

Seguros

elEconomista.es

CRECEN LOS DESAFÍOS PARA EL SEGURO DE TRANSPORTE DE MERCANCÍAS EN ESPAÑA

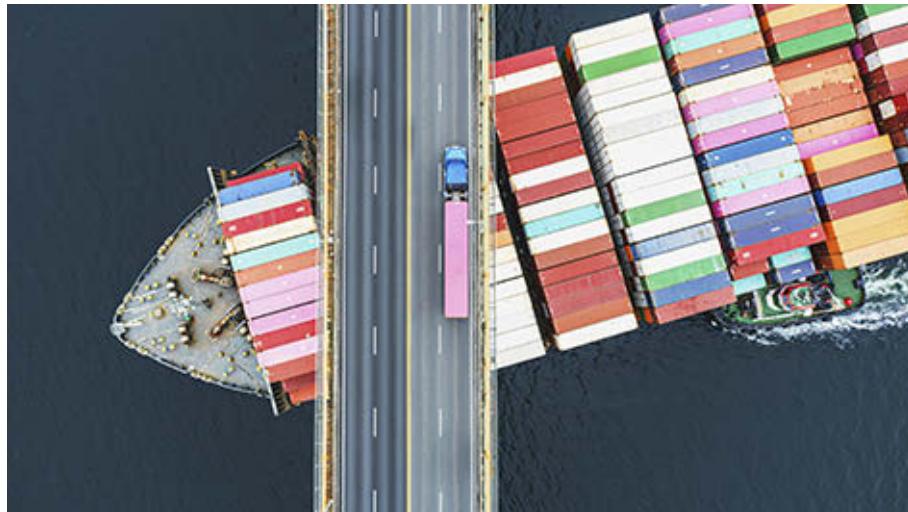
Cada año se mueven por el territorio español más de 1.600 toneladas de mercancías, una cifra que no para de crecer, así como sus riesgos



EMPRESAS

¿LOS 'INFLUENCERS'
NECESITAN SEGUROS
PARA TRABAJAR?





Seguro de transporte | P8

Crecen los desafíos del seguro de transporte de mercancías en España

Cada vez se mueven más toneladas de mercancías por el territorio español y eso dispara unos riesgos que no siempre se gestionan y cubren de forma adecuada.



Empresas | P12

El retraso de Verifactu a 2027 da margen al sector asegurador

La prórroga de la entrada en vigor de Verifactu ayuda a las pymes y autónomos del sector asegurador a adaptarse a la factura digital.



Generación Z | P24

Los nuevos perfiles que reclama el seguro en 2025

A pesar de la creencia popular, el sector asegurador se ha convertido en un dinámico creador de empleo para perfiles tecnológicos.



Empresas | P36

¿Es necesario tener un seguro para trabajar como 'influencer'?

El mercado laboral cambia y el sector asegurador debe adaptarse a ello. Los influencers también tienen productos para proteger su trabajo.

Salud | P18

Salud dental y seguro privado: cuándo merece la pena

Cuidar la salud bucodental no es un capricho, pero sí tiene un coste, el seguro puede ayudar a acceder a los tratamientos dentales en mejores condiciones.

RSC | P40

El sector impulsa la inclusión laboral de las personas con discapacidad

Las aseguradoras han puesto en marcha acciones para impulsar la inclusión laboral y social de personas con discapacidad dentro de sus estrategias de RSC.

Edita: Editorial Ecoprensa S.A.

Presidente Editor: Gregorio Peña.

Vicepresidente: Clemente González Soler. **Director de Comunicación:** Juan Carlos Serrano.

Director de elEconomista: Amador G. Ayora **Diseño:** Pedro Vicente

Infografía: Clemente Ortega **Coedita:** Marketing Site, S.L. Seguros TV

Director de elEconomista Seguros: Ramón Albiol (ralbiol@segurostv.es) **Jefa de redacción:** Virginia M. Zamarreño (redaccion@segurostv.es)



Cuando el riesgo viaja más rápido que el seguro

El pulso del transporte de mercancías marca, cada vez con más claridad, el ritmo de la economía real. Más toneladas, más rutas, más valor en movimiento. Y, con ello, más exposición al riesgo. Los datos no admiten discusión: el transporte de mercancías en España crece con solidez, pero la manera en la que se protege ese flujo constante de bienes sigue presentando grietas preocupantes. El seguro de transporte, un ramo históricamente técnico y poco visible, se enfrenta a un escenario en el que ya no basta con cumplir: hay que anticipar. Este número de *Seguros elEconomista* pone el foco en un mercado que avanza más rápido que muchas de sus coberturas. El alza de la siniestralidad, la mayor complejidad logística, la presión sobre las cadenas de suministro y la irrupción de nuevos riesgos –desde robos organizados hasta fallos documentales o vulnerabilidades digitales– dibujan un entorno mucho más exigente para aseguradoras, mediadores y clientes. Y, sin embargo, persiste una peligrosa percepción de falsa seguridad: la creencia de que “la mercancía va asegurada” cuando, en realidad, la póliza puede no garantizar su valor real.

El crecimiento del transporte exige un seguro más técnico, ágil y alineado con la realidad logística actual

El sector asegurador tiene aquí una responsabilidad clara. Explicar, asesorar y diseñar soluciones ajustadas dejará de ser un valor añadido para convertirse en una obligación estratégica. Las diferencias entre el seguro de responsabilidad del transportista y el seguro de mercancías siguen generando conflictos, frustraciones y pérdidas que erosionan la confianza en el sistema. El infraseguro, las exclusiones poco comprendidas o la falta de adaptación al transporte multimodal son síntomas de un modelo que necesita revisarse con urgencia.

Pero este no es solo un reto para las compañías. También lo es para las empresas aseguradas, que operan en un contexto de márgenes ajustados y alta rotación logística, y que a menudo priorizan el coste sobre la cobertura efectiva. Asegurar mercancías no es un trámite administrativo: es una decisión financiera y operativa que puede marcar la continuidad del negocio tras un siniestro. En un mercado que mueve más de 1.600 millones de toneladas al año, minimizar este aspecto es un error de gestión.

El seguro de transporte se encuentra en una encrucijada similar a la de otros ramos: o evoluciona al ritmo de la actividad que protege, o quedará desalineado de la realidad. Más datos, más análisis de riesgos, más personalización y mayor pedagogía serán claves en los próximos años. No se trata solo de cubrir daños, sino de acompañar a un sector esencial para la economía en un proceso de transformación acelerada. Desde estas páginas defendemos una idea sencilla pero contundente: el crecimiento del transporte debe ir acompañado de un crecimiento equivalente en calidad aseguradora. Porque mover mercancías es mover valor, y proteger ese valor es, hoy más que nunca, una cuestión de estrategia, no de rutina. Feliz lectura.



Carlos Lluch
Corredor de seguros

Inseguros, sin saberlo

No creo que sorprenda a nadie si afirmo que la mayoría de los españoles es completamente indiferente a lo que significa estar correctamente asegurado. No hablo de "tener" un seguro, sino de contratarlo bien, con una adecuada coherencia entre lo declarado y la realidad y tomándose el tiempo necesario para estudiar qué compra para que sus expectativas en caso de siniestro no se vean frustradas.

Esta conducta no solo se manifiesta entre las familias, sino también a nivel empresarial.

El problema de este *modus operandi* en el que se interpreta lo de contratar un seguro como un mero trámite sin importancia al que no cabe dedicarle tiempo ni esfuerzo, es que luego se paga con creces ese descuidado comportamiento. ¿No lo crees?

En una sesión formativa impartida recientemente en el Col·legi de Mediadores d'As-

segurances de Girona por Josep Sarrion, perito de seguros, este manifestó que en la DANA de Valencia hasta un 78% de empresas presentaba deficiencias en la estructuración de sus pólizas.

La aseguradora Hiscox acaba de publicar su informe *Gap Report 2025: la brecha aseguradora en las pymes españolas* donde pone de relieve que el 89% de las pymes españolas tienen brechas de cobertura aseguradora. Pero, quizás, el dato más inquietante, profesionalmente, resulta ser que el 74% cuenta con sumas aseguradas insuficientes para cubrir sus riesgos reales.

Pero hagamos historia: ya en 2012 el -por entonces- Comisario Michel Barnier encargó un estudio a nivel europeo para conocer la calidad del aseguramiento de las empresas, en general. Sondeó el conocimiento del seguro y la calidad del asesoramiento recibido, concluyendo que el "70% de los productos de seguro se venden sin un asesoramiento adecuado".



Por su parte, el estudio *Empresas 360°* elaborado en 2014 por Mapfre junto con Cepyme, afirmaba que "tras sufrir un siniestro importante (incendio, inundación...), siete de cada diez pymes desaparecen si no tienen un seguro que cubra la paralización de su actividad". Regresamos al 70% de pymes mal aseguradas.

Añado que, durante años, y mediante licitación por parte de una empresa pública de infraestructuras, he estado analizando la adecuación de los seguros de sus contratistas a los riesgos derivados de los pliegos y memorias.

Hablo de empresas grandes, algunas muy grandes, con corredores de seguros de todos los tamaños. Hablo de empresas que contaban, en ciertos casos, con departamento de contratación pública, de asesoría jurídica interna y de gerencia de riesgos. Pues bien, tuve que rechazar el 70% de los contratos por inadecuados en diferente medida, pero algunos eran sangrantes.

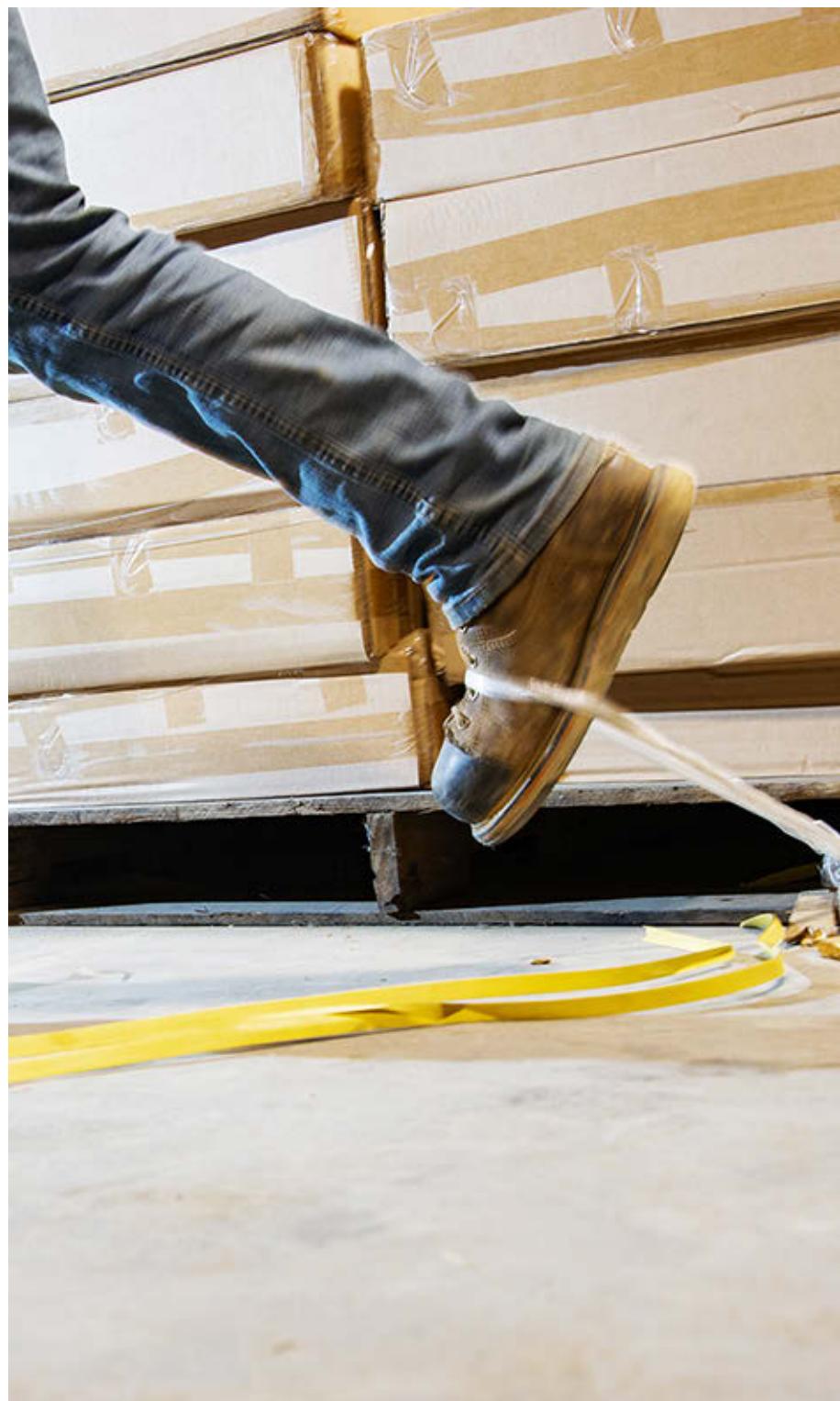
Obviamente sorprendía a las empresas, habituadas a centenares de concursos donde el seguro había colado por falta de revisión o indigencia cultural aseguradora de quien tenía que filtrar. Pero el dato es ese y no otro.

He hecho este recorrido temporal porque relata una situación que no es nueva ni se corrige. Está afincada entre nosotros y no es cuestión de tamaño de empresa o familia.

Duele pensar que la empresa está tan mal cubierta. Pero la situación en riesgos asegurados por las familias no es mejor. Tras más de 15.000 casos asistidos donde las prácticas abusivas, la deficiente comercialización y contratación de seguros y la nula comprensión de las consecuencias de contratar a ciegas han destrozado la vida de estas familias no es algo que, para mí, sea tolerable.

En conjunto estamos ante un claro indicador de que no hacemos bien el trabajo los corredores, agentes y aseguradores. Tampoco las organizaciones empresariales, indiferentes al nivel de desconocimiento del seguro que impera entre sus afiliados. Tampoco de los empresarios, principales interesados y responsables de mantener con vida sus negocios y compromisos.

Tampoco se salvan las universidades y escuelas de negocios, incapaces de traducir



iStock

el significado del seguro en estrategia de supervivencia. Y qué decir de las familias, ya con el agua al cuello y sin apenas excedentes de renta con los que afrontar gastos sorpresivos, pero asegurando mal o peor su único patrimonio de tal modo que, si pasa algo grave, irán a la ruina sin remedio.

El seguro de vida como clave de la estabilidad financiera

El seguro de vida en España se consolida como herramienta clave para la estabilidad financiera y la protección de los hogares ante imprevistos. Aegon identifica cinco perfiles de asegurados que buscan protección, bienestar y respaldo integral

Redacción. Fotos: istock

El seguro de vida se ha consolidado como una herramienta esencial para garantizar la estabilidad financiera de los hogares españoles ante situaciones imprevistas. Según datos de ICEA, más del 60% de la población cuenta con algún producto de vida, una cifra que ha crecido de forma sostenida en los últimos años, impulsada por el aumento de la concienciación financiera y el interés por planificar el futuro y la estabilidad familiar, hasta alcanzar a más de la mitad de la población en septiembre de este año.

