

ENRIQUE RICO. UNIÓN ALCOYANA SEGUROS

“En tiempos de incertidumbre hemos dado una respuesta de calidad y cercana a nuestros clientes”

Unión Alcoyana ha estado, como siempre, al lado de todas las entidades culturales, deportivas y sociales con las que tenía establecidos acuerdos de colaboración y se han entablado nuevas acciones para ayudar a los más afectados por la Covid

TEXTO ENC

En tiempos de mucha incertidumbre provocada por la pandemia del Covid 19, Unión Alcoyana ha sabido dar una respuesta de calidad y cercana a sus clientes gracias a un magnífico equipo y el gran trabajo de su red de mediadores.

Así se expresa el Consejero Delegado de Unión Alcoyana Seguros, Enrique Rico, cuando le preguntamos sobre qué balance hace del último año y añade que “no hay que olvidar que somos una compañía aseguradora formada por personas que trabajan para las personas y el objetivo principal de la compañía durante el último año y dentro del contexto que hemos vivido, ha sido atender las necesidades de la gente en momentos muy difíciles, tanto en la vertiente sanitaria, como económica y social”.

A nivel particular, el primer objetivo era claro: “cuidar de nuestro personal con la opción del teletrabajo y que ninguno de nuestros clientes se encontrara desatendido, con iniciativas concretas para flexibilizar, agilizar y personalizar las situaciones particulares que están viviendo. Desde el principio de la pandemia, nuestra forma de actuar se ha sustentado sobre los principios de sensibilidad, cercanía y flexibilidad, para poder escuchar y entender todo aquello que clientes, mediadores, proveedores, etc..., nos han ido diciendo y así, poderles dar la mejor respuesta posible, en función de sus circunstancias. Y creo que lo hemos conseguido”.

A nivel social, Enrique Rico también destaca la respuesta a la pandemia del sector asegurador. Y pone como ejemplo el hecho de que se haya constituido el mayor seguro de vida de la historia con 38 millones de euros destinados a proteger a más de 1 millón de profesionales de centros sanitarios y residencias en España a través de un seguro de vida y de subsidio por hospitalización. “107 aseguradoras participan en el fondo solidario del seguro, que sigue activo para combatir la pandemia y paliar sus consecuencias”. A día de hoy, a través de este fondo se ha indemnizado con 8,4 millones de euros a los herederos de 143 fallecidos por COVID-19 y a 4.500 profesionales ingresados en hospitales.

Respecto a la política de acción social y responsabilidad corporativa, desde el principio la compañía tuvo claro que esta era una situación muy difícil, de larga duración y con un impacto directo sobre las personas.

Por ello, durante este tiempo Unión Alcoyana ha estado, como siempre, al lado de todas las entidades culturales,



Enrique Rico, Consejero Delegado de Unión Alcoyana Seguros.

deportivas y sociales con las que tenía establecidos acuerdos de colaboración y se han entablado nuevas acciones para ayudar a los más afectados por la situación generada a raíz de la Covid19.

Acciones directas junto a entidades sin ánimo de lucro, actividades promovidas por otras entidades con foco en el ámbito social, actividades deportivas virtuales con recaudación de fondos o también, programas concretos con la red de mediación como el agente solidario “que nos permitió descubrir y ayudar a colectivos y personas que necesitaban de nuestra ayuda, en diferentes poblaciones de la Comunidad Valenciana y Murcia”. En definitiva, “se trata de devolverle a la sociedad lo que ella nos da y estar junto a nuestro entorno, aportando nuestro granito de arena”.

Crecimiento con mucha cautela

Al repasar el último año y en un contexto en el que nunca hubiéramos imaginado que íbamos a estar, es momento de hablar de los retos a futuro para el sector asegurador. Enrique Rico quiere ser muy cauteloso: “no sabemos cómo va a evolucionar la economía. Es cierto que los indicadores nos muestran cierta recuperación, pero todavía es pronto para saber cómo se materializarán”. Lo que sí es cierto es que “lo que conocíamos hasta ahora, nuestras prioridades, necesidades y expectativas han cambiado. El mundo no es el mismo y el seguro es un reflejo del momento que atraviesa la sociedad”.

