

Revista mensual | 13 de febrero de 2025 | Nº131

Seguros

elEconomista.es

RADIOGRAFÍA DE LA PROFESIÓN DE LOS CORREDORES DE SEGUROS EN ESPAÑA

En el mercado español operan más de 5.000 corredores de seguros, según la DGSFP

SALUD MENTAL

**EL SEGURO DE SALUD
DA UN PASO HACIA EL
BIENESTAR INTEGRAL**



Corredores de seguros | P8

Radiografía de la profesión de corredor de seguros en España

Ya son más de 5.000 los corredores de seguros en el mercado español, a pesar de los cambios regulatorios, las exigencias del sector y las transformaciones sociales.



Entrevista | P12

Raquel Rampérez, directora general de Purísima Seguros

"Purísima Seguros es de los mutualistas, y eso nos hace ser prudentes y muy cercanos a ellos", señala la directiva en su entrevista.



Actualidad | P34

Continúa la incertidumbre por el futuro de Muface

El 4 de marzo culmina el tercer concurso del Gobierno para la atención sanitaria de 1,5 millones de funcionarios y sus beneficiarios.



Ciberseguros | P22

Los riesgos cibernéticos son la principal preocupación de las empresas

Las filtraciones de datos, los ciberataques a infraestructuras, *malware* y *ransomware* son los incidentes que más desestabilizan a las empresas, según Allianz Partners.

Generación Z | P38

Los seguros de suscripción, la nueva tendencia entre los más jóvenes

Los seguros de suscripción se han convertido en una alternativa flexible que simplifica el acceso a la protección aseguradora para las nuevas generaciones.

Salud | P36

Coberturas de salud mental en el seguro de salud: atención integral

El seguro de salud privado añade cada vez más coberturas para la prevención y el tratamiento de los problemas de salud mental.

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 (revista@segurostv.es)



El imprescindible papel del corredor de seguros en un mundo en constante cambio

Si alguna vez has contratado un seguro, es probable que te hayas preguntado quién puede ayudarte a elegir las mejores coberturas para tus riesgos. Es aquí donde entra en juego la figura del corredor de seguros, un profesional independiente cuyo trabajo va mucho más allá de vender pólizas. Su papel es crucial para garantizar que los clientes obtengan la mejor cobertura posible, adaptada a sus necesidades y con un asesoramiento experto que les ayude a comprender los riesgos y beneficios de cada opción disponible en el mercado asegurador. El sector asegurador en España tiene un impacto significativo en la estabilidad financiera de empresas y particulares. Según el Informe Estadístico Anual de Mediación 2022 de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP), ya hay más de 5.682 corredores y corredurías de seguros registrados en el país. De esta cifra, 1.009 son corredores autónomos, mientras que 2.726 operan como sociedades de correduría. A pesar de los cambios regulatorios y la transformación del sector, estas cifras demuestran un crecimiento constante en la actividad de mediación.

■
Los corredores de
seguros garantizan
transparencia,
asesoramiento y la
gestión de los riesgos
■

Para entender mejor el papel del corredor de seguros, es fundamental diferenciarlo de otras figuras. Existen tres principales modalidades de intermediarios: agentes de seguros, operadores de banca-seguros y corredores de seguros. Aunque todos actúan como puente entre clientes y aseguradoras, presentan diferencias importantes. El agente de seguros actúa como representante de una o varias aseguradoras, mientras que el operador de banca-seguros se apoya en la red de distribución de las entidades bancarias para comercializar seguros. Por otro lado, el corredor de seguros se distingue por su total independencia respecto a las aseguradoras, lo que le permite comparar múltiples productos y ofrecer asesoramiento imparcial.

El corredor de seguros analiza en profundidad las necesidades del cliente y recomienda la mejor opción disponible sin estar condicionado por intereses comerciales. Además, las corredurías están sujetas a exigencias regulatorias más estrictas, lo que se traduce en una mayor protección para el asegurado. Una de las dudas más frecuentes en torno a la figura del corredor de seguros es su modelo de remuneración. A diferencia de otros profesionales, los corredores no cobran directamente a sus clientes por sus servicios ni por el volumen de pólizas que gestionan. Su compensación proviene de las comisiones que reciben de las aseguradoras por cada póliza contratada. Este sistema les permite ofrecer una mayor flexibilidad y diversidad de productos sin la influencia de una sola entidad. La figura del corredor de seguros sustenta todo lo que un tomador de seguros necesita: imparcialidad, personalización y actualización en un contexto en constante cambio. A pesar de los desafíos, los corredores siguen siendo un pilar fundamental en el sector, garantizando transparencia, asesoramiento personalizado y una gestión eficaz en un mundo cada vez más complejo y dinámico.



Carlos Lluch
Corredor de seguros

‘Minority report’ asegurador

Es más fácil amar a una marca cuando la marca te ama también a ti”, Seth Godin. Recientemente leía en un titular de un digital de seguros “Casi el 90% de las aseguradoras usa IA para reducir el riesgo de fuga”. Las palabras importan y, como advertía Wittgenstein, la forma en que nos expresamos informa cómo pensamos.

Hay una diferencia enorme entre marcharse y fugarse. También entre quien se fuga y quien huye. De entrada, hay que convenir que se fugan los presos o cautivos, que son quienes, por alguna razón, sienten privada su libertad y desean recuperarla como sea. Quien huye, normalmente lo hace de algún peligro y, habitualmente, aprovechando la falta de diligencia del acosador. Y quien se marcha, toma libremente la puerta porque no tiene ganas de permanecer donde está. Matices, sí, pero co-

mo bien dicen los anglosajones el diablo está en los detalles.

Lo que marca la diferencia en las empresas es el llamado “punto de vista” que baña todo de subjetividad. Y, en función de lo que a uno le conviene o de cómo ha sido entrenado, a veces ve o presenta ante terceros las cosas de un modo u otro.

Por eso es llamativo que se hable de “fuga” y no de que el cliente, simplemente, se marcha. Se trataba de una nota de prensa del sector, no del lenguaje elegido por un periodista.

Así tenemos que, si la aseguradora de turno considera que el cliente se fuga, es porque lo consideraba retenido. De hecho, en seguros se habla de “retención de clientes” y en banca suele recurrirse al término “cliente cauti-



vo". En ambos casos se asimila esa aparente o real falta de libertad a lo que se denomina "fidelidad" del cliente. En Alemania en muchos seguros el cliente puede irse cada mes, mientras que en EEUU cada día puede uno cambiar su seguro de coche. En España, por el contrario, hay aseguradores que si no preavisas con el mes legalmente previsto te llevan al juzgado.

Pero ahondemos un poco más en lo que se quiere lograr con la Inteligencia Artificial (IA) y es detectar a tiempo a quien se quiere fugar. Esto es, a los que están cavando el túnel bajo la alambrada. La IA, como se apunta en el titular citado, pretende ser usada para descubrir más a fondo detalles prospectivos del comportamiento esperado del cliente y, así, reducir el riesgo de fuga. Y, también, el de fraude.

Es cachondo, se mire como se mire, que por una parte se investigue al cliente, se le pidan datos que están a años luz de encajar con los principios de minimización y de idoneidad exigidos por el Reglamento General de Protección de Datos, se extraigan datos sigilosamente de sus Redes Sociales o de bases de datos de terceros –no siempre actualizadas, no siempre obtenidas lealmente– para dos cosas que residen en las antípodas: evitar que se vaya o echarlo sin contemplaciones. Esa IA va a tomar decisiones automatizadas en base a algoritmos creados por seres humanos cargaditos de sesgos y prejuicios y será alimentada con datos de calidad dudosa, por lo que el algoritmo acaba siendo una fuente probable de error o de injusticia.

Lo increíble por añadidura, es que la aseguradora, la eléctrica, etc., de turno será más amable contigo si cree o anuncias que te vas. O va a ser más amable contigo si eres nuevo cliente y no te conoce de nada, pero su algoritmo le dice que molas. Si eres cliente y llega a la conclusión de que no te vas por comodón o por tradición, vas a pagar más, tenlo claro.