En este contexto, Aegon ha identificado los cinco perfiles de asegurados más representativos dentro del ramo de vida. Este análisis permite comprender sus motivaciones, preocupaciones y comportamientos, para conocer cómo evoluciona el mercado y cómo las aseguradoras pueden responder a las necesidades reales de las personas y sus familias.

Los que buscan protección. Este perfil está formado por hombres y mujeres de entre 30 y 55 años, con o sin hipoteca, y con familias. Buscan asegurar la estabilidad económica del hogar.

Los que buscan bienestar. Compuesto por personas activas, también entre 30 y 55 años, que

se preocupan por su salud, bienestar y hábitos de vida saludables y no necesariamente tienen descendientes. Buscan protección ante imprevistos, pero también prevención y acompañamiento sanitario.

Los que buscan tranquilidad en la madurez. Personas de entre 50 y 74 años que desean vivir su madurez sin preocupaciones económicas. Buscan estabilidad personal, seguridad y respaldo ante situaciones de dependencia o pérdida de autonomía.

Mujeres que buscan respaldo ante el diagnóstico. Tienen entre 30 y 55 años y están preocupadas por



Más del 60% de la población cuenta con un seguro de vida, según datos de Icea

su salud. Buscan protección específica ante enfermedades graves, en especial, el cáncer de mama.

Jóvenes planificadores. Entre 25 y 34 años, valoran la protección personal y familiar, con una visión amplia, más allá de la cobertura por fallecimiento.



El seguro de vida apoya a los asegurados más allá de la cobertura por fallecimiento.

PARA TI NO HAY OTRO LUGAR COMO TU CASA

G11020 06/2023



Te ayudamos las 24 horas con la
mejor red de reparadores para
que disfrutes de tu casa.

GENERALI SEGURO PARA TU HOGAR

El seguro de Hogar de Lola, Jaime y María es diferente. ¿Quieres conocer el tuyo?



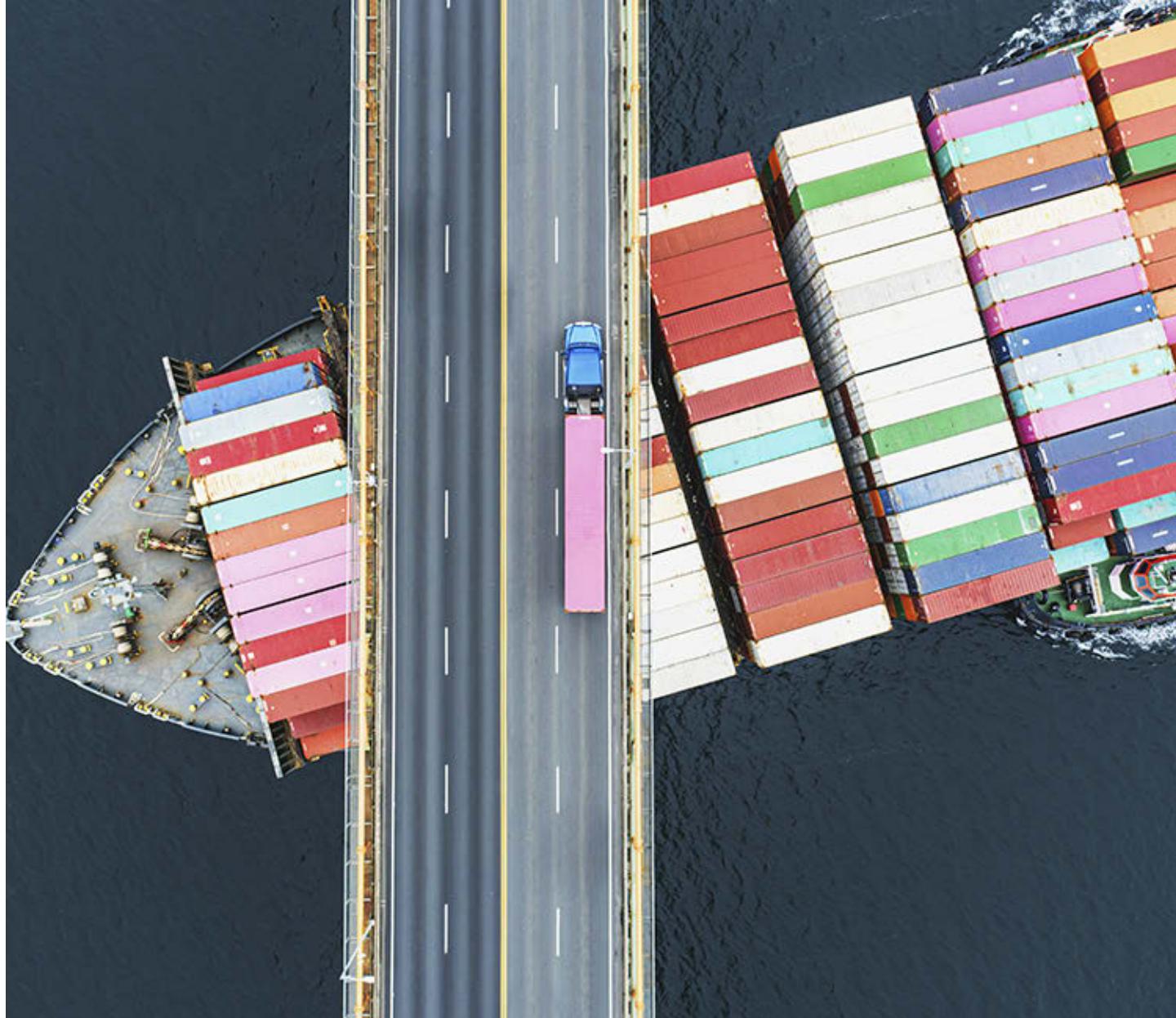
Crecen los desafíos del seguro de transporte de mercancías en España

El transporte de mercancías en España no deja de crecer. En este contexto, el seguro de transporte es una pieza clave, aunque no siempre bien entendida ni correctamente contratada

Olga Juárez Gómez.

Durante el primer trimestre de 2025, el transporte español por carretera movilizó 420,08 millones de toneladas, un 6,6% más que en el mismo periodo del año anterior, según el portal especializado Cadena de Suministro. Entre abril y junio, la cifra alcanzó 427,22 millones, un 2,6% más interanual. Estas cifras consolidan la tendencia observada en 2024, cuando el volumen anual superó los 1.644 millones de toneladas.

El crecimiento es incuestionable. Lo que no lo es tanto es la relación entre esta expansión y la protección real que ofrece el seguro de transporte de mercancías. Con más rutas, valor transportado y logística compleja, entender las pólizas, y sobre todo sus límites, es imprescindible para transportistas, cargadores y gestores de flotas.



El sector español de transporte y logística movió más de 1.600 toneladas de mercancías en 2024, una cifra que se superará en 2025. iStock



El sector asegurador debe adaptar sus pólizas a las necesidades de un sector en plena transformación. iStock

Un seguro más técnico de lo que parece

Aunque desde fuera pueda parecer sencillo, el seguro de transporte de mercancías es uno de los más técnicos del sector. En España conviven diferentes pólizas que generan confusión incluso entre profesionales. Básicamente, se distinguen dos tipos:

Seguro de responsabilidad del transportista: Amparado por normativas como la CMR, cubre la responsabilidad legal del transportista, pero las indemnizaciones suelen calcularse por peso, no por valor real de la carga.

Seguro de mercancías: Contratado por el propietario de la carga, protege el valor económico del envío y puede ser por viaje o mediante pólizas flotantes.

Esta dualidad provoca malentendidos: muchas empresas creen estar cubiertas porque "el transportista tiene seguro", cuando la póliza no garantiza la reposición del valor de la mercancía.

No todo depende del valor de la carga

El coste del seguro depende también de:

- Tipo de mercancía (fragilidad, peligrosidad, sensibilidad, valor).
- Rutas y zonas de riesgo.
- Frecuencia de envíos.
- Medio de transporte.
- Calidad del embalaje y medidas de seguridad.
- Historial de siniestros.
- Valor asegurado y existencia de infraseguro.

Estas variables configuran pólizas que deberían adaptarse a cada operación, aunque la especialización requerida no siempre se refleja en la atención de las compañías.

La siniestralidad dispara las alertas

El incremento de la actividad aumenta ciertos riesgos. En 2024 se registraron 189 accidentes en transporte de mercancías peligrosas en España, un 87%

46.032

En 2024 se registraron 46.032 accidentes con baja en el sector del transporte y almacenamiento

más que en 2023. Veintidós de ellos fueron notificables según normativa ADR.

La siniestralidad laboral también crece: transporte y almacenamiento acumuló 46.032 accidentes con baja, un 3,86% más que el año anterior. A esto se suman robos organizados y manipulación de cargas en puntos intermedios, lo que obliga a las aseguradoras a endurecer su análisis de riesgos y revisar condiciones de rutas y mercancías.

Donde fallan las pólizas: conflictos frecuentes

Aunque contratar un seguro de mercancías es fundamental, en la práctica surgen varias áreas proble-

máticas que generan conflictos y pérdidas económicas inesperadas:

- Infraseguro y subdeclaración: Una declaración inferior al valor real reduce proporcionalmente la indemnización.
- Exclusiones poco conocidas: Robos sin violencia, daños internos, humedades, temperaturas inadecuadas o manipulación en terminales no siempre están cubiertos.
- Documentación crítica: Carta de porte, conocimiento de embarque o instrucciones incompletas pueden bloquear las reclamaciones.
- Transporte multimodal: Diferentes convenciones internacionales exigen definir claramente tramos y responsabilidades; de lo contrario, las reclamaciones se retrasan.
- Riesgos emergentes: Ciberataques o suplantación de identidad afectan rutas y documentación digital; muchas pólizas aún no las contemplan.

Una protección imprescindible

Transportar mercancías implica riesgos múltiples y cambiantes. El seguro, lejos de ser un trámite, permite que la logística funcione sin interrupciones y que las empresas respondan ante un siniestralidad

tro sin comprometer su continuidad. Transportistas, cargadores y aseguradoras deben conocer límites, valores y exclusiones de lo que se quiere asegurar y adaptar las pólizas a un entorno más complejo.

Avanzar al ritmo del transporte

El transporte de mercancías en España crece sostenidamente, pero los indicadores de riesgo exigen revisar cómo se aseguran los bienes en tránsito. El sector asegurador necesita evolucionar estas pólizas al ritmo de la logística: más velocidad, valor unitario, subcontratación y exposición. Mover más de 1.600 millones de toneladas de mercancías al año requiere que los productos lleguen bien asegurados, garantizando un crecimiento sostenible para todos los actores del sector.

El seguro de transporte de mercancías es más complejo de lo que puede parecer



Un buen seguro de transporte de mercancías requiere de un asesoramiento técnico y profesional. iStock

Aseguradoras

El 40% de las pymes no ve beneficios en el uso de la IA, según Hiscox

La inteligencia artificial se ha convertido en uno de los principales aceleradores de transformación para las empresas de todo el mundo, y las pymes españolas no son una excepción. Su adopción sigue creciendo, pero todavía muy lejos de su verdadero potencial. Mientras las soluciones basadas en IA se multiplican y se vuelven más accesibles, una parte importante del tejido empresarial español sigue sin percibir con claridad los beneficios que puede aportar a su actividad diaria.

El 40% de las pymes considera que no tiene ninguna ventaja. Así se desprende del *II Informe de Pymes y Autónomos de España* de Hiscox. Aunque su puesta en marcha aumenta, aún existe una brecha entre el potencial de la IA y cómo se aprovecha

Entre las empresas que ya identifican mejoras, las ventajas más visibles están relacionadas con la eficiencia operativa. Un 53,2% destaca la optimización de tareas o procesos, un 44% una mayor eficiencia y un 32,2% menciona el ahorro de costes. Los beneficios vinculados al crecimiento del negocio se perciben en menor medida, lo que refleja un uso limitado de la IA como palanca estratégica. Sólo un 12,8% experimenta un aumento de las ventas. Un 3,5% reconoce mejoras en la retención de talento.



Las pymes españolas no aprovechan el potencial de la IA, según un estudio de Hiscox. iStock

Legislación

El Consejo General presenta alegaciones al futuro Real Decreto sobre seguro obligatorio de VPL

El Consejo General de Mediadores de Seguros ha presentado una serie de alegaciones al proyecto de Real Decreto que regulará el seguro obligatorio de responsabilidad civil de los Vehículos Personales Ligeros (VPL). La entidad reclama que la futura normativa garantice seguridad jurídica, proporcione protección equivalente para todas las víctimas y sea clara y accesible, evitando duplicidades y confusiones derivadas de la coexistencia de múltiples textos legales.

Según explican, la existencia de diversas normas dispersas puede dificultar la comprensión tanto para consumidores como para operadores del mercado y contradecir los objetivos de "legislar mejor" promovidos por la Unión Europea. Por ello, solicita armonización normativa y refuerzo de la protección no solo de las víctimas, sino también de los asegurados, recordando la obligación de proporcionar información previa y la prohibición de incluir exclusio-

nes no amparadas legalmente. El Consejo General pide que los VPL tengan el mismo tratamiento que los vehículos a motor y que se incluyan daños ocasionados por vehículos parados, estacionados o transportados en otros medios públicos. Se rechazan las excepciones vagas como "fuera de un lugar destinado para aparcamiento".

Además, se solicita incluir la excepción prevista en la Directiva para vehículos estacionados habitualmente en terceros países adheridos a acuerdos internacionales, con acreditación mediante carta verde o seguro frontera. Y reclama clarificar la prelación entre la Ley de Contrato de Seguro, el RD 1507/2008 y la Ley 20/2015 (LOSSEAR).

Además, se rechaza limitar la cobertura de gastos y pérdidas de ingresos derivados de daños materiales, ya que crearía diferencias injustificadas entre las víctimas según el tipo de vehículo.

El retraso de Verifactu a 2027 da margen al sector asegurador

El aplazamiento de Verifactu da oxígeno a las empresas, pero también activa el debate sobre cómo aprovechar ese tiempo extra. En el caso del seguro, abre la oportunidad de adaptarse con menos riesgo

V. M. Z.

El retraso en la entrada en vigor de Verifactu hasta 2027 ha sido recibido con alivio por buena parte del tejido empresarial, incluido el sector asegurador. Para los corredores de seguros –en su mayoría pymes y profesionales autónomos– la ampliación de plazos supone un respiro en un proceso de adaptación que no es solo tecnológico, sino también organizativo. Sin embargo, el nuevo calendario no elimina la necesidad de avanzar hacia la facturación electrónica ni aconseja posponer decisiones ineludibles.

Según explica Isabel Nogales, country manager de fiskaly en España, las empresas y autónomos que ya estaban utilizando Verifactu pueden seguir haciéndolo “sin ningún problema”. De hecho, este escenario puede jugar a su favor.

“El periodo previo a las fechas límite se amplía y permite consolidar el uso en un entorno más estable,

con más margen para pruebas, ajustes de procesos y formación interna”, señala.