Todavía hay muchos condicionantes. La paralización de actividades económicas y empresariales, el

descenso de ventas de vehículos y viviendas o, por ejemplo, el turismo.

“En nuestra zona de influencia dependemos mucho del turismo británico, pero todavía no podemos asegurar que los británicos podrán venir. Así que, circunstancias como estas, nos hacen ser muy prudentes”.

En este contexto y a pesar de la incertidumbre económica a nivel general, Unión Alcoyana ha conseguido mantener sus beneficios, reforzar su situación patrimonial y mejorar el nivel de solvencia. Según apunta Enrique Rico, “el 14 de marzo de 2020, no sabíamos que iba a ocurrir. Todas las previsiones apuntaban a un gran decrecimiento. Y a pesar de que han sido meses muy difíciles, la Compañía ha trabajado con gran dinamismo, sin perder el foco en las necesidades de nuestros clientes, logrando mantener el número de primas respecto al año 2019”. Además, añade, “si en abril del año pasado nos dicen que íbamos a conseguir estos datos, consiguiendo reforzar el patrimonio de la compañía y aumentando hasta 213% el nivel de solvencia, hubiéramos firmado con los ojos cerrados”.

Los retos de Unión Alcoyana

Unión Alcoyana Seguros está inmersa en el Plan Estratégico 2020-2022. Los objetivos de este Plan se centran en el crecimiento, la relación, la eficiencia, la digitalización y la sostenibilidad, siempre teniendo en cuenta la propuesta de valor de la entidad: cercanía, flexibilidad, transparencia, humanidad, empatía, accesibilidad y personalización.

Una propuesta de valor que no tiene otro objetivo que aumentar la

satisfacción y mejorar la experiencia del cliente.

Según comenta Rico, “pensamos que la propuesta de valor que la compañía propone a clientes y mediadores está más vigente que nunca. Ofrecer una gama de productos y servicios adaptada a un mercado que cambia cada vez más rápido es nuestra obligación, pero hacerlo de manera cercana, individualizada y con toda la empatía y capacidad de escucha, es nuestra vocación”.

Cuando le preguntamos a Enrique Rico sobre los retos de Unión Alcoyana para el próximo año, hace especial mención a los conceptos de transformación digital, mejorar y ampliar la oferta de la cartera de productos atendiendo a las nuevas necesidades del cliente, así como la ampliación de la base de mercado, a través de la implantación del negocio en nuevas zonas geográficas.

En referencia a la transformación digital, Enrique Rico, añade que “hay que intentar simplificar el trabajo que se realiza diariamente, agilizar los procesos y aportar elementos diferenciales, tomando como partida nuestro propio conocimiento del sector, la experiencia de 144 años y la innovación desde cada una de las áreas que conforman la compañía. Ser más eficientes es el objetivo final, de forma que podamos crear experiencias más personalizadas tanto para nuestra red de mediadores como para nuestros clientes”.

En este contexto de mirar adelante y de abordar nuevos retos, la forma en la que se comercializan los seguros también debe cambiar.

Si se analiza el seguro de coche, por ejemplo, se observa que existen nuevas formas de movilidad; que está teniendo éxito el sistema de renting que incorpora el seguro; que los nuevos vehículos cuentan con más medidas de seguridad y en un futuro no muy lejano habrá una reducción de la siniestralidad que hará que baje el precio del seguro de coche, aunque al mismo tiempo aumentará el coste de las reparaciones debido a la incorporación de nuevas tecnologías. También habrá cambios en el seguro de Hogar “porque la pandemia nos ha enseñado que nuestra casa es nuestra fortaleza”. Al igual que “tendremos que idear nuevas soluciones para los riesgos empresariales, así como el sector comercial, como consecuencia del incremento en el uso del comercio electrónico, por ejemplo”.