Hace unos años un CEO me dijo que no podía aplicar la tarifa de clientes nuevos a los de cartera –los buenos clientes– porque generaría un enorme agujero en las cuentas.

Pero si tienes la mala suerte de compartir el barrio, el código postal, el modelo de coche o el empleo de gente que, estadísticamente, ha dado malos resultados, el algoritmo te meterá en la lista negra, serás expulsado del club sin contemplaciones seas como seas, hagas lo que hagas. Puede que hasta te digan, abier-

tamente, que no eres su *target* y, con esa palabra, entenderás que solo eras una diana de un campo de tiro comercial.

Las palabras importan. No podemos llamar fiel a quien es prisionero del diferencial de tipo de interés, ni a quien paga algo barato sin pensar ni sin saber cómo va a responder su asegurador el día que lo necesite. El cliente fiel, de verdad, podría ser aquel que recibió un trato de calidad y verificó la idoneidad de la solución que se le vendió, siempre que, tras el siniestro, no se le eche por problemático.

Y es que, en el colmo de la estupidez, muchas compañías de seguros han entrado en el juego de echar a su cliente cuando este tiene un siniestro. En lugar de aprovechar la experiencia y conseguir un prescriptor satisfecho, se le echa sin contemplaciones.



iStock

A lo que juega la IA, también, es a predecir quienes son los que van a tener un siniestro futuro para echarlos antes de que lo tengan.

Entre una IA que juega a que unos no se vayan y a echar a otros premonitoriamente, vamos arreglados. No han entendido que el seguro y la IA van de probabilidades y no de certezas. Puede que ahora no te preocupe, pero ya ves lo que está pasando en California donde a miles de hogares nadie quiere asegurarlos. Y espera, que se acerca otra plaga llamada "seguros paramétricos" para recortar costes. Pero eso lo dejo para otro día.

¿Recuerdas Minority Report? Si no la viste, va siendo hora. Para extrapolar.

El ahorro gestionado por el seguro de vida crece un 3,23% en el ejercicio de 2024

El seguro gestionó 275.600 millones de euros en seguros de vida y planes de pensiones en 2024, un 4,43% más que el año anterior, consolidando su papel como instrumento de ahorro

Redacción. Foto: EFE

Las aseguradoras que operan en el mercado español gestionaban 210.400 millones de sus clientes a través de todo tipo de seguros de vida a cierre de 2024, una cifra un 3,23% superior a la de un año antes. A esta cantidad hay que sumar otros 65.200 millones correspondientes al patrimonio de los planes de pensiones cuya gestión corre a cargo de aseguradoras y que aumentaron un 8,49% en el ejercicio.

En total, el sector asegurador tenía encomendados 275.600 millones de euros al acabar 2024, un 4,43% más que al término de 2023, de acuerdo con los datos de Investigación Cooperativa entre Entidades Aseguradoras (Icea) publicados recientemente por Unespa, la patronal del sector asegurador en España.

Los productos *unit-linked* elevan su patrimonio bajo gestión un 6,57%. Los productos que más crecieron en comparación con el año anterior fueron los seguros *unit-linked*, que incrementaron su patrimonio bajo gestión un 6,57%, hasta alcanzar los 26.241 millones de euros; la transformación de patrimonio en rentas vitalicias, que creció un 5%, hasta los 2.440 millones de euros, y los capitales diferidos, que subieron un 4,88%, hasta superar los 50.100 millones de euros. También elevaron su patrimonio las rentas vitalicias y temporales, hasta 94.823 millones de euros, un 2,79% más, y los planes individuales de ahorro sistemático (PIAS), hasta 15.382 millones de euros, lo que representa un aumento del 2,28%.

En cuanto a las demás líneas de producto, los planes de previsión asegurados (PPA) registraron una caída del 3,31%, hasta 10.468 millones, y los seguros individuales de ahorro a largo plazo (SIALP) mostraron un descenso del 2,69%, hasta los 3.649 millones de euros.

Los ingresos por primas del negocio de vida riesgo se situaron en 5.277 millones de euros al finalizar el cuarto trimestre de 2024, un 4,8% más que el año anterior. En su conjunto, los ingresos por primas de las aseguradoras se situaron en 2024 en 75.161 millones de euros, un 1,56% menos que en el año anterior. De la facturación lograda a lo largo del ejer-



Mirenchu del Valle, presidenta de Unespa.

cicio, 46.333 millones correspondieron al ramo de no vida y los 28.827 millones restantes, al de vida.

La facturación del ramo de no vida fue positiva en todas sus modalidades, al anotarse un repunte interanual del 7,78% si se compara con el cierre de

Los 'unit-linked' son los seguros de vida ahorro que más crecen: un 6,57% interanual

2023. Las primas de automóviles sumaron 13.180 millones de euros y aumentaron un 8,88% en los últimos doce meses. La aportación de las pólizas de multirriesgo subió un 8,62%, hasta los 9.968 millones de euros, y los seguros de salud crecieron un 7,4%, contabilizando 12.059 millones en 2024.



MUÉVETE COMO SOLO TÚ SABES.

Con GENERALI Vitality, el programa de retos personalizados de GENERALI que te premia con hasta 55€ al mes por moverte.

CONTIGO, TODO



Descúbrelo aquí





Radiografía de la profesión de corredor de seguros en España

Ya son más de 5.000 los corredores de seguros en el mercado español, a pesar de los cambios regulatorios, las exigencias del sector y las transformaciones sociales

Olga Juárez Gómez. Fotos: iStock

Si alguna vez has contratado un seguro, es probable que te hayas preguntado quién está detrás de las recomendaciones y gestiones que facilitan la contratación de una póliza. En ese punto, entra en juego la figura del corredor de seguros, un profesional independiente cuyo trabajo va mucho más allá de vender pólizas. Su papel es imprescindible para garantizar que los clientes obtengan la mejor cobertura posible, adaptada a sus necesidades y con un asesoramiento experto que les ayude a comprender los riesgos y beneficios de cada opción disponible en el mercado.

Impacto y crecimiento de la profesión

El sector asegurador en España genera un gran impacto en la estabilidad financiera de empresas y particulares. Prueba de ello son los datos del Informe Estadístico Anual de Mediación 2022 de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP), que reflejan un total de 5.682 corredores y corredurías de seguros registrados en el país. De esta cifra, 1.009 corresponden a corredores autónomos, mientras que 2.726 operan como sociedades de correduría. A pesar de los cambios regulatorios y la transformación del sector, estas cifras evidencian un crecimiento continuo en la actividad de mediación.

La principal diferencia de los corredores de seguros es el asesoramiento profesional

A diferencia de los agentes vinculados a una sola aseguradora, los corredores de seguros trabajan de manera independiente, lo que les permite ofrecer un abanico más amplio de productos de diferentes compañías. Además de intermediario en la contratación, su labor incluye el análisis de coberturas, la gestión de siniestros y la defensa de los intereses del asegurado ante posibles conflictos. Esta actividad está regulada por el Real Decreto-Ley 3/2020 de 4 de febrero, que regula a los profesionales de la mediación de seguros y reaseguros privados, y establece los requisitos de estos profesionales.

La confianza del consumidor, la evolución de los productos aseguradores y la integración de herramientas tecnológicas están redefiniendo la profesión. Sin embargo, a pesar de estos cambios, el papel del corredor de seguros sigue siendo vital para garantizar transparencia, asesoramiento personalizado y una gestión eficaz en un sector que mueve millones de euros cada año.

Tipos de mediadores: ¿cuál es la diferencia?

Para entender mejor el papel del corredor de seguros, hay que diferenciarlo de otras figuras de la mediación de seguros. Existen tres principales modalidades de distribuidores: agentes de seguros, ope-



Sede de la DGSFP.

radores de banca-seguros y corredores de seguros. Aunque todos actúan como puente entre clientes y aseguradoras, sus características, nivel de independencia y modelo de trabajo presentan diferencias.

