DATARSIA · VALORACIÓN DE CARTERA

Informe de valoración de la cartera

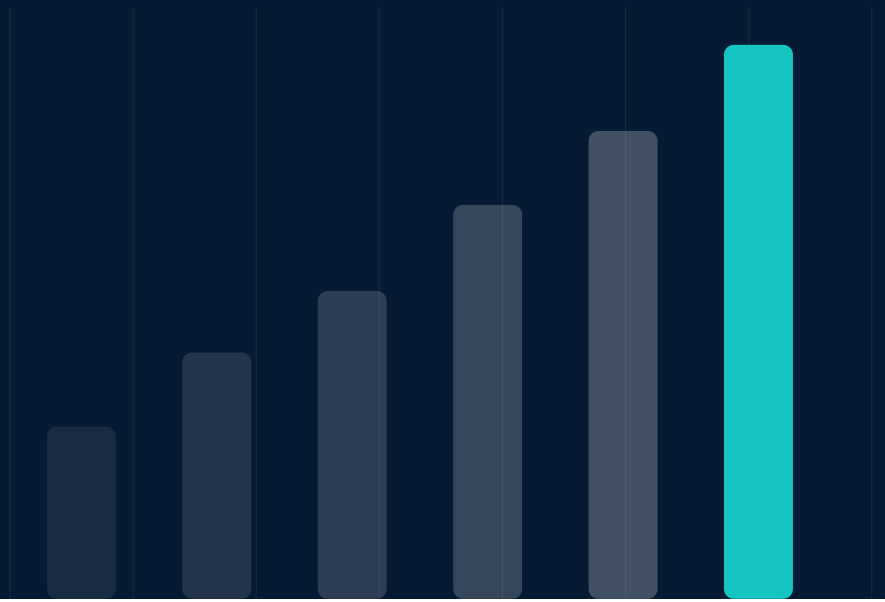
Correduría Ejemplo · informe de muestra

VALOR ORIENTATIVO

168.000 € – 216.000 €

Entre 1,4 y 1,8 veces las comisiones anuales

29 de septiembre de 2026 · Documento confidencial



1. Resumen

VALOR CENTRAL
192.000 €
Horquilla: 168.000 € – 216.000 €

COMISIONES ANUALES
120.000 €
recurrentes

MÚLTIPLO
1,6×
en la franja habitual

POTENCIAL CON EL PLAN
+72.000 €
hasta 264.000 €

Dónde está tu cartera

En nuestra escala de 1 a 3 veces las comisiones, tu cartera está **en la franja habitual**: 1,6 veces, con una horquilla de 1,4 a 1,8.



Lo que suma valor

- Tus clientes llevan muchos años contigo: la fidelidad está demostrada.

Lo que resta valor

- Muchos clientes con una sola póliza: el comprador lo verá como riesgo de fuga.
- Pocos clientes concentran muchas comisiones: si uno se va, el valor cae de golpe.
- Los clientes tratan solo contigo: el comprador temerá perderlos en el relevo.

2. Cómo se ha calculado

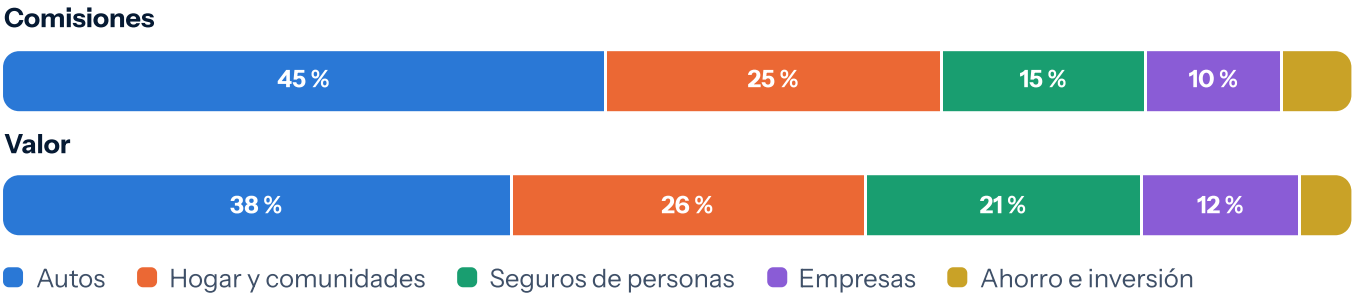
El valor de una cartera se expresa como un múltiplo de sus **comisiones anuales recurrentes**: lo que un comprador está dispuesto a pagar por los ingresos que la cartera seguirá generando. Partimos de un múltiplo base según tu mezcla de ramos y lo ajustamos por siete factores de calidad que cualquier comprador revisa.