Para finalizar, Enrique Rico, hace mención a que “2021 será un año lleno de retos, nuevos proyectos y ganas de hacer cosas nuevas y diferentes”.



Estamos aquí. Cerca. Siempre.

Para comprender tus inquietudes y encontrar juntos las soluciones que te permitan vivir con tranquilidad. Para que tengas la seguridad de que, pase lo que pase, todo irá bien.

¿En qué podemos ayudarte hoy?
Tu mediador de Unión Alcoyana Seguros estará encantado de atenderte.

Tel. 800 888 888
unionalcoyana.com

 **unión
alcoyana**
seguros

Ser y estar

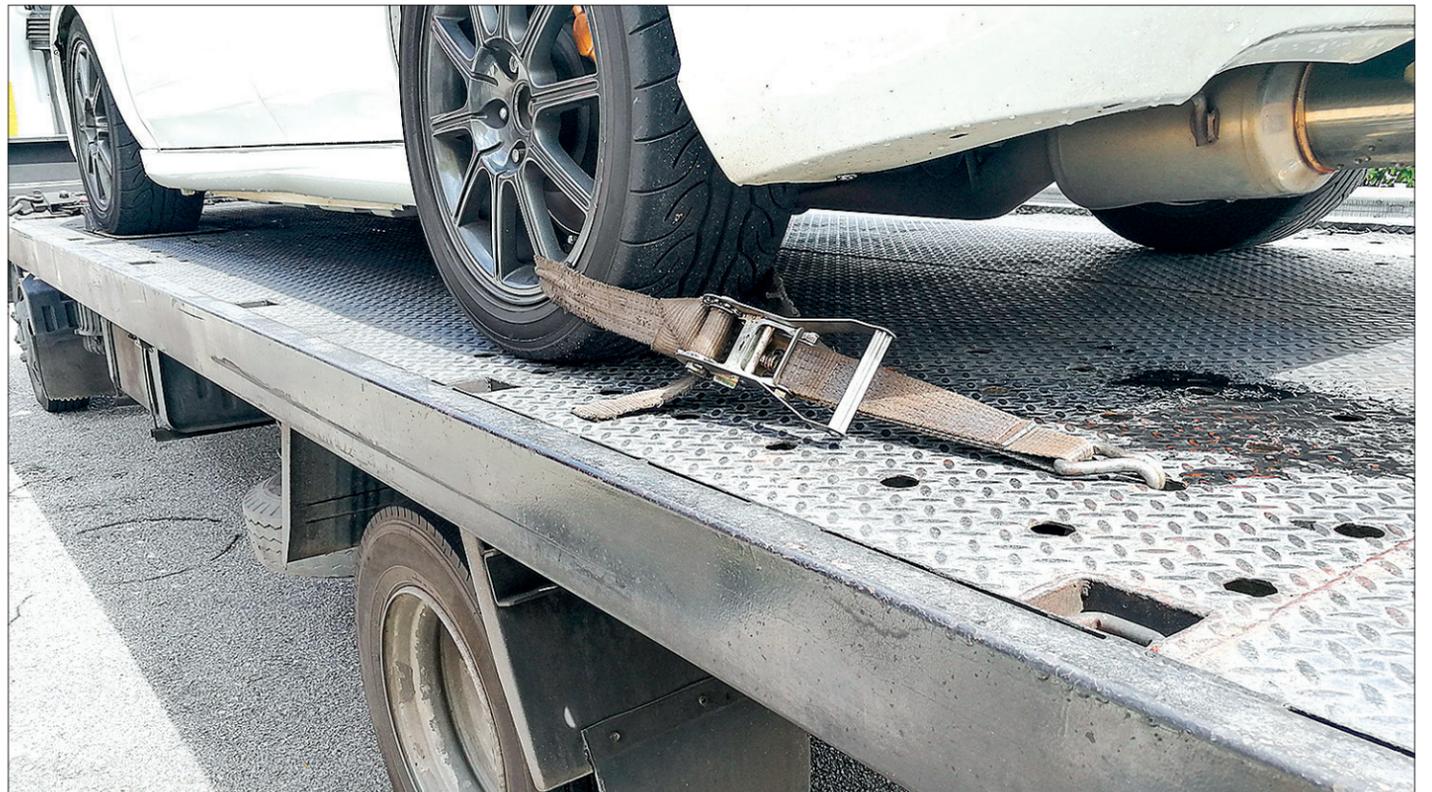
La paralización de la actividad por la COVID-19 se hace sentir en el negocio asegurador en 2020