En primer lugar, el agente de seguros actúa como representante de una o varias aseguradoras, con las que mantiene un contrato que regula sus derechos, obligaciones y sistema de comisiones. En función de su relación con la aseguradora, puede clasificarse en agente exclusivo o agente vinculado. El agente exclusivo trabaja únicamente con una aseguradora y comercializa solo sus productos, salvo excepciones en las que la compañía principal lo autorice y no suponga competencia directa. Por otro lado, el agente vinculado colabora con varias aseguradoras, aunque sin



la capacidad de ofrecer asesoramiento independiente, ya que su función se limita a distribuir los productos de las compañías con las que mantienen acuerdos comerciales.

La principal diferencia entre los agentes y los corredores es que los primeros no pueden recomendar el cambio de aseguradora a sus clientes, lo que limita su capacidad de ofrecer alternativas en caso de que una póliza deje de ajustarse a las necesidades del asegurado.

Por su parte, el operador de banca-seguros se apoya en la red de distribución de las entidades bancarias para comercializar seguros, funcionando de manera similar a los agentes, ya sea como exclusivo o vinculado. Su principal particularidad radica en la gestión financiera de las pólizas, ya que son las propias entidades bancarias las encargadas de recibir los pagos de los clientes y trasladarlos a las aseguradoras. A diferencia de los agentes tradicionales, los operadores de banca-seguros se benefician de la confianza y la infraestructura del sector bancario, lo que les permite llegar a un volumen considerable de clientes. Sin embargo, al igual que los agentes, no pueden ofrecer asesoramiento independiente, ya que su actividad está condicionada por los acuerdos que mantienen con las aseguradoras.

Por el contrario, el corredor de seguros se distingue por su total independencia respecto a las aseguradoras. A diferencia de los agentes y operadores de

banca-seguros, no mantiene acuerdos exclusivos con ninguna compañía, lo que le permite comparar múltiples productos del mercado y ofrecer asesoramiento imparcial.

Funciones del corredor de seguros

La labor del corredor de seguros va más allá de la simple comercialización de pólizas, ya que analiza en profundidad las necesidades del cliente y le recomienda la mejor opción disponible sin estar condicionado por intereses comerciales. Además, las corredurías están sujetas a veces a exigencias re-



En la DGSFP están registrados un total de 5.682 corredores y corredurías de seguros

gulatorias más estrictas, lo que se traduce en una mayor protección para el asegurado.

Otra diferencia fundamental es su modelo de remuneración: mientras que los agentes suelen recibir comisiones fijas o variables en función del volumen de ventas de su aseguradora, los corredores perciben comisiones de diversas compañías, lo que les permite ofrecer una mayor flexibilidad y diversidad de productos sin la influencia de una sola entidad.

¿Cómo se remunera a un corredor de seguros?

Una de las dudas más frecuentes en torno a la figu-

ra del corredor de seguros es su modelo de remuneración. A diferencia de otros profesionales, los corredores no cobran directamente a sus clientes por sus servicios ni por el volumen de pólizas que gestionan. En su lugar, su compensación proviene de las comisiones que reciben de las aseguradoras por cada póliza contratada.

El porcentaje de comisión varía según el tipo de seguro y la compañía con la que se contrata. Generalmente, este margen oscila entre el 10% y el 20% del total de la prima. Por ejemplo, si un cliente contrata un seguro de coche con una prima anual de 500 euros, el corredor podría percibir entre 50 y 100 euros en concepto de comisión.

Es importante recalcar que las corredurías están obligadas por ley a ser completamente transparentes respecto a su sistema de remuneración. Aunque pueda parecer que los corredores cobran “demasiado” por su labor, su trabajo aporta un valor añadido: asesoran de manera independiente, ahorran tiempo y dinero a los clientes y facilitan la gestión de siniestros, evitando trámites complejos y garantizando una mejor protección.

¿Cómo convertirse en corredor de seguros?

Para ejercer como corredor de seguros en España, hay que cumplir una serie de requisitos académicos y de formación específicos. Este proceso se estructura en tres pasos.

El primer requisito es contar con una titulación académica mínima, como el Bachillerato o una forma-

ción profesional equivalente. En algunos casos, si el candidato posee estudios relacionados con el sector financiero o asegurador, puede solicitar la convalidación parcial de determinadas asignaturas. Según el Artículo 9 del Real Decreto 287/2021, esta solicitud debe dirigirse a los organizadores del curso formativo correspondiente.

El segundo paso es completar un curso de formación específico en mediación de seguros, con una duración mínima de 300 horas. Este curso, regulado por el Real Decreto 287/2021 permite obtener el certificado de Nivel 1 de Mediación de Seguros, que ha sustituido al antiguo Grupo A. Es importante asegurarse de que el programa elegido esté autorizado por la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP) o por las comunidades autónomas con competencias en mediación de seguros y reaseguros privados.

Por último, una vez acreditado como corredor de seguros, es obligatorio mantener una formación continua para actualizar conocimientos y adaptarse a las novedades del sector. La normativa exige un mínimo de 25 horas de formación anual, las cuales pueden ser impartidas por aseguradoras, distribuidores de seguros, universidades o entidades certificadas.

Sin duda, esta figura sustenta todo lo que un tomador de seguros necesita a la hora de contratar una solución aseguradora: imparcialidad, personalización y, sobre todo, actualización en un contexto en constante cambio.



RAQUEL RAMPÉREZ

Directora general de Purísima Seguros



“Purísima Seguros es de los mutualistas, y eso nos hace ser prudentes y muy cercanos a ellos”

Raquel Rampérez comenzó su carrera profesional en una de las ‘Big4’. Hace más de veinte años entro en Purísima Seguros y, tras ocupar diversos puestos en la mutua-
lidad, en 2011 fue nombrada directora general. Tras el cierre del expediente abier-
to por la DGSFP, la compañía afronta un futuro lleno de oportunidades

Por V.M.Z.. Fotos: V.M.Z.

Purísima ha cumplido 135 años en el mercado español ¿cuál es la clave para mantenerse en un entorno tan competitivo?

La clave de nuestro éxito radica en nuestra especialización y dedicación exclusiva al ramo de decesos. Durante estos 135 años, hemos trabajado para entender profundamente las necesidades de las familias en momentos delicados, ofreciendo no solo un servicio profesional y humano, sino también adap-

tándonos a los cambios de la sociedad. Este compromiso nos permite seguir siendo una referencia en el sector.

¿Qué diferencia a Purísima Seguros de otras aseguradoras en el mercado?

La especialización y la cercanía también. Estamos en plena renovación para modernizar nuestra imagen y procesos, sin perder nuestra esencia. Hemos incluido nuevas cober-

turas diseñadas para que nuestros mutualistas puedan disfrutar de beneficios en vida. Ahora contamos con un Club del Mutualista, que ofrece, entre otros, asesoramiento legal gratuito o descuentos exclusivos para toda la familia, haciendo que este seguro sea útil y rentable para todas las edades, incluidos los más jóvenes. Como ejemplo, si nuestros mutualistas contratan las vacaciones con uno de nuestros descuentos, puede suponer que la cuota del año les salga totalmente gratis. Además, hemos dado un paso importante hacia la digitalización, con el próximo lanzamiento de una web más moderna e intuitiva, que facilita la gestión de servicios y el acceso a información.

El pasado mes de diciembre, la DGSFP cerró el expediente abierto a la mutualidad. ¿Cómo ha sido este proceso y qué planes tiene la compañía a partir de ahora?

Efectivamente, hemos atravesado un período de control especial que ha sido un reto

rados es algo que difícilmente comprenden otras entidades.

¿Cómo define Purísima Seguros su compromiso con los asegurados ¿Qué iniciativas tienen para mejorar su experiencia?

El compromiso es total, está impregnado en la vida profesional de todos los que componen la plantilla de Purísima una clara vocación por dar la mejor atención a sus mutualistas. Purísima aborda muchas iniciativas tras el cambio de la Junta Directiva de 2022, muchos servicios se han mejorado y otros se están creando, como el Club del Mutualista que comentaba antes. Servicios que, sin coste adicional, pueden disfrutar los mutualistas y que está teniendo una gran acogida.