Múltiplo base por tu mezcla de ramos		**1,9×**
Retención de clientes Del 85 al 90 %		0
Pólizas por cliente Menos de 1,3		−0,1
Concentración Del 15 al 30 %		−0,1
Antigüedad de los clientes Más de 7 años		+0,1
Dependencia del titular Solo conmigo		−0,2
Tendencia Estables		0
Orden de la información Bastante		0
Múltiplo resultante (entre 1 y 3)		**1,6×**
× Comisiones anuales		**120.000 €**
= Valor central		**192.000 €**

Azul: suma al múltiplo. Naranja: resta. La horquilla es el múltiplo ± 0,2, porque ninguna valoración es exacta: el precio final lo fija la negociación.

3. Tu cartera por ramos

No vale lo mismo un euro de comisión de autos que uno de seguros de personas. Así se reparten tus comisiones y así se reparte el valor de tu cartera:

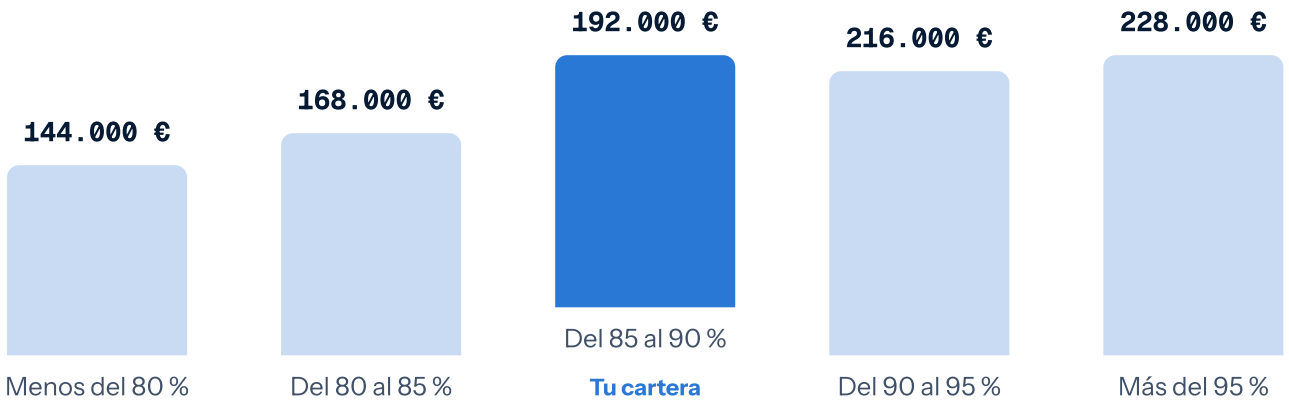


RAMO	COMISIONES	MÚLTIPLO DE REFERENCIA	VALOR APORTADO	POR QUÉ
Autos	54.000 € 45 %	1,6×	72.800 € 38 %	mucha competencia por precio y mayor rotación de clientes
Hogar y comunidades	30.000 € 25 %	2×	50.500 € 26 %	renovación estable y ligada a la vivienda
Seguros de personas	18.000 € 15 %	2,6×	39.400 € 21 %	relación larga, poca rotación y más difícil de sustituir
Empresas	12.000 € 10 %	2,2×	22.200 € 12 %	primas altas y clientes que valoran el asesoramiento
Ahorro e inversión	6.000 € 5 %	1,4×	7.100 € 4 %	comisiones menos recurrentes y más sensibles al mercado

> Si los seguros de personas pasaran del 15 % al 25 % de tus comisiones, tu cartera valdría **12.000 € más** con las mismas comisiones.

4. Lo que vale tu retención

La retención (el porcentaje de pólizas que renuevan cada año) es lo primero que mira un comprador, porque determina cuánto de lo que paga seguirá cobrando. Así cambiaría el valor de tu cartera según tu retención, con todo lo demás igual:



> Subir al siguiente tramo de retención supondría **24.000 € más** de valor. Es la mejora con más impacto y la que más depende de ti.

Cómo medirla bien

- Cuenta, mes a mes, las pólizas que vencían y cuántas renovaron (sin contar las sustituidas por otra de la misma cartera).
- Separa las bajas que no dependen de ti (fallecimientos, venta del vehículo o de la vivienda): el comprador las entenderá.
- Guarda el dato de los tres últimos años: una retención estable o creciente vale más que una buena cifra aislada.