Los ingresos de las aseguradoras por primas a cierre de 2020 se situaron en 58.850 millones de euros, un 8,30% menos que un año atrás. El descenso se debe, principalmente, a la paralización económica generada por la irrupción de la pandemia de la COVID-19 y las medidas adoptadas para contenerla. Es importante destacar que el sector asegurador preserva unos niveles de solvencia elevados que superan con creces las exigencias que marca la regulación y que también ha mantenido el servicio a sus clientes con normalidad a lo largo del ejercicio.

De los ingresos logrados en el año, 37.046 millones de euros correspondieron al ramo de no vida y los 21.804 millones restantes al de vida, según muestran los datos provisionales recabados por Investigación Cooperativa de Entidades Aseguradoras (ICEA). Las líneas de negocio que más han acusado la caída de la economía española han sido los seguros de vida ahorro, automóviles y diversos.

La facturación del negocio de vida, reflejada en los ingresos por primas, menguó al cierre del cuarto trimestre un 20,78% en términos interanuales. El volumen del ahorro gestionado a través de seguros se ha mantenido, no obstante, estable. Las provisiones técnicas se situaron en 193.826 millones de euros al acabar diciembre, una cantidad muy parecida a la de 12 meses atrás.

Los seguros del automóvil redujeron



Un vehículo sobre la plataforma de una grúa tras sufrir una avería.

EL SECTOR

La facturación del sector cae un 8,30% en el año

Los seguros de vida, automóviles y empresas reducen sus ingresos. El ahorro gestionado por las aseguradoras se mantiene en torno a 194.000 millones de euros.

su facturación un 1,96% en términos interanuales y cerraron 2020 con unos ingresos de 11.091 millones de euros. Entre tanto, los seguros diversos aportaron 8.819 millones. Es decir, un 0,73% menos. Esta categoría agrupa distintas protec-

ciones, muchas de ellas ligadas a la actividad económica. Aparece en las tablas de la presente nota de prensa bajo el término "resto no vida". A pesar de los descensos experimentados por automóviles y diversos, la facturación del ramo de no

vida se ha mantenido en positivo. Los seguros que protegen inmuebles crecieron un 3,08%, hasta los 7.753 millones. Entre tanto, la partida de seguros de salud repuntó un 5,01% a cierre de año, hasta los 9.383 millones.