El ramo de decesos es uno de los más demandados por la población española, ¿cómo adapta Purísima Seguros su oferta a las nuevas tendencias del mercado, como la digitalización o la sostenibilidad?

“Estamos en plena renovación para modernizar nuestra imagen y procesos sin perder nuestra esencia”

“Gracias al esfuerzo de nuestro equipo logramos rehacer las cuentas y mostrar nuestra fortaleza financiera y operativa”



importante para la mutualidad. Hubo momentos difíciles en los que se cuestionó nuestra solvencia, pero gracias a la dedicación y al esfuerzo de nuestro equipo, logramos rehacer las cuentas y demostrar la fortaleza financiera y operativa de la entidad. Superar esta etapa nos reafirma como una mutualidad solvente, comprometida y preparada para seguir sirviendo a nuestros mutualistas con la máxima calidad.

¿Qué papel juegan los valores tradicionales en la estrategia de Purísima Seguros?

Purísima Seguros es una entidad con una historia que comenzó junto a la religión y la devoción a la Virgen de la Purísima, esto hace que hayan quedado impresos en nuestro ADN los valores más éticos y conservadores. Purísima es de los mutualistas y eso nos hace ser prudentes y muy cercanos a ellos. La fidelidad de los asegu-

El ramo de decesos, efectivamente, es el que más calado tiene en la sociedad española de entre los no obligatorios. Es curioso que sea un seguro casi exclusivo de España. En nuestro caso optamos por no recargar el contrato con complementarios que no sean específicos del ramo, pero no por ello nos deja de interesar el explorar posibles mejoras tanto en digitalización como en sostenibilidad. En concreto puedo indicar que el proceso de documentación en la mutualidad está digitalizado y que está prevista también la digitalización en la contratación, aunque debo reconocer que este ramo no es muy susceptible de contratación *online* por la alta carga sentimental que conlleva todo lo relacionado con la muerte. Es ahí donde cobran vital importancia los agentes de asistencia y los agentes comerciales quienes dan todas las opciones de contratación tras conocer a las familias y sus necesidades. Y respecto a la sostenibilidad, la mu-

tualidad está muy concienciada con los asuntos medioambientales migrando a la reducción del uso de papel, de la mano con lo que decíamos antes de la digitalización. También exigiendo a los prestadores del servicio fúnebre la reducción de emisiones, etc. Pero la sostenibilidad es también social y de gobernanza. Estas requieren de profundos cambios que se implementan en el Plan Estratégico 2024-2026 entre otras con las políticas de inversión.

¿Qué papel juega la tecnología en la operación diaria de Purísima Seguros?

La tecnología es imprescindible, no solo por las cuestiones del día a día como emisión de recibos, control de asegurados, comunicación de siniestros y prestación de servicios, sino que es imprescindible dada la alta exigencia que se tiene a las entidades aseguradoras con una extensa normativa que si no fuera por la tecnología sería inviable abordar y menos a una entidad de reducida dimensión como nosotros

¿Cuáles son los mayores desafíos que enfrenta el ramo de decesos en la actualidad?

El mayor reto sin lugar a dudas es el normativo. Como he mencionado antes, este seguro es exclusivo de España y como la regulación viene de Europa, donde no existe, al regulador español le cuesta mucho implementar las directrices de Europa a este ramo. Pero si preguntas a nivel social o comercial puedo decirte que la compañía que no se adapte a las nuevas necesidades de la población respecto a los sistemas de enterramiento o a los procesos de duelo tendrá dificultades con sus asegurados presentes o futuros. Actualmente se tiende a la incineración en lugar de entierro, se tiende a no velar tantas horas o incluso a no hacerlo y, desde luego, las ceremonias han dejado de ser solo religiosas a celebrarse de maneras muy diferentes.

¿Cómo es tu experiencia como directora general en una compañía con tanta tradición?

Hace más de 20 años que estoy en esta en-

“Quedan tantas posibilidades que se van a abordar, que oiremos hablar de Purísima por sus mejoras”

“La compañía que no se adapte a las necesidades funerarias tendrán problemas con sus asegurados presentes o futuros”



¿Tienen planes de integrar IA o automatización en sus procesos?

Pues es un asunto apasionante pero desgraciadamente no podemos abordar actualmente estas acciones ya que nos encontramos digiriendo la resaca de haber estado en medidas de control especial tanto tiempo. No te voy a negar que se ha planteado y se ha comenzado a explorar con ChatGPT pero de ahí a integrar la IA queda mucho.

¿Cómo se preparan para atraer a nuevas generaciones de clientes?

Estas generaciones han nacido con un móvil en la mano y por tanto hay que abordarles en ese terreno de juego. Pero seamos sinceros, estas generaciones no compran un seguro de decesos, no es nuestro *target* objetivo, bastante tienen con tratar de madurar, pero no cabe duda que hay que prepararse para su incorporación a nuestro *target*.

tividad, por lo que para remontarme a cuando no estaba ligada a Purísima Seguros tengo que pensar en los años después de salir de la universidad y las largas jornadas en una consultora de las *Big4* que me enseñó constancia y profesionalidad. Creo que trabajar para una mutualidad requiere mucho compromiso y mucha dedicación y si además está enfocada al ramo de decesos, se requiere tremenda empatía.

¿Cómo ves el futuro de Purísima Seguros en los próximos cinco años?

Purísima tiene que crecer contundentemente en los próximos años. Una vez que se ha abandonado la mochila de la Junta anterior y de las medidas de control especial, la empresa debe comenzar a volar. Quedan tantas posibilidades que se van a explorar que estoy convencida de que oiremos hablar de Purísima por sus mejoras.

Aseguradoras

AXA distribuirá sus seguros a través de las oficinas de Correos

Correos y AXA han firmado un acuerdo en virtud del cual la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos se convertirá en distribuidor exclusivo de seguros de AXA, una vez que reciba las autorizaciones legales pertinentes. Este acuerdo a largo plazo, alcanzado tras un proceso de concurrencia competitiva, fue rubricado por Pedro Saura, presidente de Correos, y Olga Sánchez, consejera delegada de AXA España.

Las pólizas de AXA que se distribuirán inicialmente a particulares incluyen seguros de auto, hogar, salud, vida riesgo, accidentes y mascotas. La oferta aseguradora podrá ampliarse posteriormente a cualquier producto de Vida y No Vida que comercializa AXA en España, explica la compañía a través de un comunicado.

Olga Sánchez, consejera delegada de AXA España, ha destacado que "con este acuerdo tene-



Olga Sánchez, CEO de AXA España, y Pedro Saura, presidente de Correos. eE

mos la mirada puesta en el largo plazo y la protección de los ciudadanos de todos los rincones de España como objetivo compartido. Estamos muy contentos de haber logrado superar el proceso de selección de Correos y poder contar con un socio como este por su capilaridad territorial, su historia y por el nivel profesional de sus empleados."

Aniversario

Hiscox celebra sus 20 años en España con un programa especial de actividades en 2025

Hiscox ha dado inicio a las celebraciones por su 20 aniversario en España, un hito que refleja su crecimiento sostenido y su consolidación. Desde la apertura de su oficina en Madrid en 2005, la compañía ha mantenido un crecimiento a doble dígito, basado en una estrategia de productos innovadores, servicio de excelencia y un equipo altamente especializado. Hiscox ha sido pionera en el mercado con soluciones aseguradoras diseñadas para empresas y profesionales. Fue una de las primeras compañías en ofrecer en España un seguro de Responsabilidad Civil profesional para más de 200 actividades, desde la medicina hasta la arquitectura o la abogacía.