5. Plan de acción para subir el valor

TU CARTERA HOY
192.000 €

→

CON EL PLAN, EN 12 MESES
264.000 €

VALOR QUE PUEDES CREAR
+72.000 €

y otros +22.900 € de valor si 1 de cada 10 clientes contrata una póliza más (+10.400 € de comisiones al año)

Así se construye ese valor, mejora a mejora (las 4 con más impacto, aplicadas una tras otra):



EMPIEZA POR AQUÍ

Retención de clientes: esfuerzo moderado y **+24.000 €** de valor. Es el factor que más mira un comprador y el que más depende de tu día a día.

Tus números clave

213 €
vale cada cliente de tu cartera

113
clientes pierdes al año con tu retención actual: se llevan unos 24.100 € de valor

116 €
de comisión media por póliza

+10.400 €
de comisiones al año si 1 de cada 10 clientes (90) contrata una póliza más

SI ESTÁS PENSANDO EN COMPRAR ESTA CARTERA

Si la compras por su valor central (**192.000 €**) y aplicas este plan, en 12 meses valdría **264.000 €**: **creas 72.000 € de valor**, un 38 % sobre lo pagado, y con la venta cruzada sus comisiones crecerían unos 10.400 € al año.

Usa este plan para negociar: sabes qué palancas tiene la cartera, cuánto vale cada una y cuáles dependen de ti después de comprarla.

Las mejoras, una a una

1 Retención de clientes

+24.000 €

Hoy: **Del 85 al 90 %** | Objetivo: **Del 90 al 95 %** | Esfuerzo: **Medio** | Plazo: **3–12 meses**

QUÉ HACER

- [ ] Hoy pierdes unos 113 clientes al año y cada uno se lleva unos 213 € del valor de tu cartera: retener aunque sea la mitad ya se nota.
- [ ] Llama 30 días antes del vencimiento a los clientes que más comisión te dejan: el 20 % que aporta la mayor parte de tus ingresos.
- [ ] Ante cada anulación, ofrece una alternativa antes de darla por perdida: otra compañía, otra cobertura o fraccionar el pago.
- [ ] Haz una revisión anual de 15 minutos con cada cliente: te ve como su asesor, no como un recibo.
- [ ] Mide cada mes cuántas pólizas vencían y cuántas renovaron, y anota por qué se fue cada cliente perdido.

Cómo medirlo: Porcentaje de pólizas renovadas cada mes.

HERRAMIENTA QUE TE AYUDA

Oficina Abierta: tus clientes te envían siniestros, documentos y cambios desde el móvil, a cualquier hora, y les respondes antes. El buen servicio se nota en la renovación.
datarsia.com/productos/oficina-abierta

2 Dependencia del titular

+24.000 €

Hoy: **Solo conmigo** | Objetivo: **Conmigo y con el equipo** | Esfuerzo: **Medio** | Plazo: **0–6 meses**

QUÉ HACER

- [ ] Presenta a tu equipo a los clientes: que firme correos, atienda renovaciones y lleve siniestros.
- [ ] Centraliza las gestiones en un canal que no dependa de ti: correo y teléfono de la oficina o una oficina digital.
- [ ] Documenta cómo trabajas con cada cliente importante: qué tiene, qué le preocupa y cuándo renueva.

Cómo medirlo: Gestiones atendidas por el equipo o por canales digitales.

HERRAMIENTA QUE TE AYUDA

Oficina Abierta: las gestiones llegan a un canal de la oficina, con tu imagen, y no a tu WhatsApp personal: tu equipo las atiende sin depender de ti. datarsia.com/productos/oficina-abierta

3 Pólizas por cliente

+12.000 €

Hoy: **Menos de 1,3** | Objetivo: **De 1,3 a 1,8** | Esfuerzo: **Alto** | Plazo: **3–12 meses**

QUÉ HACER

- [ ] Para subir al siguiente tramo necesitas unas 360 pólizas nuevas en 12 meses: unas 8 por semana.
- [ ] Filtra los clientes con una sola póliza y empieza por los de autos y hogar, que son la mayoría.
- [ ] Ofrece primero lo sencillo, de prima baja: decesos, accidentes, asistencia jurídica o RC del perro.
- [ ] Aprovecha cada contacto (siniestro, renovación, cambio de datos) para revisar qué le falta al cliente.

Cómo medirlo: Pólizas por cliente (total de pólizas ÷ clientes).