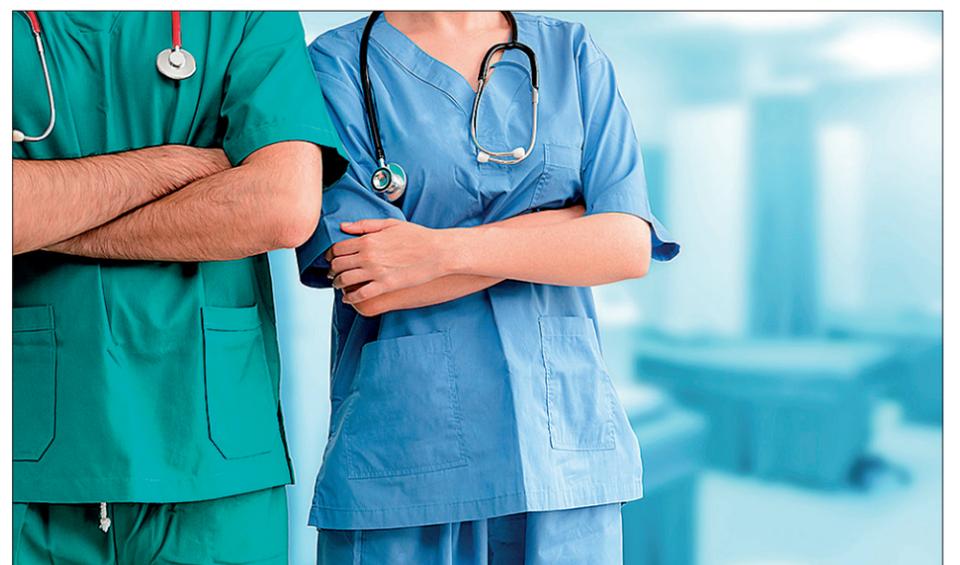
El seguro para sanitarios apoya a cinco mil profesionales y sus familias

El sector asegurador indemniza con 8,4 millones de euros a los herederos de 143 fallecidos por COVID-19 y a 4.500 profesionales ingresados en hospitales

El sector asegurador cuida de quienes han cuidado de todos durante la pandemia. Desde el 14 de marzo de 2020 hasta el 31 de marzo de 2021, un grupo de 107 aseguradoras ha protegido a más de 1 millón de profesionales de centros sanitarios y residencias en España a través de un seguro de vida y de subsidio por hospitalización. El resultado de esta protección se conoce hoy: cerca de 5.000 personas han podido contar con las protecciones dispuestas por la industria del seguro de manera gratuita.

Las aseguradoras participantes en esta iniciativa han pagado 4,3 millones de euros a las familias de 143

profesionales que perecieron a causa del coronavirus. El capital asegurado por fallecido ascendía a 30.000 euros. Si se toma como referencia el tamaño habitual de las familias en España, se estima que las indemnizaciones han podido llegar al medio millar de herederos legales que los fallecidos dejaron tras de sí (padres, cónyuges, parejas de hecho, hijos, hermanos...). Otros 4,1 millones de euros corresponden a las indemnizaciones por subsidio por hospitalización entregadas a los 4.487 trabajadores de centros sanitarios y residencias que fueron hospitalizados al enfermar de COVID-19. Este subsidio de hospitalización conllevaba el pago



de 100 euros al día siempre que la estancia hospitalaria superase los tres días y hasta un máximo de dos semanas. Es decir, los pagos oscilaron entre los 400 y los 1.400 euros por persona. Finalmente, la indemnización media ha sido de 913 euros, de lo que se desprende que el ingreso tipo ha rondado los nueve días. Los familiares de aquellos profesionales que fallecieron han percibido adicionalmente el subsidio

correspondiente al tiempo que el enfermo se encontró ingresado. En total, el seguro ha destinado 8,4 millones de euros entre indemnizaciones del seguro de vida y en concepto de subsidios por hospitalización. La cobertura para el personal sanitario y de residencias comenzó a dar protección desde el 14 de marzo de 2020 y se prolongó hasta el 31 de marzo de 2021.

Seguro **DEPORTE**
MUTUA LEVANTE

TU SEGURO DEPORTE desde 50€

Si lo deseas,
incluye adicionalmente
garantía de
Responsabilidad Civil
por 23€.