También revolucionó el sector con el lanzamiento de un seguro de D&O para pymes y autónomos. Además, jugó un papel clave en la democratización del seguro de ciberriesgo, facilitando el acceso a la protección contra amenazas digitales para empresas

de todos los tamaños. Este crecimiento también se ha reflejado en la evolución de su equipo humano, que pasó de 4 personas en 2005 a cerca de 100 en la actualidad. La compañía ha mantenido un fuerte compromiso con la innovación, adaptando su oferta a las necesidades cambiantes del mercado.

Además, ha desarrollado herramientas digitales como Hiscox Xpress, su canal de cotización, y MyHiscox, una plataforma digital para impulsar el negocio de los corredores de seguros. Las celebraciones por este 20 aniversario estarán enfocadas en fortalecer la relación con los corredores de seguros.

Hiscox celebra sus 20 años en España con el respaldo de un grupo con más de 120 años de historia y una sólida estabilidad financiera. La compañía cuenta con calificaciones 'A' por AM Best y S&P, y 'A+' por Fitch, reflejo de su disciplina de suscripción, estrategia diversificada y gestión de capital.



Hacia un hogar sostenible en 2025: un enfoque consciente del consumo

El inicio del año invita siempre a la reflexión sobre los hábitos de consumo y estilo de vida y el impacto que tienen en el entorno. También en nuestros hogares

Ana M. Serrano. Fotos: iStock

Uno de los propósitos más comunes es transformar el hogar en un espacio más económico y eficiente, especialmente durante los meses de invierno, cuando el consumo de energía se intensifica. No se trata de una tendencia pasajera, sino un compromiso constante que requiere de acciones conscientes y soluciones responsables.

Las grandes firmas de electrodomésticos contribuyen al ahorro de energía y a la conservación del entorno mediante diseños cada vez más eficientes y sostenibles. Aparte de la popular etiqueta energética, los fabricantes aplican a sus nuevos modelos tecnologías de última generación que evitan factu-

ras de electricidad estratosféricas y mejoran la calidad de los mismos. También ayudan al consumidor mediante consejos prácticos y sencillos.

Alimentación: pilar de la sostenibilidad doméstica

El desperdicio de alimentos supone un desafío que requiere atención y soluciones. Según datos de la FAO, se estima que en España se desechan aproximadamente 7,7 millones de toneladas de alimentos al año: más de 250 kilos de comida por segundo.

Modelos como el Combi Door Cooling+ de LG (con cascada de aire frío en puerta) o la tecnología AeroFresh –sistema avanzado de circulación de aire–

de Grundig permiten conservar los alimentos hasta un 30% más. Otro sistema destacado es Vitamin-Zone. Emulando el efecto de la luz del sol, consigue prolongar la frescura de frutas y verduras y mantener sus propiedades nutricionales.

Más allá de la tecnología, se sugiere adoptar prácticas como la planificación de menús y métodos de conservación caseros: uso de papel de aluminio, film o las bolsas herméticas.

El cuidado de la ropa y las lavadoras ecológicas

El cuidado de la ropa y el uso eficiente de la lavadora también contribuyen a la sostenibilidad del hogar. La adopción de tecnologías innovadoras, como sistemas de dosificación automática de detergente, motores de bajo consumo y programas de lavado ecológicos, son medidas importantes para reducir el impacto ambiental.

Grundig incorpora tecnologías innovadoras como WaterCare –protege las prendas y la dispersión de microfibras en los océanos–, ProDose –detecta la suciedad, el peso y el tipo de tejido para dosificar la cantidad de detergente– o el Motor Inverter Eco, que reduce el consumo de energía al mínimo sin perder eficiencia. La lavadora inteligente AI Direct Drive (LG) incorpora programas de lavado ultrarrápidos e IA para detectar las características del tejido y la carga reduciendo un -10% el desgaste de la ropa.

Se recomiendan también prácticas como el lavado en frío, el uso de cargas completas y el mantenimiento regular del electrodoméstico para prolongar su vida útil y optimizar la eficiencia.

Cocina: ahorro energético y placer culinario

La cocina ofrece múltiples oportunidades para in-

tegrar la sostenibilidad en el día a día. Cocinar a fuego lento no sólo realza los sabores y conserva los nutrientes de los alimentos. También consume menos energía, lo que supone un ahorro considerable en la factura de electricidad. La elección de placas de cocción con control preciso de la temperatura asegura una cocción uniforme y resultados óptimos.

Respecto al horno, se aconseja emplearlo lo menos posible (alternativas como el microondas o las freidoras de aire proporcionan resultados similares), pues se trata de uno de los electrodomésticos que más energía consume. A la hora de adquirir un horno nuevo conviene apostar por aquellos más eficientes. Incluso por los conectados, que permiten el control a distancia de la preparación y mantenerlo en funcionamiento lo imprescindible.

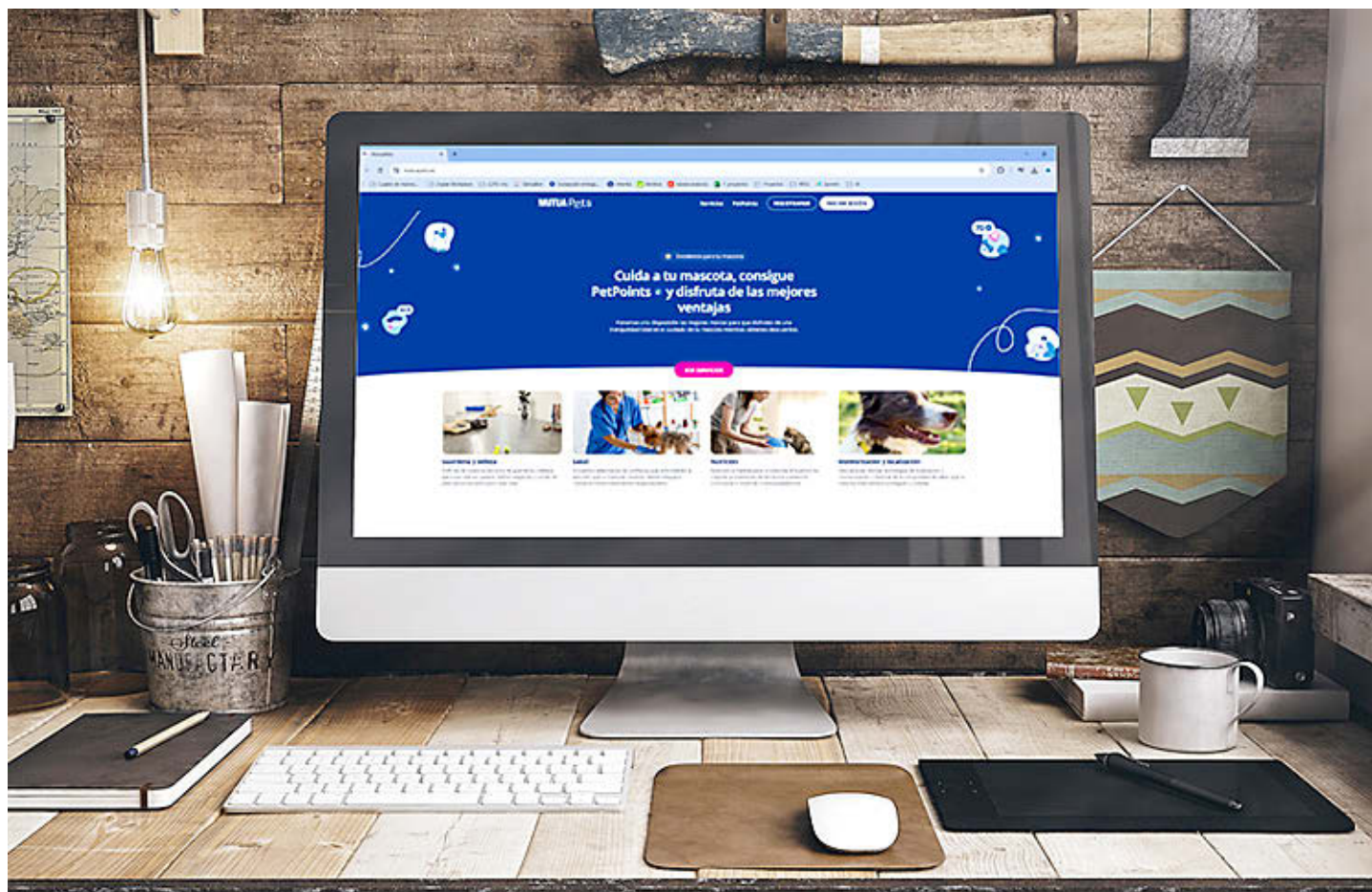
Lavavajillas: un aliado para el ahorro de agua

En contra de la creencia popular, el lavavajillas, cuando se utiliza de manera adecuada, puede ser un aliado valioso en la reducción del consumo de agua. La clave reside en utilizarlo únicamente cuando esté completamente lleno y seleccionar programas de lavado eco. Muchos modelos modernos incorporan sensores que ajustan automáticamente el consumo de agua y energía en función de la carga, lo que maximiza el ahorro de recursos.

