mantener con ellas una relación a largo plazo?

Buscan fundamentalmente acceso a negocio rentable que, de otro modo, no llegarían a ver y, cada vez más, buscan oportunidades de crecimiento significativas mediante el despliegue de su capacidad. Las Agencias de Suscripción españolas sin duda pueden ofrecer lo primero. Lo segundo, debido al reducido tamaño de la mayoría de las agencias españolas, resulta algo más complicado.

Es posible que se produzca cierta consolidación en el mercado español para crear plataformas capaces de asociarse con éxito con grandes aseguradoras que busquen este tipo de oportunidades de crecimiento multirramo. Pero, como comentamos en el Rendezvous, debería seguir habiendo espacio para que operadores nicho mucho más pequeños prosperen, respaldados por suscriptores de Lloyd's y del mercado asegurador tradicional que estén dispuestos a tomarse la molestia de identificarlos y apostar por ellos.

Al fin y al cabo, los robles más grandes fueron una vez bellotas.

6. Uno de los retos a los que nos enfrentamos en el mercado español es la ausencia de una legislación que reconozca plenamente nuestro papel como Agencias de Suscripción, lo que implica que no contamos con pasaporte europeo ni con derechos sobre la cartera. ¿Hasta qué punto cree que esta limitación regulatoria dificulta el crecimiento de una Agencia de Suscripción española? ¿Considera que FASE puede ayudar a ASASE a superar esta limitación?

Las Agencias de Suscripción en Europa se enfrentan a distintos retos regulatorios. Considero que el papel de FASE consiste principalmente en ayudar a las MGAs a comprender cuáles son esos problemas (aunque en el caso español esto resulta bastante evidente) y a analizar cuál es la mejor forma de abordarlos.

Espero que podamos trabajar con otras entidades (especialmente con la federación europea de corredores, BIPAR) para ayudar a organizaciones locales como ASASE a dialogar con los reguladores nacionales.

Resultaría anómalo limitar las libertades de las Agencias de Suscripción españolas de una forma que los reguladores franceses o alemanes, por ejemplo, no aplican a las agencias de suscripción de Francia o Alemania.

8. Durante el Rendezvous también se abordaron cuestiones relacionadas con la tecnología, los datos y la inteligencia artificial. Para las Agencias de Suscripción, estas herramientas permiten mejorar la suscripción. ¿Considera que todas estas herramientas formarán parte de la ventaja competitiva de una Agencia de Suscripción o se convertirán en un requisito mínimo para seguir operando en el mercado?

Creo que formarán parte de la ventaja competitiva de las Agencias de Suscripción y que, si una MGA no está reflexionando hoy seriamente sobre cómo aprovechar esa ventaja, corre el riesgo de quedarse obsoleta. Lo mismo ocurre con las grandes compañías aseguradoras, aunque en su caso puede que esa obsolescencia no resulte evidente tan rápidamente.

Al final, el éxito de todas las empresas probablemente dependerá de la eficacia con la que utilicen la inteligencia artificial. Sospecho que la forma más importante en la que la IA puede mejorar la suscripción es permitiendo realizar mucha más actividad suscriptor (al menos con el mismo nivel de precisión) manteniendo la misma estructura de personal.

8. ¿Cómo percibe la relación entre las Agencias de Suscripción y los brókers en Europa? ¿Considera que el crecimiento de una Agencia de Suscripción refuerza el papel del bróker o cambia las reglas tradicionales de la distribución aseguradora?

Los brókers desempeñan un papel muy relevante en los mercados aseguradores de Europa continental, y su peso ha ido creciendo con el tiempo. Sin embargo, la mayoría de los mercados europeos todavía no son “mercados de bróker” en el mismo sentido en que lo son Estados Unidos o Reino Unido. La distribución sigue estando dominada, en gran medida, por agentes vinculados en la mayoría de los ramos de negocio. En conjunto, este ha sido un factor limitante para el crecimiento de las agencias de suscripción en Europa.