DEPORTES ACUÁTICOS

RUNNING Y TREKKING

TRIATHLON

900 200 232 | 965 549 724
www.mutualevante.com



DIFERENCIACIÓN A TRAVÉS DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE

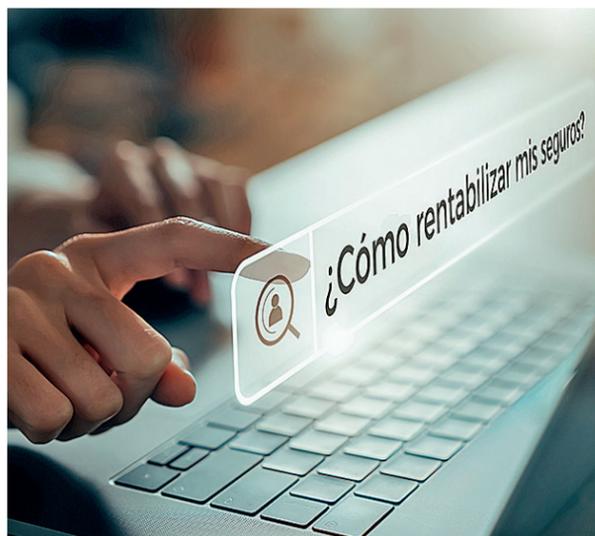
¿Cómo rentabilizar tus seguros?

O eres distinto o estás extinto. Diferenciarse consiste en generar nuevas ventajas competitivas mediante la creación de experiencias percibidas por los clientes como únicas y basadas en elementos considerados de su interés.

No tener en cuenta la diferenciación en una empresa, te obliga a competir sólo en precio, lo que afecta directamente a la rentabilidad. La clave radica en ofrecer al mercado algo que sea distinto, diverso, diferente, a lo que ofrecen los competidores. No se trata de lanzar al mercado un servicio mejor, sino un servicio diferente, ya que el consumidor da la calidad por hecho.

Recurrir a experiencias diferenciadas es la forma más segura para dar a los clientes razones válidas para volver una y otra vez. La experiencia con el cliente debe tener un impacto altamente positivo en los clientes con el objetivo de que cada contacto con su compañía o agente de seguros sea una experiencia única, integral y holística. Y esta no debe ser algo casual o deliberada, sino fruto de una estrategia estudiada y trabajada.

Desde Generali Club Platinum, como agencia de seguros, además de contar con una serie de productos competitivos, con excelentes coberturas y para todo tipo de clientes y situaciones, no solo ha diferenciado su producto con el programa Platinum (pago mensual, primera franquicia gratuita, vehículo de sustitución, asistencia jurídica, franquicia pro-



gresiva, etc) sino que ha aportado valor a la experiencia del usuario, ofreciéndole una rentabilidad aseguradora. ¿Cómo que una rentabilidad? A nivel de usuario, cuando hablamos de experiencias diferenciadas en el sector asegurador lo asociamos casi siempre al precio y a la cobertura. Entre estos dos factores importantes que influyen en la decisión de compra, se incluye un tercer factor, la experiencia del usuario. ¿Qué hace que la experiencia de un asegurado sea más o menos positiva?

Generali Club Platinum gestiona cada cliente, particular o empresa, con una serie de objetivos en el horizonte:

- **Rentabilidad aseguradora:** el cliente debe contratar lo que realmente necesita y no pagar por coberturas que no van a necesitar.
- **Conciencia aseguradora:** asesoramiento y transparencia para que se conozcan los riesgos de no asegurar o no contratar ciertas coberturas.
- **Cobertura real:** esta debe adaptarse a situaciones de riesgo reales y a satisfacer las necesidades reales tras un siniestro.
- **Seguimiento:** las necesidades aseguradoras cambian, por lo que es importante analizar anualmente la situación de cada asegurado.

El primer paso para conseguir alcanzar estos objetivos es llevar a cabo un análisis y una evaluación del cliente, con vistas a obtener sus necesidades reales de cobertura. Conocidas y reconocidas las necesidades por ambas partes, el siguiente paso es ver qué posibilidades de cobertura ofrece el mercado y priorizar en aquellas más importantes para garantizar la estabilidad personal, familiar y laboral del asegurado. A la hora de priorizar hemos de tener en cuenta unas variables sobre otras, es decir, la salud o la estabilidad laboral, por ejemplo, serán prioridades sobre las que contratar coberturas.