El consumo fantasma: el enemigo invisible

El consumo fantasma se produce cuando los electrodomésticos están en modo de espera. Se recomienda apagar los electrodomésticos que no se utilicen de forma permanente, como la televisión, para evitar el consumo innecesario. Algunos modelos incluso ofrecen modos eco, que reducen el consumo energético durante su uso.





La web de MutuaPets agrupa distintos servicios y productos esenciales para el cuidado de las mascotas. Mutua

MutuaPets: la solución integral de Mutua para el cuidado de las mascotas

La aseguradora pone en marcha una plataforma que integra todos los servicios necesarios para el cuidado de perros y gatos. MutuaPets reúne, entre otros, servicios veterinarios, de guardería o de nutrición

Roberto Gómez

Mutua Madrileña amplía su cartera de servicios con el lanzamiento de MutuaPets, la primera plataforma para el cuidado integral de las mascotas. El portal, disponible para clientes y no clientes de la aseguradora, permite acceder con descuentos a todo tipo de productos y servicios en un único espacio. Su valor diferencial reside en la amplia oferta y en la cuidadosa selección de *partners*, que cuentan con el respaldo de Mutua.

El cuidado de las mascotas es cada vez más importante y algo a lo que sus dueños dedican mucha atención, pero no siempre es sencillo encontrar pro-

ductos y servicios de confianza. Ante esta realidad, MutuaPets nace como una plataforma digital fácil de usar donde los usuarios pueden informarse y contratar servicios y productos para sus mascotas.

Ofrece entrega a domicilio de alimentos, tanto tradicionales como cocinados en el momento, y también servicios presenciales como peluquería, guardería y veterinario a domicilio, lo cual puede ser especialmente conveniente para gatos.

No se trata de un *marketplace* al uso, sino que quiere convertirse en una comunidad de mascotas en

la que se premie a los dueños de con descuentos, ventajas por fidelización y acceso preferente a nuevos productos y servicios cada mes.

Por el momento, los servicios de MutuaPets se ofrecen para perros y gatos en la Comunidad de Madrid, aunque algunos de ellos están disponibles en todo el país, como es el caso de la alimentación, las consultas veterinarias *online* o el asesoramiento nutricional

Funcionamiento sencillo

El funcionamiento de MutuaPets no podría ser más sencillo: una vez el usuario encuentra el servicio o el producto que está buscando, pulsa en el botón *Me interesa* y se le facilita un código personalizado con el que acude al veterinario, la guardería o el servicio escogido. El código funciona como una promoción que se canjea en el lugar donde se presta el servicio elegido.

Todos los clientes recibirán recompensas por los servicios consumidos, entre las que se encuentran tanto productos de lujo, como puede ser un baño con camomila, hasta un mes gratis de un robot de cocina con el que el cuidador de la mascota puede

preparar de forma remota y en tiempo real la comida de su mascota.

Entre los proveedores de la nueva plataforma de Mutua Madrileña destacan el grupo veterinario Medivet, el centro de bienestar canino UpDog, los dispositivos de control de constantes de Kolycon o el novedoso robot de cocina y su modelo de suscripción de Kibus. Socios de confianza con los que ofrecer a las mascotas de los usuarios de MutuaPets el mejor servicio.

PetPoints

Cada vez que el usuario utiliza cualquiera de los servicios ofrecidos por MutuaPets, gana PetPoints. Según se vayan acumulando, pueden canjearse por nuevos productos, servicios y regalos.

Para poder acceder a todas las ventajas de MutuaPets es necesario registrar a las mascotas en la plataforma. No obstante, el proceso es muy sencillo y no lleva más de dos minutos y, además, permite registrar varias mascotas por usuario. Una vez que el usuario ha registrado a su mascota, ya puede acceder a un área de perfil en el que gestionar las solicitudes de productos y servicios, así como consultar los PetPoints acumulados.

Mutua Ventures

MutuaPets es fruto del trabajo de Mutua Ventures, la apuesta estratégica del Grupo Mutua para acelerar ideas y desarrollar negocios innovadores. Creada en 2022, invierte en startups con equipos comprometidos y proyectos que aporten valor añadido a la oferta de mercado con un importante componente tecnológico.

Además de ese eje inversor, Mutua Ventures engloba también un *venture builder* que, gracias al Programa de Intraemprendimiento de Mutua, promueve desde 2015 una convocatoria anual en la que anima a sus empleados a desarrollar ideas innovadoras que puedan materializarse en proyectos reales de mejora del negocio, productos o servicios para la compañía.

El primer caso de éxito del builder es MutuaHome, una plataforma que permite solicitar más de 200 servicios diferentes de mantenimiento, instalación, reparación y reformas para el hogar y que este año alcanzará las 35.000 asistencias gestionadas, con alcance en toda España. Otros proyectos nacidos en el Programa de Intraemprendimiento son el servicio de atención automática al mutualista 24 horas, el servicio de transcripción y análisis y llamadas o el recomendador de talleres.



El programa de intraemprendimiento permite a los empleados de Mutua convertirse en emprendedores que definen y desarrollan proyectos. J. Valeiro

Seguros de hogar: ¿cómo protegen la vida digital de las familias?

El uso de la tecnología ofrece muchas posibilidades, pero también conlleva importantes riesgos. Por ello, los seguros de hogar cada vez cuentan con más coberturas destinadas a proteger nuestra vida digital

Diego F. Torrealba
Fotos: iStock

Todos, o por lo menos la mayoría, estaremos de acuerdo en que la tecnología —concretamente la informática, empezando por internet y acabando por la cada vez más desarrollada IA— es un poderoso arma de doble filo, pues ofrece unas gigantescas posibilidades y oportunidades, pero también entraña unos importantes riesgos y peligros que deben tratar de detectarse y minimizarse. Por supuesto que a gran escala, pero también a la pequeña: desde las enormes corporaciones a los ordenadores personales que tantos tenemos en casa y utilizamos a menudo; y cómo no, a los omnipresentes móviles que (para bien y para mal) se han convertido en una parte casi indispensable de nuestras vidas.

Quedándonos en esa pequeña escala, la de la vida digital, usar los dispositivos personales (ordenador, *tablet*, móvil) entraña bastantes riesgos que está bien considerar, sin caer tampoco en la paranoia. Los frecuentes ataques cibernéticos —*phishing*, suplantación de identidad, hackeo de cuentas bancarias, virus...— conviven con multitud de webs de contenido nocivo, especialmente para los niños, e infor-

maciones falsas o interesadas que hay que saber detectar. Por no hablar del acoso cibernético, del peligro de la adicción al móvil o a cualquier otro dispositivo tecnológico, de la invasión a la intimidad o a las leyes sobre protección de datos. En fin, todo ese mundo turbio que ya conocemos.

Teniendo todo eso en cuenta es lógico que la mayoría de los seguros de hogar integren entre sus coberturas garantías relacionadas con la protección digital, que se suman a las originales de asistencia informática, como la de resolución de incidencias de manera online, telefónica e incluso presencial o la configuración de datos en la nube.