Las Agencias de Suscripción presentan importantes sinergias con los brókers y, a menudo, son dos caras de una misma moneda, incluso con una propiedad común. Muchas de las mayores MGAs del mundo, incluidas Arrowhead y Ryan Specialty Underwriting Managers en Estados Unidos, son propiedad de brókers. Pero se trata de negocios sustancialmente distintos, y gestionar actividades tan diferentes bajo un mismo techo puede resultar, en ocasiones, complejo.

Los brókers, a diferencia de los agentes vinculados, ofrecen a los clientes capacidad de elección y, en los mercados donde esto resulta importante (especialmente en riesgos difíciles de colocar y líneas de especialidad), las agencias de suscripción pueden ser muy valiosas para ellos. Por tanto, creo que las MGAs ayudarán a los brókers a aportar más valor, aunque sospecho que también es cierto que las Agencias de Suscripción están “cambiando las reglas tradicionales de la distribución aseguradora”.

9. Dentro de ASASE, vemos que el modelo de Agencia de Suscripción ha despertado el interés de inversores y grandes grupos financieros. Estos actores contribuyen a aportar escala y capital, pero también aceleran el proceso de concentración del mercado. ¿Cree que veremos una mayor concentración de Agencias de Suscripción en Europa durante los próximos años?

Sí, aunque la consolidación en un extremo del mercado es perfectamente compatible con una intensa creación de nuevas compañías en el otro. Creo que veremos ambas tendencias.

Habrán más Agencias de Suscripción en Europa y, al mismo tiempo, más grandes plataformas de MGAs operando a escala paneuropea. También creo que las plataformas incubadoras desempeñarán un papel cada vez más importante a la hora de apoyar a nuevas Agencias de Suscripción en su entrada al mercado.

10. Y, para concluir nuestra entrevista, tras el claro éxito del Rendezvous, la pregunta natural es: ¿cuál es el siguiente paso? ¿Qué podemos esperar de la federación durante lo que queda de 2026? ¿Y de cara a 2027?

Tenemos planes ambiciosos para FASE durante los próximos meses, centrados en la consecución de los objetivos estratégicos descritos anteriormente.

Septiembre será un mes especialmente intenso, con reuniones en Francia y Alemania y la publicación de nuestro mapa digital interactivo sobre la regulación de las MGAs en Europa, elaborado con la ayuda de Clyde & Co y otros asesores.

También seguiremos perfeccionando nuestra herramienta de búsqueda y conexión de capacidad, para que las MGAs y las entidades aseguradoras estratégicamente alineadas puedan encontrarse con mayor facilidad. Consideramos que esta herramienta contribuye al desarrollo del mercado en su conjunto, incluidos los brókers que negocian condiciones de capacidad en nombre de sus clientes.



Darío Spata
Presidente de ASASE

Queridos socios, partners y amigos,

Hay momentos en los que un sector deja de explicarse a sí mismo y empieza a ser reconocido por el mercado.

Ese momento, ya ha llegado y lo estamos viviendo juntos.

El primer MGA Rendezvous de FASE, celebrado en Barcelona y coorganizado por ASASE, ha sido una gran demostración de ello. Y, sinceramente, como presidente de ASASE, es un orgullo que un encuentro de esta dimensión se haya celebrado en España, y hayamos tenido un papel protagonista.

Más allá del éxito del evento, me quedo con las conversaciones, las relaciones y la sensación de que existe una comunidad cada vez más unida, profesional y con mucho futuro por delante. Y ahora, con un gran reconocimiento internacional.

Debemos sentirnos orgullosos de lo que estamos construyendo entre todos. Seguiremos trabajando para defender y dar visibilidad a las Agencias de Suscripción españolas, sin perder nunca nuestra esencia: cercanía, conocimiento técnico, confianza y visión de largo plazo.

Gracias a todos los que formáis parte de este proyecto y contribuís cada día a hacer crecer nuestro sector.

Un fuerte abrazo

Todo esto es posible gracias a nuestros socios



Partners



Brokers Amigos