Por tanto, la experiencia diferenciada en un asegurado, no solo está en el producto, el precio o las coberturas, sino en la satisfacción de saber que paga por lo que necesita, que contrata coberturas para riesgos reales y que las respuestas de la compañía ante un siniestro son siempre las que uno necesita. Y todo ello, no sería posible sin la presencia necesaria de la figura del mediador profesional de seguros y su equipo, ese que puedes encontrar en Generali Club Platinum.

ANTONIO SORIANO GENERALI CLUB PLATINUM ALCOY



www.generalclubplatinum.es



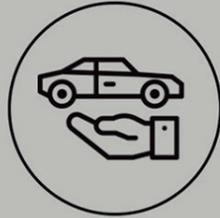
Paga tus seguros en cómodas cuotas



Franq. progresiva 1ª gratuita.



Defensa jurídica como consumidor



Vehículo de sustitución



2ª opinión peritajes



Tus tarjetas y compras por Internet garantizadas

SOLUCIONES DIFERENTES, EXPERIENCIAS DIFERENCIADAS



Tu agencia de seguros en Alcoy e Ibi

Alcoy ▶ AVDA. JUAN GIL ALBERT, 69
03804 ALCOY 96 533 24 77
alcoy@generalclubplatinum.es

Ibi ▶ AVDA. JUAN CARLOS I, 20
03440 ALCOY 96 527 57 60
ibi@generalclubplatinum.es



**GENERALI
CLUB PLATINUM**



RED MEDIADORES SAS, S.L.
Agencia Exclusiva nº: 67413

MUTUA LEVANTE

Espectacular aumento de patrimonio en la última década

La empresa aseguradora celebra su asamblea general ordinaria en el nuevo salón de actos de la plaza de España. Casi 80.000 personas han asistido en el último año a las actividades culturales de la Fundación Mutua Levante



Asamblea General Ordinaria de Mutua Levante, celebrada en el nuevo salón de actos de la plaza de España.

El patrimonio neto de Mutua Levante ha crecido un 48,29% en la última década, situándose en una cantidad superior a los 33 millones de euros. Este dato, que se hizo público en la última asamblea general ordinaria, revela el continuado periodo de expansión que vive esta entidad alcoyana. En el balance en torno al pasado ejercicio destaca el mantenimiento del volumen de las primas a pesar de coincidir con un periodo de fuerte crisis provocado por la pandemia. Al margen de las cuestiones económicas, el ejercicio 2020 pasará a la historia de esta empresa aseguradora por la apertura del gran complejo cultural ubicado en la plaza de España; una infraestructura de primera magnitud, que reúne tres salas de exposiciones y un gran salón de actos. La Asamblea General Ordinaria de Mutua Levante se celebró el pasado 11 de junio en el recién estrenado salón de actos de la entidad en la plaza de España. En el informe de gestión del pasado año fueron inevitables las referencias a la situación económica generada por la pandemia del coronavirus. Se subrayó la importante caída del PIB español, en torno al 11%, y los efectos negativos que la crisis sanitaria ha tenido sobre el entorno: destrucción del tejido empresarial, pérdida de empleos y fuerte ralentización sobre la actividad económica. Según se señaló en la asamblea, el sector del seguro ha sabido resistir esta difícil coyuntura, adaptándose a ella con nuevas estrategias. En el caso particular de Mutua Levante, se ha alcanzado un volumen total de primas que supera los 24 millones de euros, registrándose aumentos de facturación en sectores como el del Hogar, que ha crecido un 3,9%. Uno de los hechos más significativos de este balance económico es el espectacular aumento del patrimonio neto de Mutua Levante, que a final del año pasado se situaba en 33.204.653,15 euros, lo

que supone 10,8 millones de euros más que al inicio de la década, consolidando un crecimiento porcentual del 48,29%. El volumen de este patrimonio supera el importe de las primas y es la mejor garantía para todos los socios mutualistas. Asimismo, en el transcurso de esta misma asamblea se informó de que la ratio de solvencia de Mutua Levante es del 288,76%, situándose 40 puntos por encima de la media del sector.