Coberturas de protección digital

Aunque cada seguro es un mundo, en líneas generales un buen servicio de protección informática integrará coberturas de utilidad como:

- Copias de seguridad: ofrece la asistencia de un experto informático para la realización de un *backup* o copia de seguridad, con el que pueden salvaguar-





darse los archivos y documentos que más interese conservar.

- Recuperación de datos: sirve para recuperar información (de las memorias, discos duros, sistemas de almacenamiento) en caso de que algún dispositivo haya quedado dañado y no permita el acceso a los datos que contiene.

- Rastreo de dispositivos tecnológicos: una garantía de mucha utilidad en caso de que se pierda el dispositivo, incluso si ha sido robado. Con ella se configura el aparato para que disponga de un programa de rastreo y bloqueo por geolocalización y se enseña al usuario a manejarlo.

- Control parental: de mucha utilidad, teniendo en cuenta los muchos peligros a los que se exponen los menores cuando usan los dispositivos. Este servicio suele ser de asesoría, ayudando a la prevención y protección. ¿De qué manera? Por un lado, instalando *softwares* de control parental que sirvan para bloquear el acceso de los niños a determinadas páginas, redes, aplicaciones o incluso temáticas (violencia, sexo), así como prevenir y evitar el uso excesivo de internet, lo que puede desembocar en adicción; por el otro, aconsejando a la hora de seleccionar aplicaciones y tomar medidas para conocer, tutelar y si es preciso limitar la actividad de los más pequeños tanto en internet como en las redes sociales.

- Gestión del acoso en internet: otro gran peligro al que se enfrentan los niños es el *cyberbullying*, o acoso a través de medios digitales. Por eso un servicio de asistencia para la denuncia de este tipo de casos y la recopilación de pruebas, con el apoyo de un equipo legal, puede ser importante.

- Asesoría sobre derechos en compras por internet: aunque son muy prácticas, las compras a través de la red también entrañan riesgos, entre ellos el de estafa. Un servicio de asistencia puede brindar consejos al respecto de las compras y ventas *online*.

- Borrado de la huella digital: otra garantía importante, para dar más facilidad de eliminar la información personal en la red que se desee, poniendo especial hincapié tanto en los buscadores como en las redes sociales. También puede notificarse al cliente sobre menciones acerca de su identidad en la red.

- Reclamaciones ante la agencia de protección de datos: esta cobertura no sólo facilita asesoría legal al respecto, sino que puede encargarse de gestionar y realizar reclamaciones concretas a la APD.

- Apoyo legal: la asistencia legal también podría facilitarse en muchos terrenos, desde la simple asistencia jurídica a la defensa de la responsabilidad civil e incluso penal.

Los riesgos cibernéticos son la principal preocupación de las empresas

Según el último 'Allianz Risk Barometer', las filtraciones de datos, los ciberataques a infraestructuras, el aumento de los ataques de 'malware' y 'ransomware' o las interrupciones en las cadenas de suministros son los incidentes que más pueden desestabilizar el funcionamiento de las empresas

Redacción. Fotos: iStock

Los ataques cibernéticos son el principal riesgo global para las empresas en 2025 según el último *Allianz Risk Barometer*. Es el cuarto año consecutivo que estos incidentes ocupan la primera posición del ranking cuando, hace diez años, el riesgo cibernético se quedaba en el puesto número 8 a nivel global con solo el 12% de las respuestas, en comparación con el 38% del informe de este año. Otros riesgos que preocupan a las empre-

sas son las interrupciones en el negocio, las catástrofes naturales, los cambios en la legislación y el cambio climático.

Los incidentes cibernéticos que más preocupan son, en primer lugar, las filtraciones de datos con un 61%, seguidas de los ciberataques a infraestructuras críticas (57%) y el aumento de ataques de *malware* (software malicioso) y *ransomware* (secuestro de datos),





Allianz Partners ha desarrollado la plataforma 'Allyz Cyber Care' para impulsar la ciberprotección de las empresas.

con un 49%. También destacan las interrupciones por fallos en las cadenas de suministro digitales y en las plataformas de nube y servicios (29%) y, en quinto lugar, la suplantación de correo electrónico empresarial (18%).

Por otro lado, para muchas empresas, este aumento del riesgo cibernético se ha exacerbado por el rápido desarrollo de la inteligencia artificial (IA). Un ejemplo es el incidente de CrowdStrike en el verano de 2024 que dejó en evidencia la dependencia de las empresas y de la sociedad de los sistemas tecnológicos. Sin embargo, la IA también tiene el potencial de mejorar las medidas de seguridad cibernética, ofreciendo un arma de doble filo en el ecosistema digital.

Estos riesgos son especialmente preocupantes en sectores como la aviación, la industria química y el entretenimiento. Los servicios financieros, los medios de comunicación, los servicios profesionales como el jurídico y los sectores de las telecomunicaciones, también citan el ciberespacio como su riesgo más preocupante.

“La evolución continua del panorama digital nos lleva a enfrentarnos a riesgos que, a veces, ni si quiera conocemos”, señala Cristina Rosado, Head Comercial de la línea de Dispositivos Móviles y Riesgo Digital (MDDR) en Allianz Partners España. “Para protegernos, debemos empezar por auto-educarnos en los métodos más comunes de ciberdelin-

cuencia y aprender a actuar verificando siempre los datos del remitente, evitar hacer clic en enlaces sospechosos y utilizar un *software* de antivirus actualizado”, añade.

Pero sin duda, invertir en un seguro de ciberriesgo proporciona una capa adicional de protección. “A medida que los cibercriminales se vuelven cada vez más sofisticados, incluso las personas y las empresas más precavidas pueden estar en riesgo, por lo que el seguro de ciberriesgo es una protección crucial contra posibles pérdidas”, apunta la experta.

Allianz Partners, como empresa innovadora del Grupo Allianz, ha desarrollado *Allyz Cyber Care*, una nueva plataforma que ofrece funcionalidades como la posibilidad de acceder a servicios preventivos a través de soluciones de protección VPN, gestor de contraseñas, navegación segura y sistema de encriptación de la identificación ID. También ofrece coberturas de seguros de protección bancaria, reputación online, compra protegida y recuperación de datos.

“Vemos cómo los límites entre el mundo físico y el digital se difuminan y hay que entender las nuevas preocupaciones de las personas. Las víctimas de los delitos cibernéticos se enfrentan a daños económicos y emocionales que desde Allianz Partners queremos paliar; con *Allyz Cyber Care* queremos proteger a nuestros clientes y facilitarles que puedan tener el control de su vida digital”, concluye Cristina Rosado.



Las pérdidas aseguradas por los incendios en Los Ángeles en enero oscilarán entre las 20.000 y los 50.000 millones de dólares.

Los incendios agravan la crisis del seguro de hogar en California

Un desastre natural con repercusiones en el mercado asegurador que pone de manifiesto la importancia de la gestión de los riesgos relacionados con las catástrofes naturales

V. M. Z. Fotos: Reuters

Los incendios forestales que han arrasado recientemente Los Ángeles han intensificado una crisis que los propietarios de viviendas de California sufren desde hace años: la dificultad para contratar un seguro de hogar. La creciente exposición a catástrofes naturales, unida al aumento de los costes de construcción y reaseguro, ha llevado a muchas aseguradoras a restringir su actividad en el estado o, directamente, a dejar de operar.

State Farm General Insurance Company, uno de los principales proveedores de seguros de hogar en California, ya anunció en mayo de 2023 que dejaba de aceptar nuevas solicitudes de seguros de propiedad y accidentes en el estado. La empresa justificó esta decisión por el "aumento histórico de los costes de construcción que superan la inflación, el rá-

pido crecimiento de la exposición a catástrofes y un mercado de reaseguros desafiante". Ahora, con miles de viviendas afectadas por los incendios y propietarios que no han podido renovar sus pólizas, las consecuencias de la crisis aseguradora son más evidentes que nunca.