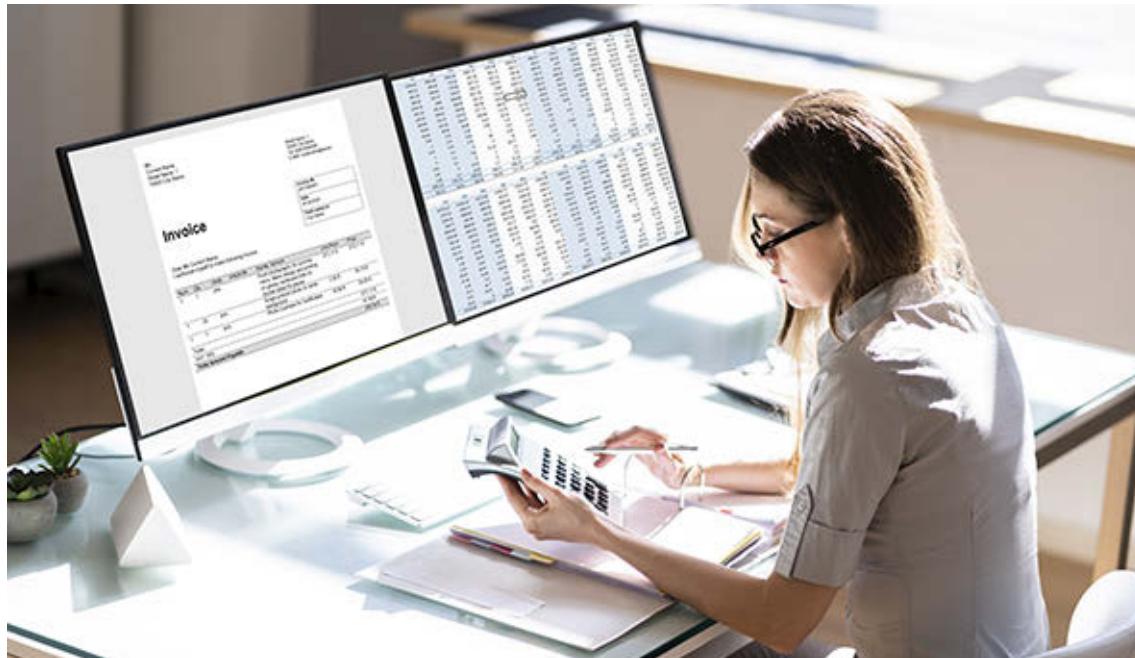
Cómo afecta a las corredurías de seguros

En el caso de las corredurías de seguros, esta fase adicional resulta especialmente valiosa. Muchas operan con estructuras reducidas, combinando tareas comerciales, administrativas y de gestión, lo que dificulta abordar cambios regulatorios complejos bajo presión. Disponer de más tiempo permite revisar integraciones con programas de gestión, circuitos de emisión y rectificación de facturas, así como la validación de datos, reduciendo el riesgo de incidencias cuando la obligación sea efectiva.

Además, conviene recordar que el ecosistema ya está operativo. La propia Agencia Tributaria habilitó con antelación servicios relacionados con Verifactu en su sede electrónica, lo que refuerza la idea



A pesar de la prórroga, las empresas que usaban la facturación digital pueden seguir haciéndolo. iStock



El retraso de la entrada en vigor de Verifactu da un respiro a muchas pymes y profesionales autónomos. iStock

de que el sistema está preparado y que la digitalización fiscal avanza de forma irreversible.

Desde un punto de vista empresarial, fiskaly defiende que empezar cuanto antes tiene claras ventajas. En primer lugar, permite aprovechar el trabajo ya realizado. En muchas corredurías, la instalación del software y los ajustes internos ya están avanzados, y frenar ahora podría suponer perder parte de esa inversión o tener que retomarla con prisas más adelante.

También facilita un aprendizaje progresivo, sin la presión de última hora. La adopción de nuevos flujos de facturación afecta a equipos, soporte, incidencias y hábitos de trabajo. Para profesionales autónomos y pequeñas corredurías, esta adaptación gradual reduce el impacto en el día a día del negocio.

El 'efecto embudo'

Otro riesgo de "esperar" es el efecto embudo. Si el mercado interpreta el retraso como una invitación a dejarlo para el final, puede producirse una saturación de proveedores de software y de servicios de integración. La experiencia en otros países demuestra que quienes se adelantan suelen implementar mejor y con menos sobresaltos.

A ello se suma un factor clave: la acumulación regulatoria. Más allá de Verifactu, la factura electrónica B2B impulsada por la Ley Crea y Crece seguirá ganando peso. Para los corredores de seguros, adelantar trabajo ahora puede evitar tener que gestionar ambos cambios de forma simultánea.

Para quienes aún no han elegido un sistema de facturación digital, la recomendación es clara: usar es-



Isabel Nogales,
country manager de
fiskaly en España.
eE

te plazo adicional como una ventana estratégica. Preguntar al proveedor si cumple con Verifactu, conocer su plan de despliegue y cómo gestiona registros, contingencias y soporte es esencial. Si no hay respuestas claras, es una señal de alerta para el empresario o el trabajador autónomo.

"El margen adicional es útil si se usa para probar, estabilizar y documentar, no para pausar la transición", concluye Nogales. Un mensaje especialmente relevante para un sector, como el asegurador, que necesita seguridad jurídica, eficiencia operativa y previsión a largo plazo.



El ahorro a largo plazo es indispensable para mantener el poder adquisitivo una vez se deja de trabajar. Getty

Las seis recomendaciones de Mutua para una jubilación tranquila

La aseguradora pone en marcha su Observatorio de Pensiones con el objetivo de convertirse en un foro de debate para concienciar sobre la necesidad de reforzar la previsión social complementaria

Roberto Gómez

Las cuentas no salen. El sistema público de pensiones cada vez demanda más recursos para pagar las nóminas de los jubilados, pero los ingresos procedentes de las cotizaciones sociales son insuficientes. En otras palabras: el modelo actual es insostenible. Tal y como está concebido, solo puede sobrevivir a base de transferencias de dinero público; un dinero que, necesariamente, deja de destinarse a otras partidas, como vivienda, sanidad o educación.

Al mismo tiempo, los instrumentos de ahorro privado para la jubilación, pese a las últimas reformas, siguen sin despegar. El ahorro en planes de pensiones continúa estancado por los insuficientes incentivos fiscales de los planes individuales, el escaso desarrollo de los planes de empleo y la falta de concienciación sobre la importancia de planificar el futuro financiero.

Ante esta situación, Mutua Madrileña ha decidido poner en marcha su Observatorio de Pensiones, un foro de debate y análisis con el que reafirma su compromiso con la educación financiera, la divulgación de información objetiva y el desarrollo de herramientas que faciliten la planificación del ahorro para la jubilación.

"Desde el Grupo Mutua queremos llevar a cabo nuestra aportación a la mejora del sistema, promoviendo el debate constructivo que aporte soluciones imaginativas desde todos los prismas, aportando herramientas para mejorar la transparencia y la información del ciudadano sobre la situación actual y futura, y dando visibilidad a claros ejemplos de mejora en los que nos tenemos que apoyar, como es el caso de las Entidades de Previsión Social Voluntaria (EPSV)", aseguró Ignacio Garralda, presidente del Grupo Mutua, durante la presentación del Observatorio de Pensiones.

Entre los primeros trabajos del Observatorio se encuentra la elaboración de un completo informe que analiza el sistema de pensiones español en su conjunto, así como cada uno de los tres pilares que lo conforman (el público, el empresarial y el individual). De dicho informe, disponible en www.mutua.es/seguros-ahorro-inversion/observatorio-pensiones/, se extraen seis recomendaciones. Son las siguientes:

1. Pacto nacional por las pensiones. Mutua aboga por alcanzar un pacto nacional por las pensiones entre fuerzas políticas y agentes sociales que aborde de forma integral su sostenibilidad y potencie los tres pilares. Para alcanzar este objetivo, valoran desde el Observatorio, resulta necesario establecer un marco de actuación más técnico y menos político.

2. Información continuada y actualizada. Se considera fundamental que la Seguridad Social ofrezca de manera continuada y actualizada información sobre la pensión pública que podría percibir cada ciudadano. Esta información debería ser transparente y recurrente, incluyendo no solo los períodos y cotizaciones efectivamente realizados, sino también una estimación realista de la futura pensión de jubilación.

3. Espíritu reformista. El Observatorio de Pensiones anima a retomar el espíritu reformista del sistema público de pensiones, de tal manera que se tenga en cuenta el impacto que tiene el envejecimiento de la población sobre el gasto. En este sentido, propone evolucionar del actual sistema de reparto hacia un modelo que integre cuentas nacionales, es decir, una cuenta individual virtual en la que se computen las aportaciones del trabajador para calcular su futura pensión inicial.

4. Adhesión automática por defecto a planes de empleo. En aras de profundizar en la implantación efectiva de los sistemas complementarios en el tejido em-

presarial, Mutua propone introducir en el ordenamiento español la adhesión automática por defecto a planes de empleo o vehículos similares, el conocido *auto-enrolment*, un mecanismo que se ha demostrado útil en otros países, como Reino Unido o Países Bajos, donde se ha conseguido aumentar el ahorro destinado a la jubilación en un corto espacio de tiempo.

5. Mayores incentivos fiscales. Ante la baja demanda de productos de ahorro para la jubilación, el Observatorio ve necesario mejorar los incentivos fiscales de estos productos, sobre todo los vinculados al ahorro individual. Actualmente, el límite de aportación financiera a planes de pensiones individuales, así como el máximo deducible en el IRPF, es de 1.500 euros al año, una cifra insuficiente para crear un verdadero colchón de ahorro y que contrasta con el límite existente en las EPSV del País Vasco, de 5.000 euros.

6. Fomento de la educación financiera. Impulsar la educación financiera en todos los niveles, prestando especial atención a los jóvenes y a los trabajadores autónomos. En particular, es necesario desarrollar simuladores y herramientas digitales que permitan a los ciudadanos estimar cuál será su pensión futura para poder planificar su ahorro de forma personalizada.

Las propuestas del Observatorio de Pensiones de Mutua Madrileña coinciden con la última Recomendación de la Comisión Europea para mejorar el ahorro con vistas a la jubilación; sintonía que subraya una realidad ineludible: la sostenibilidad del bienestar futuro exige actuar hoy. Garantizar una jubilación tranquila ya no depende únicamente del sistema público, sino de un esfuerzo compartido que combine reformas estructurales, incentivos fiscales reales y la toma de conciencia sobre la importancia de la planificación financiera.



Ignacio Garralda, presidente del Grupo Mutua, durante su intervención en la presentación del Observatorio de Pensiones de Mutua Madrileña. J. Valeiro



Los seguros de hogar y de comunidades son parecidos, pero son productos independientes que cubren aspectos diferentes de los bloques de viviendas.

Seguros de hogar y comunidad: una protección conjunta

Comparten ciertas coberturas y algunas de sus garantías podrían solaparse, pero no tienen nada que ver. En este artículo detallamos en qué consisten el seguro de hogar y el de comunidad, cuáles son las áreas de las que se ocupan y cómo pueden complementarse para brindar una completa protección de manera conjunta.

Diego Fernández Torrealba. Fotos: iStock

El seguro de hogar y el de comunidad no son seguros excluyentes ni mucho menos; es más, pueden actuar perfectamente como productos complementarios para ofrecer la protección que se precise en el lugar en el que se reside. Aunque en líneas generales todo el mundo tiene claro que se trata de seguros diferentes por muchos motivos, en las siguientes líneas vamos a detallar claramente qué cubre cada uno de ellos y en qué área, quien ha de contratarlos y cuál es la mejor manera en la que ambos pueden formar equipo para brindar una completa protección conjunta.

Seguro de hogar

Empezamos por el de hogar, cuya razón de ser es

cubrir los posibles riesgos y daños que puedan darse en el interior de una vivienda, ofreciendo soluciones a quienes residen en ella. Se encarga de cubrir no sólo el continente o estructura de la casa (paredes, techos, ventanas) sino –en mayor o menor medida, dependiendo de las características de cada seguro– su contenido; es decir, los bienes dentro de la vivienda, desde los muebles a los electrodomésticos pasando por los objetos personales. Y por supuesto se ocupa de cubrir la responsabilidad civil, los daños que el propio espacio o sus residentes puedan causar a terceros, en este caso a los vecinos.

Más allá de eso el seguro de hogar puede integrar otras muchas garantías dentro de su cobertura bá-

sica o complementaria: daños por agua, incendios o fenómenos atmosféricos, robo y vandalismo, asistencia en el hogar y un sinfín más.

En cuanto a su contratación, la realiza el propietario de la vivienda... o el inquilino, en caso de que se trate de una casa en alquiler y se haya acordado así en el contrato con el arrendador.

Seguro de comunidad

El seguro de comunidad, por su parte, cubre los elementos comunes del edificio o bloque: el portal, los tejados, la fachada, el ascensor, otras zonas comunes (jardín, piscina, salas comunitarias) si las hubiera... En definitiva, las estructuras y espacios compartidos, así como las instalaciones generales de uso común, como las tuberías o el sistema eléctrico. En este producto asegurador también se incluiría la responsabilidad civil por los perjuicios que la comunidad pudiera provocar a terceros a través de sus áreas comunes, y pueden (y suelen) integrarse daños específicos como los causados por fenómenos meteorológicos, incendios o fugas de agua.

Aunque la gestión de este seguro corresponde al presidente o al administrador de cada comunidad, la decisión de suscribirlo o no es responsabilidad de toda la comunidad de propietarios, por lo que si se contrata todos los vecinos han de pagar su parte como en cualquier otro gasto comunitario.

El seguro de hogar y el de comunidad coinciden en que son productos de contratación opcional. Nadie está obligado por ley a tener ninguno de los dos, lo que no quita para que pueda significar una buena decisión disponer de uno o de ambos.

Trabajo de equipo

La complementariedad de ambos seguros permite que bien compaginados realicen un gran trabajo de

equipo, especialmente si quien los contrata analiza con atención las garantías de cada uno y busca la mejor manera de integrarlas. Al fin y al cabo el de hogar no cubre las zonas compartidas que sí ampara el de comunidad, así como la estructura del bloque.

Esos sí, en ocasiones pueden darse concurrencias en caso de que se disponga de ambos seguros. Estas se producen cuando tanto las garantías de un producto asegurador como las del otro cubren una determinada situación, generándose una situación compleja. Por ejemplo, en el caso de una fuga de agua o un incendio que se inicia en una vivienda particular y acaba afectando a elementos comunes del edificio.

Hay que dejar bien claro que en caso de que haya una concurrencia eso no significa que el ase-

Los seguros de hogar y de comunidades son de contratación voluntaria

gurado esté más protegido, pues ni permite poder hacer uso de servicios adicionales ni supone una mayor indemnización por los daños sufridos. Pero mediante una buena organización puede solventarse de una manera satisfactoria para todas las partes.

Ante esta clase de problemas la solución pasa por el entendimiento entre ambas aseguradoras para facilitar los servicios y coordinar las indemnizaciones de manera proporcional al capital asegurado en cada póliza. Lo habitual es que el propietario de la vivienda dé el parte de lo sucedido a su seguro de hogar, y que este reclame posteriormente el porcentaje que corresponda al de la comunidad.