HERRAMIENTA QUE TE AYUDA

Radar de Venta Cruzada: te dice qué le falta a cada cliente, con argumentos y cifras, y a quién llamar esta semana. datarsia.com/productos/radar-venta-cruzada

4 Concentración

+12.000 €

Hoy: **Del 15 al 30 %** | Objetivo: **Menos del 15 %** | Esfuerzo: **Medio** | Plazo: **0–3 meses**

QUÉ HACER

- [ ] Haz la lista de tus 10 mayores clientes y visita a cada uno este trimestre.
- [ ] Deja por escrito su revisión anual y ten más de un contacto en cada empresa.
- [ ] Crece en clientes medianos para que el peso de los grandes baje por sí solo.

Cómo medirlo: Peso de los 10 mayores clientes en las comisiones.

5 Más seguros de personas

+12.000 €

Hoy: **15 % de personas** | Objetivo: **pasar del 15 % al 25 % de tus comisiones** | Esfuerzo: **Alto** | Plazo: **6–12 meses**

QUÉ HACER

- [ ] Empieza por los clientes de autos con una sola póliza: ofréceles decesos, accidentes o vida riesgo.
- [ ] Usa cifras en la cita: la pensión que cobrará, lo que cobraría de baja o la espera para operarse.
- [ ] Marca un objetivo mensual de pólizas de personas y revísalo cada mes.

Cómo medirlo: Peso de vida, salud, decesos, accidentes y baja en las comisiones.

HERRAMIENTA QUE TE AYUDA

Radar de Venta Cruzada y Mi Futuro: el Radar encuentra los huecos de seguros de personas de cada cliente; Mi Futuro te ayuda a hablar de vida, ahorro y jubilación con números. datarsia.com/productos/mediador-360

6 Orden de la información

+6.000 €

Hoy: **Bastante** | Objetivo: **Sí, completa** | Esfuerzo: **Bajo** | Plazo: **0–3 meses**

QUÉ HACER

- [ ] Exporta tu cartera a Excel y completa teléfono, correo y vencimiento de cada póliza.
- [ ] Reúne el histórico de anulaciones de los tres últimos años.
- [ ] Ordena tus comisiones por compañía y por ramo: es lo primero que te pedirá un comprador.

Cómo medirlo: Pólizas con teléfono, correo y vencimiento completos.

HERRAMIENTA QUE TE AYUDA

Radar de Venta Cruzada (modo Cartera): sube la exportación de tu cartera y la tienes ordenada por renovaciones, clientes con una sola póliza y oportunidades, sin que los datos salgan de tu ordenador. datarsia.com/productos/radar-venta-cruzada

Tu calendario

Primeros 90 días

Dependencia del titular
Medio · +24.000 €

Concentración
Medio · +12.000 €

Orden de la información
Bajo · +6.000 €

De 3 a 6 meses

Retención de clientes
Medio · +24.000 €

Pólizas por cliente
Alto · +12.000 €

De 6 a 12 meses

Más seguros de personas
Alto · +12.000 €

La antigüedad de tus clientes y la tendencia de tus comisiones no se cambian con un plan de 12 meses: mejoran como resultado de todo lo anterior.

Las herramientas de este plan

- **Oficina Abierta**: tus clientes te envían sus gestiones desde el móvil y te llegan completas. Más retención y menos dependencia de ti.
- **Radar de Venta Cruzada**: qué le falta a cada cliente y a quién llamar. Más pólizas por cliente y más seguros de personas.
- **Mi Futuro**: el plan de ahorro y jubilación del cliente, con números. Más vida y ahorro en tus citas.

Las tres juntas, con tu imagen, en **Mediador 360**: 49 € al mes y 30 días gratis para probarlas.
datarsia.com/productos/mediador-360

6. Si vas a vender

Tus argumentos para defender el precio

- Tus clientes llevan muchos años contigo: la fidelidad está demostrada.

Lo que te planteará el comprador y cómo responder

«Son clientes de una sola póliza, se irán a la primera.»
Preséntalo como potencial de venta cruzada para él, con los datos de la cartera: cuántos clientes no tienen hogar, vida o decesos.

«Dependes demasiado de unos pocos clientes.»
Asegura esas cuentas antes de vender (visita, revisión anual por escrito, contactos en su empresa) y ofrece presentárselas personalmente.

«Los clientes solo te conocen a ti.»
Ofrece un periodo de transición en el que le acompañes en las renovaciones y visitas clave, y preséntale por escrito a los clientes.

Cómo se suele pagar: un ejemplo con tus cifras

Es habitual pagar una parte a la firma y el resto aplazado, ligado a la retención real. Con tu valor central de 192.000 €, un esquema frecuente sería:

A la firma	A los 12 meses, según retención	Si retiene el 90 % de las pólizas
96.000 €	**hasta 96.000 €**	**86.400 €**

Ejemplo ilustrativo: cada operación se negocia. Cuanto mejor documentada esté tu retención, más fácil es cobrar una parte mayor a la firma.