A lo largo de la asamblea, también se subrayó la importante apuesta que está realizando Mutua Levante por la renovación tecnológica, que persigue como objetivo una transformación digital que garantice mejoras en la seguridad, agilizar la gestión y ofrecer un servicio más rápido y accesible.

Al margen de las cuestiones económicas, el gran hito de 2020 ha sido la inauguración del complejo cultural de Mutua Levante en la plaza de España, efectuada el pasado mes de diciembre. Tres salas de exposiciones con una programación continuada y un gran salón de actos, con capacidad para 70 personas, componen una aportación de primer orden a la red de infraestructuras culturales alcoyanas, en un año en el que Alcoy ostenta la Capitalidad Cultural de la Comunitat Valenciana. Es un proyecto abierto a colectivos y artistas, que ha recibido una respuesta muy positiva por parte de la sociedad local.

En el transcurso de la lectura del informe de gestión, el presidente de Mutua Levante, D. Juan Escrig, se refirió al esfuerzo realizado por la plantilla de la entidad en un año especialmente complicado, subrayando que el capital humano es uno de los principales activos de la firma.

Fundación

El papel desarrollado por Fundación Mutua Levante a lo largo del pasado ejercicio también fue destacado

a lo largo de la asamblea. Esta entidad ha impulsado 55 iniciativas diferentes tanto en el terreno social, como en el cultural. Entre las actividades de carácter social destacó que la Fundación ha cumplido con su objetivo de estar a disposición de las necesidades de la realidad existente, manteniendo su compromiso firme con la sociedad ayudando con el reparto de material sanitario a hospitales y centros asistenciales en la época de mayor escasez de equipos de prevención durante la pandemia y atendiendo a familias en situación de vulnerabilidad y sin recursos económicos a través de la renovación del convenio con la Cruz Roja.

También se han renovado los convenios de colaboración con diferentes asociaciones de carácter asistencial: Asociación de Apoyo a Niños con Cáncer (APSANION); Dolor.in un grupo de profesionales sanitarios especializado en luchar contra el dolor infantil, SOLC, asociación de apoyo a enfermos de cáncer en Alcoy y comarca, y Coratge, un colectivo de afectados por daños cerebrales.

Por lo que respecta a actividades culturales, la Fundación ha realizado un total 45, algunas de ellas enmarcadas en el convenio de colaboración con la Universidad de Alicante. A lo largo de estos doce meses se han promovido: 7 exposiciones pictóricas y temáticas realizadas en la sede de la plaza de España y otras 14 itinerantes en diferentes poblaciones de la Comunitat Valenciana. También se han editado los libros "Les Pedreres de Sant Cristòfol" y "Retrats de Humo" en colaboración con el Ayuntamiento de Alcoy. Las actividades culturales de Fundación han contado con la asistencia de 79.400 personas. Esta labor mereció el reconocimiento público del Consejo Social de la Universidad de Alicante que otorgó a Fundación Mutua Levante el premio al "Mecenazgo Artístico y Cultural 2020".



**Seguros
Bilbao**

**Inspirando
seguridad**



**Protección
a medida para
tu negocio**



**Seguros
Bilbao**

Agencia en Alcoy
C/ Mossen Torregrosa, 6 - bajo. 03801 Alcoy
Teléfonos 965 549 372 - 607 337 311

Sea cual sea tu medio de vida, el seguro para pymes de Seguros Bilbao es perfecto para tu negocio. Una protección a medida de tu empresa, con todas las coberturas que buscas y las alternativa concretas para tu actividad.

www.segurosbilbao.com