El seguro de comunidades lo contrata el presidente o el administrador de la comunidad y lo pagan entre todos los vecinos.



Cuidar la salud bucodental no es sólo una cuestión estética, hay patologías que se agravan con un incorrecto cuidado de dientes y encías. iStock

Salud dental y seguro privado: cuándo merece la pena

La salud bucodental sigue siendo una de las grandes asignaturas pendientes del sistema sanitario, y aunque cada vez se habla más de prevención y bienestar, la atención dental continúa, en gran medida, fuera de la cobertura pública

Juanra Badillo.

Hablar de salud dental no es hablar únicamente de estética: las enfermedades bucodentales tienen una relación directa con patologías cardiovasculares, diabetes o infecciones sistémicas, además de un impacto evidente en la alimentación, el descanso y la autoestima. Sin embargo, la odontología ha quedado históricamente fuera del paraguas de la sanidad pública, salvo en supuestos muy concretos como urgencias, atención infantil li-

mitada o cirugías específicas. Por lo tanto, cualquier tratamiento mínimamente complejo recae directamente sobre el paciente, siendo ese es el punto de partida del debate que nos ocupa: cuando ir al dentista implica asumir costes elevados de forma recurrente, la prevención deja de ser prioritaria y se convierte en algo que se pospone. De esta manera, el seguro dental aparece como una respuesta privada a una carencia estructural.



La contratación de un seguro dental puede ayudar a mejorar la prevención en salud bucodental y no acudir al dentista sólo cuando ya hay un problema. iStock

El coste de retrasar lo inevitable

Postergar una visita al dentista rara vez sale gratis. Una caries no tratada puede derivar en una endodoncia, y esta, a su vez, en la pérdida de la pieza dental. De la misma manera, un problema leve de encías puede acabar convirtiéndose en una periodontitis con consecuencias irreversibles. Es aquí donde el seguro dental cobra sentido desde una perspectiva práctica, pues no elimina el gasto por completo, pero reduce la barrera de acceso a la revisión periódica y fomenta un seguimiento más constante. Por lo tanto, más que una cobertura reactiva, conviene abordarlo como una herramienta preventiva que intenta romper la lógica de acudir al dentista solo cuando duele.

Qué ofrece realmente un seguro dental privado

De entrada, conviene despejar malentendidos, porque el seguro dental no funciona como un seguro de salud convencional, ni tampoco cubre tratamientos complejos al cien por cien. Su valor está en otro lugar, pues suele incluir servicios básicos como consultas, revisiones, limpiezas, radiografías simples y planes de diagnóstico sin coste adicional.

A partir de ahí, tratamientos como empastes, endodoncias, ortodoncia, prótesis o implantología se ofrecen a precios concertados dentro de una red de clínicas privadas. Así, el ahorro se produce frente a la tarifa privada tradicional, no frente a un sistema público que, en la práctica, no cubre estas prestaciones.

En definitiva, estamos ante un modelo basado en volumen y acuerdos con clínicas dentales que permite acceder a tratamientos que, de otra forma, muchos pacientes seguirían retrasando. Por lo tanto, no se trata de gratuidad, sino de previsibilidad y planificación económica.

¿A quién compensa realmente su contratación?

Uno de los efectos menos visibles –pero más relevantes– del seguro dental es el cambio de comportamiento:

28,49%

El 28,49% de los españoles tiene seguro dental, según datos de Sanitas Salud Bucodental 2024

tamiento: cuando las revisiones no suponen un gasto adicional, se normaliza acudir al dentista al menos una vez al año.

De esta manera, los problemas se detectan antes, los tratamientos suelen ser menos invasivos y el impacto económico se modera. Pero además, de esta manera, el seguro no solo beneficia al asegurado, sino que también contribuye a descongestionar consultas avanzadas y a reducir la cronificación de problemas dentales; una lógica preventiva que, durante años, ha faltado en este ámbito de la salud.



El seguro de salud dental habitualmente ofrece tratamientos a precios más reducidos en determinadas redes de clínicas dentales. iStock

También conviene advertir: no todos los perfiles obtienen el mismo retorno. En el caso de personas jóvenes, sin patologías previas y con un uso muy ocasional del dentista, puede resultar más eficiente pagar las visitas de forma puntual.

Sin embargo, en familias, adultos con antecedentes dentales, usuarios de ortodoncia o personas conscientes de que necesitan revisiones frecuentes, el seguro suele amortizarse con eficiencia y rapidez.

Es especialmente interesante cuando se contrata como parte de beneficios sociales en empresas, donde el coste mensual es reducido y el acceso se normaliza como un hábito de cuidado personal. En estos casos, además, se observa una mayor adhesión al seguimiento preventivo.

Seguro dental y de salud: un encaje necesario

Aunque algunos seguros de salud incorporan módulos dentales básicos, el seguro dental sigue siendo, en la mayoría de los casos, un producto independiente, esto es, no sustituye a la póliza sanitaria general, pero la complementa en un área históricamente excluida.

Es por esto que este crecimiento paralelo refleja una realidad clara: el asegurado ya no busca una cobertura uniforme, sino soluciones específicas a riesgos concretos, dejando de ser la salud dental un extra opcional para convertirse en una pieza más del puzzle de protección personal.

Existe además un factor psicológico que no conviene subestimar: pagar una cuota mensual moderada reduce el impacto emocional de una factura elevada, pudiendo el asegurado no solo acceder antes al tratamiento, sino haciéndolo con menor sensación de urgencia económica y mayor continuidad asistencial. Huelga decir que esto explica por qué muchos usuarios valoran de forma positiva el seguro incluso cuando algunos tratamientos tienen copago. La clave no es eliminar el coste, sino hacerlo asumible.

Pero, como todo, la contratación de un seguro dental requiere un buen estudio de coberturas para sortear el principal riesgo: la suscripción sin leer la letra pequeña. Y es que no todas las pólizas ofrecen las mismas coberturas ni todas las clínicas mantienen idénticos estándares, por lo que es fundamental revisar carencias, precios reales de los tratamientos

El seguro dental debe adaptarse a las necesidades de cada paciente, no al revés

tos, libertad de elección de centro y duración de los compromisos contractuales.

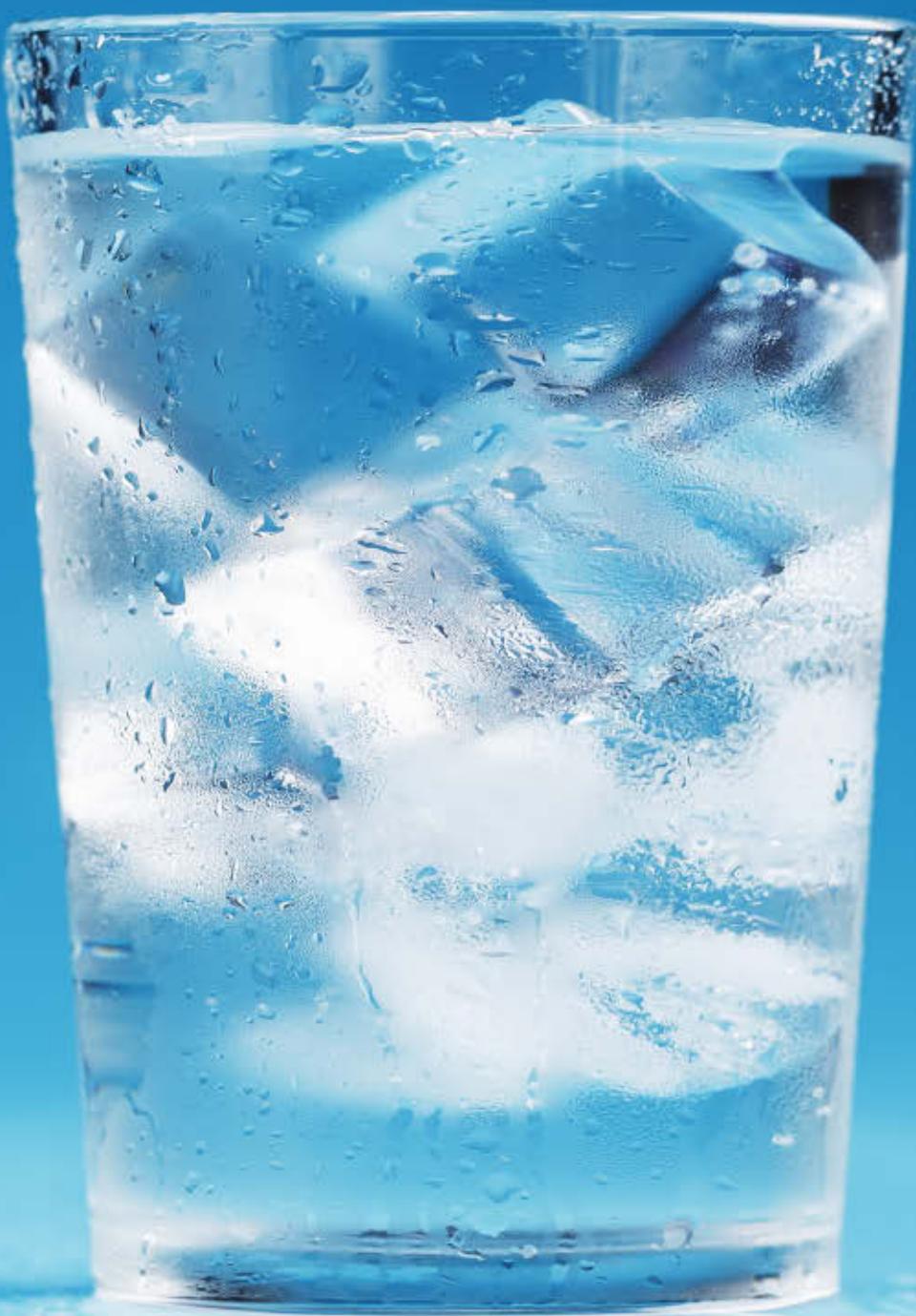
Asimismo, conviene evitar expectativas irreales, pues el seguro dental no es una solución mágica, sino una herramienta de acceso y planificación. Entender su alcance real marca la diferencia entre una buena experiencia y una decepción.

Una decisión racional, no impulsiva

En definitiva, contratar un seguro dental privado no es una cuestión emocional, sino una decisión ligada a hábitos, necesidades y previsión, especialmente recomendable para quienes entienden la salud bucodental como parte de su bienestar general, convirtiéndose en una opción provechosa y coherente.

Por otro lado, para aquellos quienes visitan al dentista de manera ocasional, quizás represente un gasto excesivo frente a los beneficios de su contratación. Por lo tanto, la pregunta correcta no es si el seguro dental merece la pena en abstracto, sino si encaja en la vida y en la salud de cada persona, porque cuando se trata de dientes, el coste de no anticiparse sigue siendo, con diferencia, el más alto.

Seguros^{tv}



Las noticias más frescas y claras.
Última hora - Entrevistas - Eventos - Reportajes - Opinión



Fraudes 'online' y más, los grandes riesgos de las compras navideñas

La llegada de la Navidad no sólo trae ilusión, regalos y reuniones familiares; también marca el inicio de la temporada de compras más intensa del año

Ana M. Serrano. Fotos: iStock

Cada diciembre, millones de consumidores recurren a tiendas físicas y plataformas digitales para adquirir regalos, decoraciones y productos navideños. Sin embargo, este aumento de la actividad comercial coincide con un riesgo elevado de fraudes y estafas online, que puede convertir la ilusión de la temporada en un quebradero de cabeza financiero.

A través del comercio electrónico, los consumidores buscan comodidad y rapidez. Pautas que también aprovechan los ciberdelincuentes y algunos comercios poco éticos para engañar a los compradores mediante técnicas sofisticadas. Conocer los

riesgos, los derechos legales y las medidas preventivas ayuda a comprar de manera más segura.

Comercio electrónico en Navidad y sus riesgos

Durante la temporada navideña, se estima que el gasto medio por consumidor en compras online aumenta significativamente. Las ofertas de *Black Friday* y *Cyber Monday* –cada vez más intensas en noviembre– sirven de antecedentes a un diciembre cargado de transacciones digitales. Los consumidores se convierten en el objetivo favorito de los estafadores que buscan aprovechar la urgencia, el entusiasmo y la falta de tiempo para verificar la autenticidad de las tiendas.

Entre los fraudes más frecuentes se encuentran:

1. Phishing y correos falsos. Mensajes que simulan ser de comercios, empresas de mensajería o incluso de familiares solicitando información personal o bancaria.
2. Webs clonadas o comercios fantasma. Páginas que imitan comercios reales, recogen pagos y desaparecen sin enviar productos.
3. Manipulación de pasarelas de pago y *skimming*. Técnicas para capturar datos de tarjetas bancarias durante la compra *online*.
4. *Malware* y ataques a plataformas de comercio electrónico. Programas maliciosos que infectan dispositivos para robar información sensible.
5. Mensajería fraudulenta. SMS, WhatsApp o notificaciones de supuestas entregas urgentes que inducen al usuario a hacer clic en enlaces peligrosos.
6. Suplantación de identidad. Mensajes que parecen provenir de personas cercanas o de empresas conocidas solicitando pagos urgentes.

La proliferación de técnicas de ingeniería social, como el *typosquatting* y la creación de contenidos falsos mediante inteligencia artificial, dificulta aún más la distinción entre comunicaciones legítimas y fraudulentas, aumentando el riesgo de pérdida económica.

Recomendaciones para prevenir fraudes

Los profesionales de onLyal y Legálitas destacan varias medidas:

1. Comprar en sitios web seguros. Verificar que el dominio comience con "*https://*" y que incluya la marca de verificación. Evitar enlaces recibidos por correo, WhatsApp o redes sociales que puedan redirigir a páginas desconocidas.
2. Verificar la identidad del comercio. Asegurarse de que la web muestra claramente nombre o razón

- social, domicilio, CIF/NIF y canales de contacto.
3. Desconfiar de ofertas demasiado ventajosas. Las promociones excesivamente atractivas o urgentes suelen ser señales de alerta.
4. Guardar toda la documentación de la compra. Tickets, facturas, correos de confirmación, condiciones de venta y capturas de pantalla servirán como pruebas en caso de fraude.
5. Usar medios de pago seguros. Tarjetas de crédito o pasarelas verificadas, como PayPal, ofrecen mecanismos de reclamación en caso de fraude. Evitar transferencias directas o pagos en plataformas no verificadas.
6. Protección de datos personales. No proporcionar información innecesaria y asegurarse de que el comercio cumple la normativa de protección de datos.
7. Ejercer los derechos ante incidencias. Solicitar reparación, sustitución, rebaja del precio o devolución si el producto no llega, está defectuoso o no coincide con la descripción.
8. Extremar la precaución con enlaces y archivos sospechosos. No descargar programas de fuentes no oficiales y mantener sistemas y aplicaciones actualizadas.

Según Natàlia Mañas, responsable del Centro de Atención Jurídica de onLyal, "conocer los derechos y las vías legales de reclamación es la mejor defensa frente a posibles fraudes y abusos comerciales, especialmente durante la temporada de compras *online*".