Documentación que te pedirá

- [ ] Listado de pólizas vigentes: ramo, compañía, prima, comisión y vencimiento.
- [ ] Comisiones de los tres últimos años, por compañía y por ramo.
- [ ] Histórico de anulaciones y renovaciones.
- [ ] Contratos o condiciones con cada compañía y posibilidad de cesión de los códigos.
- [ ] Siniestros abiertos y reclamaciones pendientes.
- [ ] Cómo se gestiona el consentimiento de protección de datos de los clientes.

7. Si vas a comprar una cartera

Si estás valorando la cartera de otro mediador, usa este informe con sus datos como referencia. Si el precio que te piden supera la horquilla alta (216.000 €), pide que una parte mayor se pague según la retención real.

Preguntas que debes hacer al vendedor

- [ ] ¿Cuál ha sido la retención de cada uno de los tres últimos años, y por qué se fueron los que se fueron?
- [ ] ¿Qué parte de las comisiones es recurrente y qué parte es de producción nueva o puntual?
- [ ] ¿Qué peso tienen los diez mayores clientes? ¿Qué relación tiene con ellos?
- [ ] ¿Con qué compañías trabaja y se pueden ceder los códigos o las pólizas?
- [ ] ¿Qué siniestros hay abiertos o recurrentes? ¿Hay reclamaciones pendientes?
- [ ] ¿Los clientes tratan solo con él o también con su equipo? ¿Acompañará la transición?
- [ ] ¿Tiene los datos de contacto completos y el consentimiento de protección de datos al día?

Señales de alerta

Comisiones que caen en los últimos años sin una causa clara.

Mucho peso de pocos clientes o de un solo ramo muy competido.

Información desordenada o que no cuadra entre listados y comisiones.

Resistencia a ligar parte del precio a la retención.

8. Metodología

La valoración usa el método más habitual en las compraventas de carteras de seguros: un múltiplo de las comisiones anuales recurrentes, acotado entre 1 y 3 veces.

Múltiplo de referencia por ramo

RAMO	MÚLTIPLO	POR QUÉ
Autos Coches, motos, flotas pequeñas	1,6×	mucha competencia por precio y mayor rotación de clientes
Hogar y comunidades Hogar, comunidades, alquiler	2×	renovación estable y ligada a la vivienda
Seguros de personas Vida riesgo, salud, decesos, accidentes, baja	2,6×	relación larga, poca rotación y más difícil de sustituir
Empresas Multirriesgo, RC, comercios, profesionales	2,2×	primas altas y clientes que valoran el asesoramiento
Ahorro e inversión Vida ahorro, planes de pensiones, PIAS	1,4×	comisiones menos recurrentes y más sensibles al mercado

El múltiplo base es la media de estos valores, ponderada por el peso de cada ramo en tus comisiones.

Ajustes por calidad

FACTOR	OPCIONES Y AJUSTE AL MÚLTIPLO
Retención de clientes	Menos del 80 %: −0,4 Del 80 al 85 %: −0,2 **Del 85 al 90 %: 0** Del 90 al 95 %: +0,2 Más del 95 %: +0,3
Pólizas por cliente	**Menos de 1,3: −0,1** De 1,3 a 1,8: 0 De 1,8 a 2,5: +0,1 Más de 2,5: +0,2
Concentración	Menos del 15 %: 0 **Del 15 al 30 %: −0,1** Más del 30 %: −0,3
Antigüedad de los clientes	Menos de 3 años: −0,1 De 3 a 7 años: 0 **Más de 7 años: +0,1**
Dependencia del titular	**Solo conmigo: −0,2** Conmigo y con el equipo: 0 Sobre todo con el equipo: +0,1
Tendencia	Bajan: −0,2 **Estables: 0** Suben: +0,1

FACTOR	OPCIONES Y AJUSTE AL MÚLTIPLO
Orden de la información	No mucho: −0,1 **Bastante: 0** Sí, completa: +0,05

Resaltadas, tus respuestas. El resultado se redondea a 0,05 y la horquilla es ± 0,2.

Estimación orientativa basada en múltiplos de comisiones habituales en el mercado y en las respuestas facilitadas. No es una tasación ni asesoramiento: el precio final depende de la revisión de la cartera, la negociación y la forma de pago (por ejemplo, pagos aplazados ligados a la retención). Informe generado por DATARSIA (datarsia.com) con los datos facilitados por el usuario, que no se han enviado a ningún servidor.