Prevenir, informarse y actuar con prudencia son las mejores herramientas para que los consumidores, tanto online como en tiendas físicas, puedan disfrutar de unas fiestas de Navidad llenas de regalos y alegría, sin convertirse en víctimas de estafas digitales.





El sector asegurador español cuenta con más de 122.000 trabajadores de diversos perfiles, tanto técnicos como comerciales. iStock

Los nuevos perfiles que reclama el sector asegurador en 2025

El seguro español, con unos 122.000 profesionales y un 98,2% de contratos indefinidos, orienta su demanda hacia perfiles comerciales, técnicos y analíticos para afrontar el relevo generacional

Olga Juárez Gómez.

El año 2025 confirma que el sector asegurador español avanza hacia un modelo profesional más diverso y especializado. A pesar de mantener uno de los niveles de estabilidad laboral más altos del país, las compañías aseguradoras se enfrentan al reto de atraer talento joven y cubrir posiciones que requieren una combinación de habilidades técnicas, digitales y comerciales. Los informes publicados este año por consultoras de referencia muestran que el mer-

cado laboral del seguro está cambiando a un ritmo más rápido del esperado, impulsado por factores como la digitalización, la presión regulatoria y el envejecimiento de las plantillas. En este escenario, los perfiles más buscados ya no se limitan a actuarios o técnicos tradicionales: el abanico es mucho más amplio.

Para comprender qué perfiles demandan las aseguradoras, conviene situar primero el tamaño y la



El seguro busca perfiles técnicos y comerciales para ampliar y renovar sus plantillas. iStock

estructura del sector asegurador español. El informe Mercado de Trabajo en Banca y Seguros 2024, elaborado por Randstad Research y actualizado con datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), cifra en 453.465 los trabajadores del conjunto de banca y seguros en el segundo trimestre de 2024. De ellos, en torno al 27% pertenecen específicamente a seguros, reaseguros y fondos de pensiones, lo que deja unas 122.000 personas empleadas en actividades directamente aseguradoras.

La estabilidad contractual continúa siendo una particularidad del seguro español. Según datos de Investigación Cooperativa entre Entidades Aseguradoras (ICEA) publicados en enero de 2024, el 98,2% de los contratos del sector son indefinidos, un porcentaje que se ha mantenido prácticamente inalterado durante 2025. Esta solidez ofrece seguridad a quienes se incorporan, pero al mismo tiempo evidencia un problema: la renovación generacional avanza con más lentitud de la deseada.

Europa Press, citando datos del sector, recordaba que casi la mitad de los trabajadores de banca y seguros tiene más de 45 años, mientras que uno de cada cinco supera los 55. Esta estructura obliga a las empresas a abrirse a perfiles más jóvenes, con competencias distintas a las tradicionales, capaces de integrarse en entornos mixtos donde conviven digitalización, especialización técnica y contacto comercial.

Qué perfiles buscan las aseguradoras

Aunque cada entidad respira una realidad diferente, los informes de LHH Recruitment Solutions, permiten identificar las posiciones más solicitadas del ejercicio. En términos generales, la demanda se con-

centra en dos grandes ejes: posiciones comerciales para empresas y perfiles técnicos especializados, a los que se suman nuevos roles vinculados al análisis de datos y el cumplimiento normativo.

Comerciales especializados en empresas

Durante 2025 este ha sido el perfil con mayor volumen de vacantes. Las aseguradoras y corredurías de seguros buscan profesionales capaces de abrir mercado, mantener carteras B2B y negociar con departamentos financieros. Se valoran titulaciones superiores y experiencia en venta consultiva. Los paquetes retributivos parten de 45.000 euros de salario fijo más variable, y en muchos casos incluyen vehículo corporativo (según LHH, 2025).

Suscriptores de grandes riesgos

La suscripción de riesgos sigue siendo uno de los pilares estratégicos del sector asegurador. Este perfil requiere habilidades técnicas y comerciales a partes iguales, además de dominio del inglés. LHH señala que las retribuciones oscilan entre los 40.000 y los 100.000 euros anuales, en función del nivel de autoridad y del tipo de riesgos gestionados.

Especialistas en seguros de Vida y Salud

El crecimiento de los seguros de salud en España,

El sector asegurador se enfrenta al reto de atraer y retener al talento de nuevas generaciones

unido al envejecimiento de la población, ha impulsado la demanda de profesionales dedicados a este ramo. La revista *Mercado Previsor* recoge que los salarios de estos especialistas se sitúan entre los 30.000 y los 41.200 euros, dependiendo de su experiencia y del territorio.

Analistas de datos y perfiles tecnológicos

La digitalización ha consolidado el papel de los analistas de datos dentro de las aseguradoras. Las compañías necesitan profesionales capaces de interpretar información de negocio, modelizar riesgos y mejorar procesos. Las bandas salariales citadas por LHH y recogidas por el sector oscilan entre los 26.000 y los 37.000 euros para perfiles junior y senior.

Cumplimiento normativo y control interno

El auge regulatorio –desde Solvencia II hasta las nuevas exigencias en sostenibilidad– ha incrementado la necesidad de especialistas en *compliance*. Según los datos recogidos por Mercado Previsor, estas posiciones se mueven en rangos salariales de entre 22.000 y 40.000 euros.

Gestores de siniestros y agentes de seguros

La atención al cliente continúa siendo clave para la

fidelización. Los gestores de siniestros reciben salarios próximos a 25.000–36.000 euros, mientras que los agentes mantienen una horquilla entre 23.000 y 36.000 euros, dependiendo de la experiencia y el tipo de red comercial.

Qué valoran las compañías en los jóvenes

La renovación de plantillas obliga a las aseguradoras a seleccionar profesionales que aporten una combinación de competencias más amplia que hace apenas una década. Entre las más demandadas destacan:

- Capacidad de comunicación y orientación al cliente.
- Familiaridad con herramientas de análisis y plataformas digitales.
- Adaptación a modelos híbridos de trabajo.
- Agilidad para aprender y comprender productos técnicos.
- Habilidades para interpretar datos y tomar decisiones informadas.
- Curiosidad profesional y disposición a asumir responsabilidades progresivas.

Aunque tradicionalmente el sector asegurador se consideraba conservador, durante 2025 las compañías han intensificado programas de incorporación para jóvenes titulados en áreas como economía, derecho, ingeniería, matemáticas aplicadas o tecnología, especialmente si cuentan con sensibilidad comercial.

Retos en la atracción y retención de talento

El seguro compite cada vez más con sectores que resultan más atractivos para los jóvenes, como consultoría, banca digital o empresas tecnológicas. Esta competencia obliga a las aseguradoras a reforzar sus propuestas de valor: flexibilidad, programas de formación, itinerarios de carrera y medidas de conciliación.

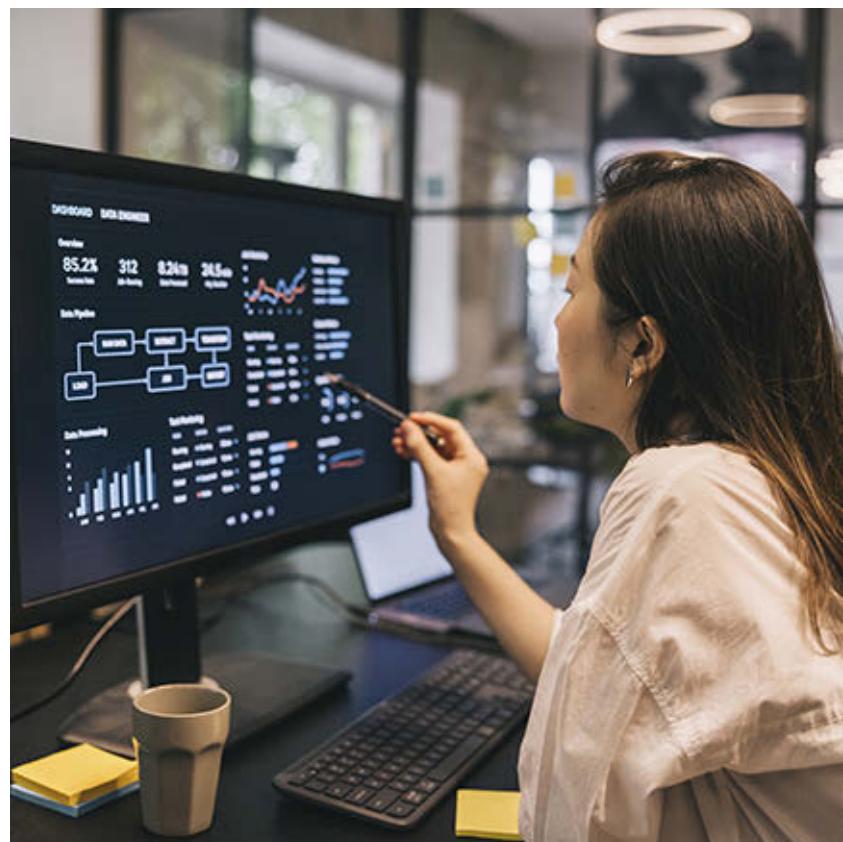
LHH ya advertía a comienzos de año que las empresas que mejor integren salario emocional y desarrollo profesional tendrán ventaja en la captación de talento especializado.

Otro desafío es la convivencia entre generaciones. Las plantillas muestran una experiencia acumulada invaluable, pero también dinámicas que pueden resultar rígidas para quienes se incorporan al sector asegurador.

Algunas grandes aseguradoras han reforzado el *mentoring* intergeneracional como vía para transferir conocimiento y facilitar la adaptación de perfiles jóvenes a estructuras complejas.

Un mercado laboral que se redibuja

A lo largo de 2025 el sector asegurador ha mantenido su solidez en empleo y al mismo tiempo ha acelerado su demanda de profesionales con competen-



El analista de datos es uno de los nuevos perfiles que más buscan las aseguradoras. iStock

cias diversas. Los datos de ICEA, LHH y Randstad Research muestran que la estabilidad contractual convive con la necesidad de atraer talento nuevo, preparado para trabajar en un entorno donde coexisten la tecnología, la especialización técnica y el trato directo con el cliente.

El reto no consiste únicamente en ocupar vacantes, sino en renovar una estructura que necesita

98,2%

El 98,2% de los trabajadores del sector asegurador cuentan con un contrato de trabajo indefinido

equilibrio generacional y nuevas capacidades. Las aseguradoras se mueven hacia un modelo donde conviven comerciales especializados, analistas, suscriptores técnicos, expertos en cumplimiento y perfiles híbridos dispuestos a aprender y crecer.

En definitiva, el seguro español llega al final de 2025 con un mercado laboral que refleja su propia transformación: sólido, pero con nuevas demandas que marcarán el desarrollo de su actividad durante los próximos años.

Mediadores de seguros

Ruiz Re adquiere la correduría Seguros Levante en Alicante

Ruiz Re amplía su presencia en la provincia de Alicante con una nueva compra en Villena; se trata de la correduría Seguros Levante, que presta sus servicios orientada a particulares y que cuenta con una experiencia y trayectoria profesional muy consolidadas.

Con esta nueva incorporación a la estructura de Ruiz Re se superan los 13 millones de euros en negocio en la provincia de Alicante, ampliando la presencia de la entidad en la zona con su oferta de seguros para particulares, con 15 oficinas al servicio de los clientes de la provincia.

Tanto para Jesús Hernández como para su padre, Pedro, su objetivo es "incorporarse a una gran correduría que les permita tener mucha más oferta y apoyo para ofrecer una mejor calidad de servicio, y crecer exponencialmente igual que la correduría lo



Juan David Ruiz, CEO de Ruiz Re, junto a los responsables de Seguros Levante. eE

hace a nivel nacional". Por su parte para Juan David Ruiz, CEO de Ruiz Re, "cada incorporación a nuestra red aporta experiencia, un valor incalculable. Seguros Levante cuenta con más de 35 años de experiencia, un relevo generacional y un equipo de personas estable, que presta un servicio cercano y de calidad, totalmente alineado con los principios de Ruiz Re".

Mediadores de seguros

La Memoria de Reclamaciones 2024 destaca el papel del corredor en la protección del consumidor

La última Memoria del Servicio de Reclamaciones de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP), correspondiente a 2024, confirma el papel del corredor de seguros como garante de los derechos del asegurado y como canal que genera menos conflictos en comparación con otros canales de distribución, como bancaseguros o la contratación directa.

Según los datos publicados por el organismo supervisor, las reclamaciones frente a corredores y corredurías descendieron un 45,33%, pasando de 439 expedientes en 2023 a 240 en 2024. Estas cifras representan el 2% del total de reclamaciones tramitadas por el Servicio, situando al corredor como uno de los canales con menor incidencia en el mercado asegurador español. El informe revela, además, que el 89,27% de las reclamaciones dirigidas contra corredores no se deben a errores técnicos, sino a cuestiones de asistencia durante la vigencia del contra-

to, un aspecto que puede optimizarse mediante seguimiento interno. Por el contrario, la mayor parte de los conflictos se concentran en productos complejos comercializados desde oficinas bancarias, donde el cliente a menudo asume riesgos financieros que no le fueron explicados adecuadamente.

"La figura del corredor de seguros es más necesaria que nunca. En un entorno de productos cada vez más complejos y donde otros canales priorizan objetivos comerciales, el corredor garantiza transparencia, asesoramiento real y acompañamiento continuo", subraya Insure Brokers.

Insure Brokers subraya que la mediación de seguros profesional debe ocupar un papel central en la educación financiera del asegurado y en la correcta contratación de pólizas, garantizando seguridad real frente a posibles siniestros, reclamaciones y controversias jurídicas.

Todo lo que necesita saber sobre las balizas v16 conectadas

A estas alturas de la película todo el mundo habrá oido hablar de la cada vez más famosa baliza v16. Ya que su uso será obligatorio en unas pocas semanas, con el inicio de 2026. Dedicamos este artículo a explicar en qué consiste, para qué sirve, cuáles son sus características, cómo adquirirla y mucho más

Diego Fernández
Torrealba.

El 1 de enero de 2026 esta clase de balizas conectadas serán obligatorias en España según la normativa de la Dirección General de Tráfico, así que cada conductor habrá de llevar una de ellas en su vehículo. Únicamente las motocicletas quedarán exentas de utilizarlas. Si no se cuenta con esta clase de baliza el responsable se expone a una multa, que puede ser más elevada en caso de que se sufra un accidente o una avería y no señalice la situación de la manera que se requiere.

Este dispositivo, que sustituirá muy pronto a los clásicos triángulos de emergencia, servirá para señalizar averías y accidentes indicando que hay un vehículo inmovilizado en la carretera. Su uso complementará al de otros mecanismos del coche -como las luces de posición, cruce, emergencia o los intermitentes- y a otros dispositivos presentes en nuestras carreteras -como el resto de balizas, las luces y las barreras- con el fin de guiar y avisar a los conductores y contribuir a una mayor seguridad a la hora de circular.

Colocación y geolocalización

Esta clase de balizas (que son luminosas, están

imanadas y pueden verse a un kilómetro de distancia) han de llevarse en lugares que sean accesibles en el interior de los vehículos, como por ejemplo la guantera. A la hora de colocarse cuando se quiera comunicar la emergencia deberán situarse en la parte más alta del vehículo inmovilizado -generalmente en el techo, claro está- con el fin de que tengan la mayor visibilidad posible.

Además, habrán de conectarse a la plataforma DGT 3.0 con el fin de que pueda geolocalizarse la posición del auto que está detenido y dar el aviso al resto de conductores. Es decir, que no sólo la Dirección General de Tráfico sabrá la posición exacta del automóvil que esté parado a causa de una avería o un accidente, sino el resto de vehículos que estén conectados. De esta manera estos podrán reaccionar con tiempo y conducir siendo conscientes de la incidencia cercana para tomar las precauciones pertinentes al acercarse al lugar de conflicto o decidirse a tomar una ruta alternativa.

La DGT señala que este aparato servirá para mejorar la seguridad en carretera y ayudará a reducir accidentes, minimizándose la posibilidad de acciden-



Si la DGT no cambia de opinión en las próximas semanas, las balizas v16 serán obligatorias desde el próximo 1 de enero de 2026. iStock



El objetivo de la DGT es mejorar la seguridad de las personas que sufren una avería o un accidente en carretera. istock

tes derivados y facilitando la respuesta de los servicios de emergencia. Aunque, todo hay que decirlo, también han surgido voces críticas indicando que supondrá de nuevo una medida que aumente el control y limite la privacidad.

En cuanto a su compra hay que señalar que hacerse con una baliza v16 conectada no tiene ninguna complicación, pues puede adquirirse sin problema en cualquier establecimiento especializado en accesorios para coches. También se tiene la opción de solicitarla a través de internet o de cualquier aplicación de comercio online.

Homologada y conectada

El único requisito que se le pide al comprador es que la baliza V16 conectada esté homologada, con el fin de cumplir con la normativa y también con las condiciones básicas de conectividad y visibilidad que se requieren.

Comprobar que la baliza es homologada es muy fácil: basta con mirar un código que debe ser visible en el aparato o en su embalaje. Si este empieza por LCOE o IDIADA (precediendo a una serie de números y letras) el dispositivo está homologado y por tanto cumple con las condiciones necesarias.

Ahora bien, no todas las balizas son iguales (ni cuestan lo mismo). En el mercado hay ya una amplia variedad de estos aparatos, con diferentes precios y condiciones, en función de las características que tienen y las marcas que las fabrican. El rango de precios es muy amplio, desde los diez euros hasta más de 300, pero asegura que no haya que desembolsar una gran cantidad de dinero por este aparato. A la hora de comprar este dispositivo hay mu-



Más que en el precio, a la hora de elegir la baliza es preciso fijarse en su conectividad y luminosidad. istock

chos factores a considerar, más allá del precio. Por supuesto la conectividad, pero también otros aspectos como la visibilidad que permite, su resistencia a condiciones climatológicas adversas (lluvia, nieve, viento, polvo, cambios de temperatura), los materiales de los que consta, su facilidad de uso, cuál es su periodo de garantía o su autonomía. En este sentido la baliza debería contar con una batería o pila que permita que funcione por lo menos media hora a la máxima potencia. Así que no puede comprarse una baliza v16 a lo loco o únicamente fijándose en el precio, sino valorando previamente con atención sus condiciones y características.

Aseguradoras

El RACC abre su escuela para formar a futuros pilotos de drones

RACC acaba de presentar la nueva escuela de drones *Dronescola*. El centro impartirá cursos para preparar los exámenes oficiales de la Agencia Estatal de Seguridad Aérea (Aesa) y clases prácticas de perfeccionamiento en el pilotaje. Esta iniciativa se integra dentro del abanico formativo del RACC Advanced Driving Center, la escuela de conducción segura del Club.

Con esta propuesta, RACC refuerza su trayectoria dedicada a la formación y certificación de conductores, que comenzó con las autoescuelas del Club y que se ha ampliado con cursos de conducción segura. La creación de la escuela de drones es un paso más en esta evolución, que combina la experiencia acumulada en seguridad vial con las nuevas necesidades de movilidad tecnológica y profesional.

La compañía ofrece tres programas de formación



RACC lanza su 'autoescuela' de pilotos de drones. eE

especializados en el ámbito de los drones: Cursos A1/A3 (Categoría abierta), dirigido al uso recreativo o profesional con bajo riesgo. Curso STS01. (Categoría específica), que ofrece la preparación para conseguir la certificación oficial de la Aesa estándar europea. Con esta oferta formativa, el RACC da respuesta a la demanda de pilotos de drones cualificados y contribuye al desarrollo de un servicio innovador.

Aseguradoras

GCO distribuye un dividendo extraordinario de 4,65 euros por acción tras el éxito de la opa de exclusión

El Consejo de Administración de GCO, celebrado el 9 de diciembre de 2025, ha acordado distribuir un dividendo extraordinario, a cuenta de los resultados del ejercicio 2025, de 4,65 euros brutos por acción, que se hará efectivo el próximo 17 de diciembre de 2025.

El grupo asegurador señala en un comunicado que el Consejo de Administración de GCO ha tomado razón sobre el resultado de la oferta pública de adquisición voluntaria de acciones que Inocsa formuló sobre la totalidad de acciones de GCO el pasado 27 de marzo de 2025.

En atención al resultado de la oferta, el Consejo de Administración de GCO ha acordado distribuir un dividendo, con carácter excepcional y a cuenta de los resultados del ejercicio 2025, de 4,65 euros brutos por acción, que se corresponde con su sólida posición de capital. GCO seguirá apoyándose en una

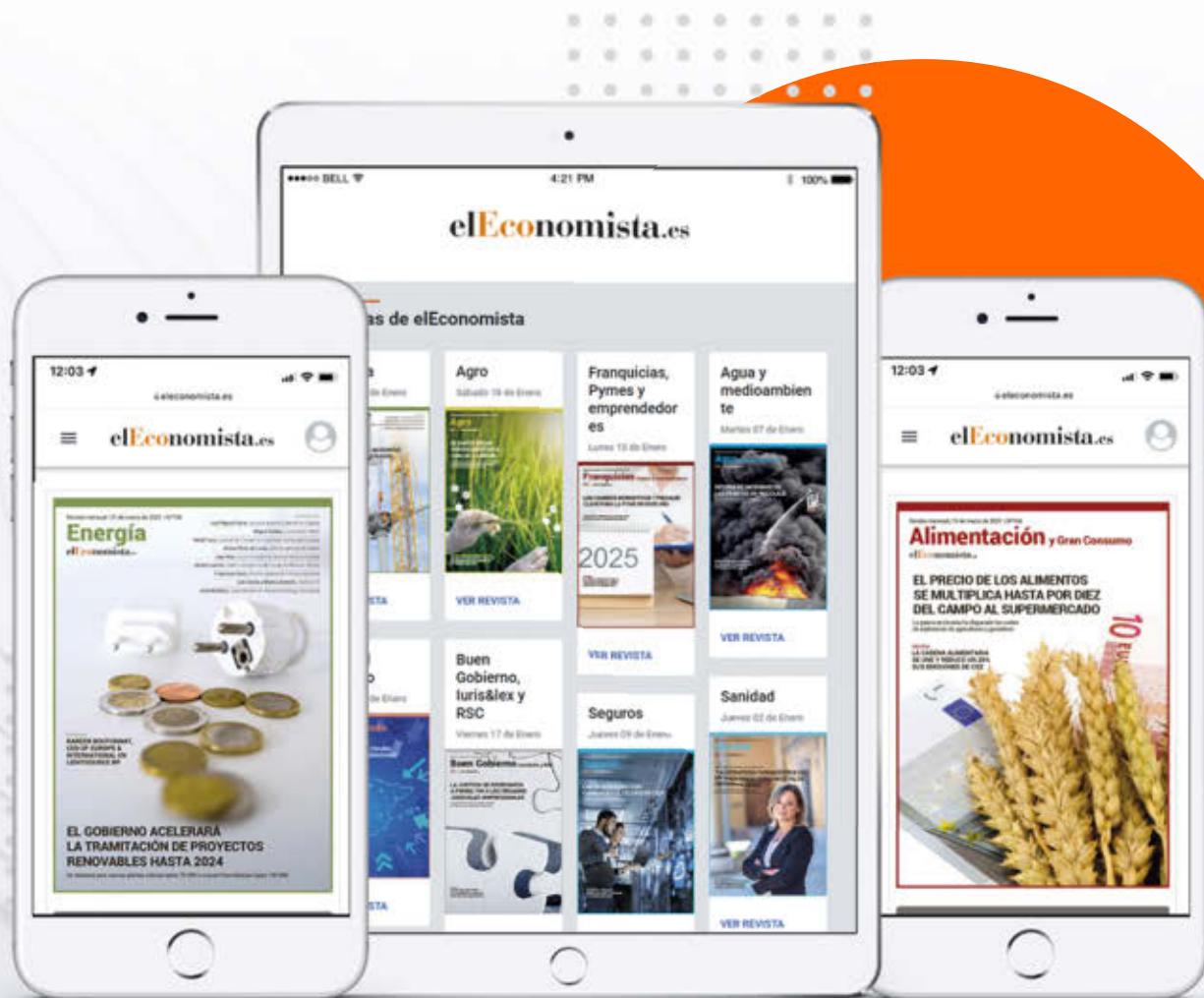
gestión prudente y eficiente del riesgo cumpliendo las distintas exigencias regulatorias. El dividendo se hará efectivo el 17 de diciembre de 2025.

La compañía señala que la oferta ha alcanzado un 94,27% de aceptación sobre las acciones de GCO a las que se dirigía, a la vista de lo cual, Inocsa anunció el pasado 5 de diciembre de 2025, el ejercicio del derecho de venta forzosa sobre las acciones que todavía no controla y a las que se dirigía la oferta, a un precio de 49,75 euros por acción, ajustándose a la baja, en su caso, en el importe bruto por acción de cualesquiera distribuciones de dividendos.

La fecha en la que se ejecutará la venta forzosa será el 30 de diciembre y la fecha de liquidación será el 2 de enero de 2026. En consecuencia, este precio se verá ajustado por el dividendo extraordinario de GCO en 4,65 euros hasta los 45,10 euros, concluye el grupo asegurador.

Nuestras revistas sectoriales en todos los formatos digitales

Agro • Agua y Medio Ambiente • Alimentación y Gran Consumo
Buen Gobierno, Iuris&lex y RSC • Capital Privado • Digital & IA • Energía
Franquicias, Pymes y emprendedores • Sanidad • Seguros • Movilidad y Transporte



Accede y descarga desde tu dispositivo todas las revistas en

www.eleconomista.es/kiosco/

RSC

Reale Seguros patrocinará al Real Madrid Baloncesto



El Real Madrid Baloncesto y Reale Seguros han anunciado un acuerdo de patrocinio que unirá a ambas entidades durante las próximas tres temporadas. El club blanco y la aseguradora trabajarán de la mano para ofrecer a los aficionados experiencias y contenidos únicos. Este patrocinio, que se extenderá durante las próximas tres temporadas (2025/2026, 2026/2027 y 2027/2028), representa un nuevo hito en la trayectoria de Reale Seguros apoyando pro-

yectos deportivos en España. La aseguradora que dirige en España Ignacio Mariscal, que cuenta con una amplia experiencia en generación de valor en el mundo del patrocinio deportivo, ahora vincula su imagen a uno de los clubes más exitosos del baloncesto europeo, reconocido por sus 11 títulos de Euroliga, 38 Ligas y 29 Copas del Rey, conectando con una audiencia fiel y aportando valor añadido a sus aficionados.

Aseguradoras

Generali culmina la fusión con Liberty Seguros



Generali España ha cerrado la fusión legal con la antigua Liberty Seguros, un proceso que culmina tras completar las tareas preparatorias y recibir todas las autorizaciones regulatorias necesarias. La inscripción de la escritura de fusión en el Registro Mercantil marca el punto final a una operación iniciada en enero de 2024, cuando Generali adquirió la operación europea de Liberty Seguros. La integración supone uno de los movimientos corporativos más

relevantes del Grupo Generali en la última década y refuerza su posición en el mercado español.

Los efectos de la operación se reflejan en las cuentas del grupo. En 2024, el beneficio neto conjunto de Generali España y Generali SAU —la antigua Liberty Seguros— creció un 4%, hasta los 165,6 millones de euros, mientras que el resultado operativo conjunto se incrementó un 44,6%.

Asuradoras

La Dirección General de Seguros autoriza la fusión entre Caser y Helvetia



La Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones ha dado luz verde a la fusión entre Caser y Helvetia Seguros, un paso clave dentro del proceso de integración anunciado a finales de 2024. Con esta autorización, solo restan algunos trámites administrativos antes de que la operación se haga plenamente efectiva desde el punto de vista legal.

La entidad resultante de la fusión —en la que Helvetia Seguros y Helvetia Holding Suizo se integran en Caser— dará lugar a una compañía con más de 2,5 millones de clientes en España y una plantilla de más de 7.000 empleados.

Según ha explicado la compañía, ambas marcas convivirán hasta 2027 y las redes comerciales, especialmente las de agentes y corredores, seguirán siendo un pilar de la estrategia de distribución.

Nombramientos

Marta Andradas, nueva directora Territorial de Madrid de DKV



DKV ha anunciado el nombramiento de Marta Andradas como nueva directora Territorial de Madrid, reforzando así su apuesta por el mercado madrileño y avanzando en el proceso de transformación comercial que la compañía inició este año. Madrid se convierte en un territorio estratégico donde DKV despliega un plan de crecimiento específico e inversiones sostenidas para impulsar tanto el negocio individual como el corporativo.

Con más de 25 años de trayectoria en DKV, Marta Andradas ha destacado por su especialización en negocio corporativo y liderazgo de proyectos estratégicos de distribución, alianzas y transformación comercial. Hasta ahora, ocupaba el puesto de adjunta a la Dirección General Comercial y directora de Transformación Comercial, desde donde coordinó iniciativas clave del nuevo modelo comercial de la aseguradora especializada en salud.

Asertividad y cómo evitar conflictos innecesarios

¿Conocemos personas inmersas en conflictos por descontrolarse? Seguramente sí, en algunas de ellas notamos que en el momento en que se enfadan porque algo no responde a sus expectativas, no pueden frenar y dicen sin filtro todo lo que piensan con sinceridad excesiva y sin límites, lo que resulta hiriente para la persona que recibe el mensaje

Elena Fernández. Fotos: istock

En realidad me quedé asombrada de que el término existiera: Sincericidio. ¿Cuándo se comete? En el momento en que estos comportamientos se manifiestan de forma honesta sin tener en cuenta los sentimientos del otro, ni su momento, ni el contexto en que se encuentra. Un gran ejemplo: corregir en público sin miramientos.

Las personas que realizan sincericidio tienen escasa capacidad para reconocer los costes emocionales que estos comportamientos tendrán a futuro, tanto a nivel interpersonal como a nivel personal.

En general, estas personas están secuestradas por su emoción y no han aprendido aún a gestionarla para cuidar las relaciones. Alguien que es secuestrado por su emoción, se enciende súbitamente como una luz de neón, expresando de forma inadecuada lo que piensa o siente. Su emoción explota y es razón suficiente para sacarla a pasear, caiga quien caiga. No piensan ni por un momento cómo puede sentirse la persona a la que hablan. Algunos, por ejemplo, ante un enfado por el que se sienten desbordados, mostrarán sus argumentos de forma directa y en la mayoría de los casos con un volumen alto, incluso con su dedo índice señalando a otra persona. A estos casos nos referimos, que aún suceden a diario.

Ya anuncia la inteligencia emocional en su *bestseller* con el mismo nombre escrito por Goleman la famosa frase de Aristóteles: "Cualquiera puede enfadarse, es algo muy sencillo. Pero enfadarse con la persona adecuada, en el grado exacto, en el momento oportuno, con el propósito justo y del modo correcto, eso, ciertamente, no resulta tan sencillo"

Las personas cuando toman conciencia de esto, suelen preguntarme: ¿Y cómo se hace de otra forma? Yo siempre digo que primero se fijen en quien ya lo hace y los nervios no le pierden. Hay modelos de referencia en nuestro entorno a quienes podemos mirar y nos enseñan sus actos.



Parar y reflexionar para no dejarse llevar por las emociones y no generar conflictos. iStock

Internamente también hay que parar (a nivel físico es importante frenar la activación) y ofrecer preguntas a nuestra mente para poder relativizar y cambiar las perspectivas que sean necesarias. Calibraremos de una forma que nos aporte más control. Algunos ejemplos: ¿Realmente es necesario que diga todo lo que pienso aquí y ahora? ¿Necesariamente este tema necesita respuesta urgente o puedo enfriarlo?

A veces con este par de preguntas ya se evitan conflictos innecesarios. Con las pausas para reflexionar encontramos nuestras necesidades y podremos generar peticiones con asertividad.

El complemento a la jubilación que gana terreno en España

Los planes de pensiones de empleo están ganando protagonismo en España como complemento a la pensión pública de jubilación. Su expansión permite que cada vez más trabajadores, incluidos autónomos y pequeñas y medianas empresas, puedan planificar un retiro más seguro

V.M.Z.



Los planes de empleo complementan con ahorro la pensión pública de jubilación. iStock

La sostenibilidad del sistema público de pensiones es una de las grandes preocupaciones de los trabajadores españoles. En este contexto, los planes de pensiones de empleo están llamados a jugar un papel cada vez más relevante como complemento al ahorro para la jubilación. Aunque aún son poco conocidos para el gran público, los cambios normativos de los últimos años los han situado en el centro del debate sobre el futuro de las pensiones.

¿Qué es un plan de pensiones de empleo?

Un plan de pensiones de empleo es un sistema de ahorro promovido por la empresa, o por un conjunto de empresas o sectores, en el que se van realizando aportaciones a favor de los trabajadores. Estas aportaciones pueden proceder solo de la empresa o combinarse con contribuciones del propio empleado. El dinero se invierte a largo plazo con el objetivo de generar un capital que complemente la pensión pública al llegar la jubilación.

A diferencia de otros productos de ahorro, este capital queda, por norma general, indisponible hasta el momento de la jubilación, salvo supuestos excepcionales como enfermedad grave o desempleo de larga duración.

El impulso legal que lo ha cambiado todo

Durante décadas, los planes de pensiones de empleo han sido habituales sobre todo en grandes compañías, multinacionales o entidades financieras. Sin embargo, la reforma aprobada en 2022 marcó un antes y un después. El objetivo del legislador fue claro: potenciar el ahorro colectivo frente al individual.

Uno de los cambios más relevantes fue el fiscal. Mientras que las aportaciones a planes de pensiones individuales tienen hoy un límite muy reducido para beneficiarse de desgravaciones, los planes de empleo permiten aportaciones muy superiores, especialmente cuando existe contribución de la empresa. Además, las compañías pueden deducirse estas aportaciones en el Impuesto sobre Sociedades, lo que convierte al plan de

empleo en una herramienta atractiva también desde el punto de vista empresarial.

Más allá de las grandes empresas

La gran novedad es la aparición de los llamados planes de pensiones de empleo simplificados. Gracias a este formato, pymes, asociaciones profesionales, colegios, e incluso trabajadores autónomos agrupados por sectores pueden acceder a este tipo de ahorro colectivo sin la complejidad que antes lo hacía inviable.

Este modelo busca democratizar el acceso a un complemento de jubilación que hasta ahora estaba reservado a una minoría de trabajadores. Aunque su implantación es aún incipiente, el crecimiento del número de partícipes en los últimos años muestra un interés creciente.

Ventajas para trabajadores y empresas

Para el trabajador, la principal ventaja es doble. Por un lado, el incentivo fiscal: las aportaciones reducen la base imponible del IRPF, lo que supone un ahorro inmediato en la declaración de la renta. Por otro, el hecho de que la empresa aporte dinero adicional convierte el plan en una forma de "salario diferido", pensado para el largo plazo.

Para las empresas, ofrecer un plan de pensiones de empleo se ha convertido en una herramienta de fidelización y atracción de talento. Además de los beneficios fiscales, refuerza la imagen de compañía responsable que se preocupa por el futuro financiero de sus empleados.

Riesgos y límites que conviene conocer

No todo son ventajas. Como cualquier producto

de ahorro a largo plazo, la rentabilidad del plan depende de la evolución de los mercados financieros y no está garantizada. Además, la falta de liquidez es un aspecto clave: el dinero invertido no se puede recuperar libremente cuando surgen imprevistos.

A esto se suma que, a día de hoy, solo una parte reducida de los trabajadores en España cuenta con un plan de pensiones de empleo, lo que demuestra que aún existe desconocimiento y cierta desconfianza hacia este tipo de instrumentos.

Una herramienta clave para el futuro

La tendencia apunta a que los planes de empleo irán ganando peso como complemento al siste-

No se trata de sustituir la pensión pública, sino de reforzarla con ahorro planificado

ma público de pensiones. Para muchos expertos, no se trata de sustituir la pensión pública, sino de reforzarla con ahorro privado colectivo y planificado.

Para el ciudadano, la clave está en informarse y entender que planificar la jubilación ya no es una opción lejana, sino una decisión que conviene empezar a tomar cuanto antes. Los planes de pensiones de empleo, bien entendidos y bien gestionados, pueden convertirse en un aliado esencial para garantizar tranquilidad financiera en el futuro, cuando se alcance la jubilación.



El objetivo del legislador es impulsar el ahorro a través de los planes de pensiones de empleo. iStock



Desarrollar una carrera profesional en las redes sociales precisa de cierta protección, como la responsabilidad civil o frente a ciberamenazas. iStock

¿Es necesario contratar un seguro para trabajar como 'influencer'?

En unos pocos años los 'influencers' se han convertido en una pieza fundamental en el mundo del marketing, la publicidad, las redes sociales y la empresa. Una vía laboral más que puede suponer ganar una buena cantidad de dinero, pero también exponerse a numerosos riesgos que podría venir bien proteger gracias a un seguro

Diego Fernández Torrealba. Fotos: iStock

Aunque *influencers* (acogiéndonos al sentido más estricto del término, personas con una alta capacidad de influencia en los demás) ha habido desde el inicio de los tiempos, los últimos diez-quince años han supuesto la explosión, consolidación y explotación comercial de una figura que ha adquirido un peso gigantesco a nivel social, económico, empresarial y publicitario.

Los verdaderos *influencers* actuales provocan un impacto en miles (e incluso millones de personas), generalmente a través de las redes sociales, que les tienen como referencias e indirectamente les repor-

tan ingentes cantidades de dinero a través de la publicidad que emiten en sus canales –Instagram, Tiktok, Facebook, YouTube, páginas web–, así como en los medios de comunicación tradicionales, los soportes publicitarios y un largo etcétera.

Cierto, hay *influencers* que gracias al apoyo de padrinos, por su posición social, aprovechando la visibilidad de su profesión principal o simplemente porque hacen gracia no necesitan casi dar un palo al agua ni darle demasiado a la cabeza para tener un gran impacto y generar dinero. Pero por lo general no es oro todo lo que reluce. Llegar a un amplio

número de personas no es sencillo, y a menudo requiere de una buena dosis de imaginación, trabajo, fortuna y de la creación de un contenido que la gente considere interesante.

Y por supuesto, conlleva el peaje de dejar de ser anónimo para ser escudriñado (y elogiado y criticado) hasta la saciedad y de estar constantemente atento para continuar incentivando a los seguidores y creando contenido que funcione, mientras se trata de seducir a las marcas y de bandear con la competencia. También de tener que exponerse tanto en los buenos días como en los malos y de vigilar bien lo que se publica para no meterse en charcos que puedan desembocar no sólo en una pérdida de prestigio y seguidores sino en serios problemas legales, demandas o denuncias por difamación, delitos contra la privacidad o invasión de la propiedad intelectual, incumplimientos de contrato con las marcas o ciberataques.

Es por ello que de cara a realizar un trabajo tan expuesto como este conviene, aunque no sea obligatorio por ley, la contratación de un seguro para *influencers*, algo que no es complicado de encontrar en el mercado ya que existe una amplia oferta de productos dedicados a este sector profesional. Va-

El sector asegurador ofrece productos específicos para los creadores de contenido

mos a ver qué coberturas de utilidad pueden ofrecer estos seguros.

Coberturas principales

Por encima de todo un seguro para *influencers* ha de hacerse cargo de procurar la responsabilidad civil profesional. En la práctica y más en concreto ello supone amparar tanto los gastos de defensa como las reclamaciones derivadas de numerosos supuestos: las reclamaciones por incumplimiento involuntario de un contrato o de la normativa sobre publicidad comparativa; las infracciones de propiedad intelectual, incluyéndose los derechos de autor, la falta de permisos o la invasión del alcance de su licencia; las difamaciones a través del contenido publicado en medios o redes sociales; las faltas profesionales, omisiones, errores y negligencias al realizar el trabajo para un tercero; y los gastos de rectificación de errores involuntarios que pudieran provocar una reclamación externa.

La ciberseguridad, importante

Más allá de esas coberturas básicas se antojan importantes aquellas garantías que el seguro pueda facilitar con respecto a la ciberseguridad, ya que los *influencers* –y en consecuencia las personas y em-



Los creadores de contenido se exponen a riesgos que es necesario cubrir. istock

presas con las que interactúan– operan en el 99% de los casos en el entorno digital, como plataformas digitales y redes sociales.

En ese aspecto hay seguros muy completos que dan respuesta y solución ante numerosos riesgos derivados del uso de la tecnología: violación del derecho a la privacidad y la confidencialidad, acceso no autorizado a las redes sociales para la publicación de contenido, gastos de recuperación de datos o sistemas, sustitución o reparación de equipos en caso de ciberataque, uso fraudulento de la identidad tecnológica, robo de fondos, suplantación de identidad, fraude en servicios contratados, modificación de precios *online*, sanciones administrativas derivadas de un incumplimiento de la normativa, gastos de mitigación de pérdidas, asesoría jurídica, servicio de respuesta a incidentes de ciberseguridad, etcétera. Eso no quiere decir que todas estas coberturas formen parte de las básicas en esta clase de seguros, pues podrían estar incluidas dentro de la garantía estándar, pero también ofrecerse como complementarias o adicionales



La Navidad es una de las épocas más entrañables del año, pero también la más peligrosa por una excesiva exposición a los riesgos cibernéticos. iStock

Cómo proteger tu vida digital en la época con más riesgos 'online'

Compras 'online', estrenos tecnológicos y ofertas irresistibles marcan la Navidad... y también el momento del año con más fraudes digitales. Protegerse ya no es solo cuestión de prudencia, sino de contar con un verdadero respaldo frente a los ciberataques

Redacción.

La Navidad es sinónimo de regalos, compras y estrenos tecnológicos. Tablets, móviles, relojes inteligentes, altavoces con asistente de voz o incluso juguetes conectados se cuelan en muchos hogares como protagonistas indiscutibles de las fiestas. Pero mientras celebramos una Navidad cada vez más digital, también aumentamos –muchas veces sin saberlo– nuestra exposición a los ciberriesgos.

Durante estas semanas se dispara la actividad online: compramos más por internet, buscamos ofer-

tas tentadoras, descargamos nuevas aplicaciones y configuramos dispositivos recién estrenados. Este aumento del tráfico digital no pasa desapercibido para los ciberdelincuentes, que aprovechan el momento para lanzar estafas más sofisticadas que nunca, muchas de ellas impulsadas por inteligencia artificial.

Las estafas navideñas más frecuentes

Las amenazas digitales en Navidad no son nuevas, pero sí más creíbles y difíciles de detectar. Entre los fraudes más habituales destacan las tiendas onli-

ne falsas que ofrecen descuentos demasiado buenos para ser verdad, creadas con textos, imágenes y valoraciones generadas por IA que imitan a comercios reales.

También proliferan los mensajes por email o SMS que simulan el seguimiento de un paquete tras una compra real: "su envío no ha podido ser entregado" o "confirme sus datos para recibir su pedido". A ello se suman aplicaciones fraudulentas que prometen cupones, descuentos o juegos navideños, y falsas estafas de soporte técnico vinculadas a dispositivos recién estrenados: "su nuevo móvil tiene un problema de seguridad".

El resultado puede ser devastador: pérdida directa de dinero, robo de datos personales, suplantación de identidad o extorsión digital. Y, en muchos casos, sin un respaldo adecuado, recuperar lo perdido es sencillamente imposible.

Cuando prevenir no es suficiente

Configurar correctamente los dispositivos, desconfiar de enlaces sospechosos y usar contraseñas seguras sigue siendo fundamental. Pero en un entorno donde las amenazas avanzan tan rápido, la prevención por sí sola ya no basta. Aquí es donde entra en juego una nueva forma de protección: el ciberseguro.

Un seguro de ciberriesgo no solo ayuda a prevenir incidentes, sino que añade una capa clave de tranquilidad: respaldo económico y asistencia experta cuando el problema ya ha ocurrido. Sin esta protección, el usuario asume solo las consecuencias de un fraude digital, sin ayuda técnica ni compensación por las pérdidas sufridas.

Una red de seguridad digital completa

Desde esta perspectiva, compañías de seguros y asistencia como Allianz Partners han desarrollado propuestas que integran prevención, asistencia e indemnización en un mismo servicio. Su solución Allyz Cyber reúne todas las herramientas necesarias para disfrutar de una vida digital más segura, especialmente en momentos como la Navidad.

Por un lado, incluye herramientas preventivas como VPN, navegación segura, protección de identidad, gestor de contraseñas, antivirus y control parental. Por otro, ofrece asistencia inmediata cuando ocurre un incidente: apoyo técnico, orientación para bloquear pagos fraudulentos o recuperar cuentas comprometidas. Y, si pese a todo hay pérdidas económicas, contempla compensaciones según las condiciones del seguro.

La ciberseguridad, una necesidad cotidiana

"La digitalización ha traído grandes oportunidades, pero también nuevas amenazas que preocupan cada vez más a la gente", explica Cristina Rosado, Head



Disfrutar de unas fiestas conectadas no debería implicar asumir riesgos innecesarios. iStock

Comercial de la línea de Dispositivos Móviles y Riesgo Digital de Allianz Partners. "Somos muy conscientes de esta evolución y trabajamos para dar respuestas eficaces y cercanas a estas necesidades reales". Rosado es clara: "La ciberseguridad ya no es una opción, sino una necesidad". Y añade: "Nadie está completamente a salvo. Por eso la clave está en combinar concienciación y protección, ofreciendo herramientas prácticas que permitan navegar en el mundo digital con confianza y seguridad".

Esta Navidad, junto a los regalos tecnológicos, conviene poner bajo el árbol algo menos visible, pero igual de valioso: la tranquilidad de saber que nuestra vida digital también está protegida. Porque disfrutar de unas fiestas conectadas no debería implicar asumir riesgos innecesarios.

El seguro impulsa la inclusión laboral de las personas con discapacidad

El conjunto del sector asegurador se suma al Día Internacional de las Personas con Discapacidad para impulsar la inclusión laboral de este colectivo con diversas acciones e iniciativas

Ana M. Serrano.

El pasado 3 de diciembre se celebró el Día Internacional de las Personas con Discapacidad. Declarado por la ONU en 1992, el propósito de esta fecha es promover los derechos y el bienestar de las personas con discapacidad en todos los ámbitos de la sociedad y sensibilizar sobre su situación en la vida política, social, económica y cultural.

En 2025, el lema *Fomentar sociedades inclusivas para impulsar el progreso social* subraya que la plena inclusión de las personas con discapacidad –cerca del 15% de la población mundial (más de mil millones de personas)– es esencial para alcanzar un desarrollo justo para todos.

El sector asegurador español destaca por su compromiso histórico y estratégico con la inclusión laboral de las personas con discapacidad, principalmente a través de alianzas con entidades especializadas.

Más allá del 2%: inversión estratégica en talento

El Termómetro de la Diversidad elaborado por la Fundación Diversidad señala que las organizaciones analizadas superan ya el requisito legal del 2% de personas con discapacidad en plantilla, alcanzando un 2,5%. Si bien esta cifra debe seguir creciendo, la verdadera transformación radica en un cambio profundo y silencioso: la evolución cultural y la inversión en la accesibilidad y la sensibilización.

El 76% de las organizaciones ya ofrece acciones formativas específicas, centradas en accesibilidad, trato adecuado, neurodiversidad o la comprensión de las realidades diarias que enfrentan estos profesionales.

La industria aseguradora ha adoptado un rol protagonista en esta transición, entendiendo que la inclusión no es un gasto social, sino una inversión en ta-



El 76% de las organizaciones ofrece formación en accesibilidad, trato adecuado o la comprensión de la realidad de los profesionales con discapacidad. iStock



El sector asegurador español apuesta por la plena inclusión laboral y social de las personas con discapacidad. iStock

lento, colaboración y competitividad. Compañías como Mapfre han integrado el compromiso en su Plan de Sostenibilidad 2024-2026, logrando que, a cierre de 2024, el 4,2% de su plantilla (más de mil personas en 27 países) esté formada por personas con discapacidad. Esta cifra no solo triplica el mínimo legal, sino que demuestra que la diversidad es un pilar central de su estrategia de negocio.

La aseguradora utiliza una metodología propia para evaluar cómo la integración laboral contribuye a mejorar la calidad de vida de sus empleados con discapacidad. En encuestas internas, los empleados recientes valoraron esta mejora con un 8,4 sobre 10, destacando el impacto positivo en el bienestar emocional, las relaciones sociales y el desarrollo profesional. Este enfoque en la medición cualitativa es crucial: transforma la inclusión de una métrica de Recursos Humanos a un indicador de bienestar humano y clima laboral.

Mapfre también desarrolla un sólido trabajo en sensibilización. Su Programa Global de Discapacidad "Miradas sin etiquetas" alcanzó a más de 13.000 empleados. El Programa Global de Sesgos Inconscientes ya ha sido realizado por casi 10.000 personas de la organización. A nivel social, el grupo asegurador que preside Antonio Huertas impulsó 281 actividades de voluntariado corporativo centradas en mejorar la calidad de vida del colectivo.

Eliminación de barreras físicas y tecnológicas

AXA Partners es un ejemplo de cómo la inversión se materializa en mejoras tangibles. La compañía ha destinado 105.000 euros a la adecuación de sus oficinas en Madrid y Barcelona, incluyendo la mejora de accesos, la optimización de aseos adaptados y la ins-

talación de máquinas *vending* inclusivas. No se trata solo de cumplir con requisitos normativos, sino de construir espacios plenamente habitables para cualquier profesional.

En el ámbito de la sensibilización y la formación, la aseguradora ha participado en la Semana de la Discapacidad 2025 organizada por Fundación Adecco. Participaron 19 jóvenes con discapacidad o en riesgo de exclusión social en una experiencia que les permitió conocer el funcionamiento real de distintos departamentos de la compañía. AXA Partners complementa estas acciones externas con programas internos como Plan Familia, destinado a apoyar a colaboradores con hijos con discapacidad; y Plan

15%

El 15% de la población mundial, cerca de 1.000 millones, tiene algún tipo de discapacidad

Aflora, centrado en acompañar a empleados con discapacidad dentro de la organización. Esta visión integral –que considera tanto al empleado como a su entorno familiar– ayuda a crear culturas corporativas sólidas, empáticas y sostenibles.

Convertir la sensibilidad en estructura

Pese a estas iniciativas, la inclusión real todavía tropieza con barreras invisibles. Es imprescindible consolidar planes estratégicos, medir resultados, revisar procesos de selección y promoción, y garantizar que la diversidad no dependa de la sensibilidad aislada de unos pocos, sino de una estructura sólida y compartida.

Picasso y Klee en la colección de Heinz Berggruen. Obras del Museum

Berggruen. Hasta el 1 de febrero de 2026, en el Museo Thyssen de Madrid

Ana M. Serrano.

Fotos: Museo

Nacional Thyssen

Picasso y Paul Klee dialogan en el Thyssen

Escurridizo por naturaleza, contradictorio, dotado de una inteligencia compleja e irreverente, Paul Klee bebió de las fuentes de la ironía propia del primer romanticismo alemán que traslada a su obra como una especie vaivén discordante. Un (des)equilibrio que habita entre la sátira y la afirmación absoluta, lo efímero y lo infinito, la realidad y el ensueño. A partir de semejante planteamiento, el artista nacido en Suiza va consolidando a lo largo de su vida una estra-

tegía basada en el antagonismo, integrando en su creación su propia reflexión sobre los medios y los principios del arte que, según él, deberían presentarse como "una falla en el sistema".

Terrenal, excesivo, meridional y sensual, Pablo Picasso concebía el arte como una manera de vaciarse, de trasladar al lienzo una realidad que sólo él veía porque su forma de mirar el mundo nada tenía que ver a la del



Diversas obras de Klee y Picasso que se pueden contemplar en la exposición del Museo Thyssen de Madrid hasta el próximo mes de febrero. MNTB

resto de sus coetáneos. Pintaba todos los rasgos, los visibles y los invisibles. Para ello descomponía las formas, las diseccionaba para volver a construirlas y convertirlas en algo nuevo

Él, que aprendió las primeras técnicas en su ciudad natal y que luego perfeccionó en la Escuela Especial de Pintura, Escultura y Grabado de la Academia de San Fernando, conservó en cada una de sus etapas esa obstinada pasión por el dibujo. Rozaba los 14 cuando Pablo Ruiz Picasso pisó por primera vez Barcelona. Una ciudad donde la cultura se bebía a borbotones, supuso para el artista una experiencia que succionó con avidez salvaje. Inconsciente todavía del mundo intelectual que se abría ante sus ojos y también dependiente de los avatares profesionales de su padre, no se instaló allí hasta pasados cuatro años. En 1901 se mudó a la capital francesa. En París estalló esa extraordinaria sensibilidad creativa que le llevó a experimentar con el color y las figuras, el espacio y el vacío, la expresión, hasta crear un nuevo lenguaje pictórico que revolucionó la historia del arte.

La repercusión de la obra de Picasso no sólo se limitó a una época o movimiento cultural determinado. Su influjo se ha extendido a lo largo de más de un siglo y hasta el último rincón del mundo. Porque no hay estilo o movimiento artístico moderno que no se haya visto afectado de alguna manera por la estética picassiana.

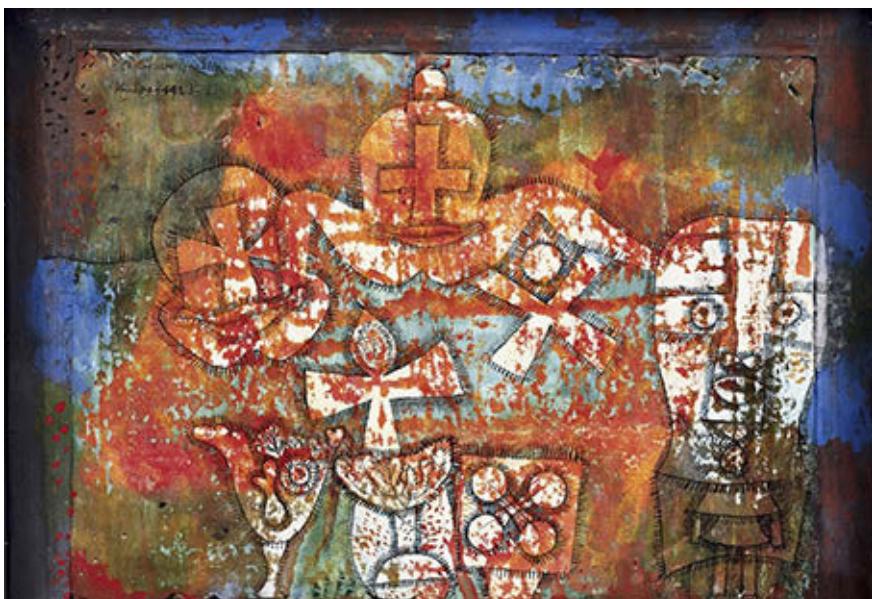
¿Tienen algo en común Picasso y Paul Klee? Sí. Estos dos artistas aparentemente antagónicos compartían, sin embargo, procesos creativos similares e intereses por idénticos géneros y temáticas. A ambos les une la inquietud por la experimentación, la facilidad para el dibujo, la inclinación por la sátira y el sarcasmo como

medio de transgresión, la deformación de las figuras y el cuerpo humano.

Y también la pasión de Heinz Berggruen (Berlín, 1914 – París, 2007) por la obra de Picasso y Klee a quienes consideraba "los dos creadores fundamentales de la primera mitad de nuestro siglo". Al terminar la Segunda Guerra Mundial, Berggruen abrió su primera galería en París. Desde entonces, el marchante alemán se dedicó con ahínco a atesorar las obras de los grandes maestros del siglo XX. Ahí es donde convergen En el año 2000, su extraordinario conjunto artístico fue adquirido por el gobierno alemán, dando lugar a la creación del Museum Berggruen.

Con motivo de la remodelación del edificio, el Museo Berggruen organiza desde 2022 una serie de exposiciones internacionales en Japón, China, Australia y en Europa para mostrar lo más destacado de su colección. Esta vez la ciudad es Madrid y el Museo Thyssen-Bornemisza, el espacio.

Exponer la obra de Paul Klee es un reto. No solo por su insumisión a las normas preestablecidas. También por la inmensidad de su producción: prolífica, heterogénea, paradójica. Hacerlo junto a la de Pablo Picasso, igualmente prolífico –dejó más de 2.000 lienzos–, transgresor y vanguardista, es una prueba de fuego para cualquier propuesta expositiva. Y es lo que hacen los comisarios de la exposición –Paloma Alarcó, jefa de Pintura Moderna del Museo Thyssen, y Gabriel Montua, director del Museo Berggruen–, cuya propuesta refleja en cuatro secciones las similitudes en la obra de ambos artistas: un lenguaje plástico cargado de radicalidad que contribuyó a transformar la manera de mirar y acercarse al mundo, dejando una profunda impronta en el desarrollo del arte contemporáneo.



De izqda. a dcha. 'Naturaleza muerta con racimo de uvas', de Pablo Picasso, y 'Porcelana china', de Paul Klee. MNTB

Leila Slimani, la voz de la identidad bicultural

Conocida por su trilogía 'Guerra, guerra, guerra', Leila Slimani aborda en su obra la búsqueda de la identidad multicultural de su Marruecos natal, con sus contradicciones y las luces y sombras de un país tan cercano como desconocido

Ana M. Serrano.

Escritora de padre marroquí y madre franco-argelina, Leila Slimani nació en Rabat (Marruecos) en 1981. Tras completar sus estudios en el liceo francés de la capital, se trasladó a París continuar su formación: estudió en el Instituto de Estudios Políticos (Sciences Po) y luego en la escuela de negocios ESCP Europe, especializándose en medios de comunicación.

Después de ejercer durante varios años como periodista en *L'Express* y *Jeune Afrique*, decide dedicarse por completo a la literatura. Esta experiencia le aportó una visión incisiva y directa sobre los asuntos sociales y políticos, que ha trasladado de manera excelente en su narrativa. Ella, que pertenece a esa clase de escritores capaces de construir mundos con pulso firme y un instinto casi quirúrgico para detectar las grietas de una época, no teme adentrarse en terrenos incómodos: violencia doméstica, discriminación, sexualidad, memoria familiar, identidad cultural.

A través de su trilogía *Guerra, guerra, guerra* –*El país de los otros*, *Miradnos bailar* y *Me llevaré fuego*– consigue transformar la historia reciente de Marruecos en una narración íntima donde cada emoción, cada gesto cotidiano, cada silencio familiar cargan siglos de tensiones.

Antes de componer esta bella saga familiar, Slimani ya se había ganado una reputación como autora precisa, contundente, que aborda los problemas de la sociedad actual sin florituras ni eufemismos. Con su primera novela, *En el jardín del ogro* (2014), recibe el reconocimiento unánime de la crítica. *Canción dulce* consolida su carrera literaria al obtener el Premio Goncourt 2016. En 2017 se edita su polémico ensayo *Sexo y mentiras: la vida sexual en Marruecos*, una reflexión sobre los tabúes culturales y sexuales en su país de origen.

Su sensibilidad respecto a las repercusiones del poder en la vida privada proce-

de sin duda de su formación académica y su experiencia como periodista. Pero lo que de verdad se proyecta en sus novelas es su origen: medio francesa, medio marroquí, criada entre idiomas, religiones y jerarquías sociales que chocan sin des-

Slimani trata la identidad como un terreno de arenas movedizas lleno de contradicciones

canso. Ese vaivén identitario no sólo alimenta su mirada, es la estructura profunda de su obra. En lugar de tratar la identidad como un espacio cerrado, la muestra como un terreno de arenas movedizas donde las personas aprenden a convivir con contradicciones que no siempre se resuelven: los prejuicios de clase, el racismo, el sometimiento, las trampas del dinero y del amor.