Alternativas para los propietarios sin seguro

La reducción de la oferta aseguradora ha obligado a muchos propietarios a recurrir a alternativas estatales, como el programa California FAIR Plan, diseñado como un "último recurso" para quienes no encuentran cobertura en el mercado asegurador privado. Las pólizas de FAIR Plan suelen ser más caras y ofrecen coberturas limitadas, lo que obliga a los asegurados a contratar pólizas adicionales, conocidas como "wrap around", para completar la protección

de su vivienda. Como resultado, el coste total del seguro de hogar se ha disparado en las zonas de mayor riesgo.

Hasta septiembre de 2024, la exposición del FAIR Plan a viviendas había aumentado un 61% respecto al año anterior, alcanzando los 458.000 millones de dólares, tres veces más que hace cuatro años. En el caso de las pólizas comerciales, la exposición se ha duplicado en el último año, llegando a 26.600 millones, un aumento del 464% en cuatro años.

Nueva regulación para atraer aseguradoras

Ante la crisis del seguro de hogar en California, el Departamento de Seguros del estado ha anunciado nuevas regulaciones para incentivar a las aseguradoras privadas a volver a ofrecer pólizas en las zonas de alto riesgo. Las nuevas normas establecen que las compañías deberán ofrecer cobertura en estas áreas en proporción al 85% de su cuota de mercado estatal. Además, se les permitirá incluir los costes de reaseguro en sus cálculos de tarifas, algo que hasta ahora estaba prohibido en California. Estas medidas han generado críticas, ya que podrían traducirse en aumentos de hasta un 50% en las primas, según advierte Consumer Watchdog.

El impacto financiero en el sector asegurador

El daño provocado por los incendios en Los Ángeles es incalculable. Según el Departamento de Silvicultura y Protección contra Incendios de California, hasta la fecha se han registrado 312 incendios, con un saldo de 28 fallecidos y la destrucción de 16.255 estructuras. Las estimaciones de la Universidad de California sitúan el daño total en más de 20.000 millones de dólares, lo que aumentará significativamente las reclamaciones de seguros en 2025 y afectará a la rentabilidad de las aseguradoras en EEUU.

Según un informe de la consultora GlobalData, los seguros de propiedad representarán el 13,1% de las reclamaciones del mercado asegurador estadounidense en 2025, con un total de 247.000 millones de dólares en indemnizaciones. Además, se prevé que las pérdidas aseguradas aumenten un 7,5%, pasando de 180.100 millones en 2024 a 193.600 millones en 2025. "Los recientes incendios en Los Ángeles supondrán una gran carga financiera para las aseguradoras, con pérdidas aseguradas que podrían estar entre las más altas en la historia de California", advierte Manogna Vangari, analista de seguros en GlobalData.

A pesar de ello, el mercado de seguros de propiedad en EEUU crecerá, con una tasa compuesta anual (CAGR) del 7,3% entre 2025 y 2029, alcanzando los 551.100 millones de dólares en 2029.

Entre los desastres más costosos de la historia

Los incendios en California se perfilan como uno de los 20 desastres naturales más costosos en la historia de EEUU. Sectores clave del seguro, como los



Muchas aseguradoras han dejado de asegurar viviendas de alto valor en las zonas de alto riesgo de incendio en California.



Los incendios de principios de año en Los Ángeles podrían ser los más costosos para el sector asegurador.

seguros de hogar, seguros especializados y seguros comerciales, se verán especialmente afectados.

Las pérdidas aseguradas por los incendios podrían oscilar entre 20.000 y 50.000 millones de dólares. Se espera que los reaseguradores asuman una gran parte de estas pérdidas, especialmente en seguros de hogar y comerciales. "Los incendios en Los Ángeles podrían superar las expectativas de reclamaciones para aseguradoras y reaseguradoras en los próximos años. La mayor frecuencia de estos eventos impulsará la demanda de seguros de hogar más completos y acelerará la expansión del mercado de seguros de propiedad en EEUU", concluye Vangari.



Las generaciones más jóvenes apuestan por la sostenibilidad en sus medios de transporte. iStock

La movilidad de la Generación Z: entre la flexibilidad y la necesidad

Han nacido en la era digital, crecen con el móvil como extensión de su vida y enfrentan el desafío del cambio climático. Pero ¿cómo se mueve realmente la Generación Z?

V. M. Z.

Su movilidad es multimodal en la ciudad, limitada en el campo, compartida y en ocasiones distraída. Y aunque el discurso medioambiental resuena entre ellos, su forma de desplazarse no siempre es tan ecológica como podría parecer. El coche privado sigue, pero con menos peso. Los datos demuestran que los jóvenes de entre 15 y 28 años utilizan menos el coche que las generaciones anteriores. Según la Encuesta de Características Esenciales de la Población y Viviendas del INE, el 45% de los menores de 30 años usan el vehículo particular para ir al trabajo o a sus estudios, frente al 71,7% de los adultos entre 30 y 49 años. Son también quienes más utilizan el transporte público (29%) o se desplazan a pie (21,6%).

Una tendencia que también se refleja en Europa. Un estudio de McKinsey en 2023 señalaba que solo el 32% de los jóvenes de la Generación Z consideran el coche su opción preferida para el futuro, por debajo del transporte público (43%) y la micromovilidad (41%). El profesor de Sociología Mariano Urraco atribuye este cambio a la realidad socioeconómica: "la Generación Z ha crecido en crisis económicas. No sé si les encanta compartir coche, pero es lo que hay. Antes, la propiedad del vehículo era símbolo de independencia, ahora muchos jóvenes no pueden permitírselo y apuestan por alternativas como el *carsharing* o el transporte público".

El fenómeno es especialmente visible en las ciudades, donde la flexibilidad y la tecnología han facilitado

tado la adopción de nuevas formas de movilidad. La tendencia a retrasar la obtención del carné de conducir es un claro indicador: en 2003, el 75% de los permisos de conducir tipo B eran expedidos a jóvenes de entre 18 y 28 años. En 2023, ese porcentaje cayó al 67%, según la Dirección General de Tráfico (DGT). En palabras de Pere Navarro, director de la DGT: "En la España rural, los jóvenes se sacan el carné a los 18 años porque lo necesitan. En las ciudades, esperan hasta los 27, cuando realmente les hace falta".

En los entornos urbanos, la movilidad compartida y la micromovilidad han ganado protagonismo: alquiler de patinetes y bicis eléctricas, *carsharing* y servicios de transporte flexible. Pero en el ámbito rural, la dependencia del coche sigue siendo inquebrantable. Pablo Morente, del Consejo de la Juventud de España, lo resume así: "en los pueblos, si no tienes coche, estás atado. Las conexiones de transporte público han disminuido en los últimos años, y muchas opciones sostenibles simplemente no existen".

Seguridad: más conciencia, más distracciones

Los jóvenes Z parecen más concienciados con la seguridad vial que sus predecesores. El informe *Edad y siniestralidad en carretera de 2019* muestra que la frecuencia de accidentes en menores de 22 años es del 29%, superior a la media, pero con siniestros menos graves.

Además, los datos del Instituto Nacional de Toxicología indican que solo el 9,1% de los conductores jóvenes dieron positivo en alcohol, muy por debajo de franjas mayores (por ejemplo, el 25,7% de los conductores entre 25 y 34 años). Sin embargo, la gran amenaza para esta generación es la distracción. Según un estudio de la Fundación Mutua Madrileña y Aesleme, el 32,4% de los jóvenes admite usar *apps* de mensajería al volante. Y casi el 23% reconoce contestar llamadas mientras conduce. A esto se suma la falta de descanso. La Fundación Mapfre advierte de que la tecnología reduce la calidad del sue-

ño en los jóvenes, aumentando el riesgo de accidentes por somnolencia.

La Generación Z está asociada al activismo medioambiental, pero ¿es coherente su movilidad con esa imagen? Según el CIS de abril de 2024, solo el 0,4% de los jóvenes entre 18 y 24 años consideran el cambio climático el principal problema de España, aunque el 6% lo mencionan entre sus preocupaciones secundarias. Mariano Urraco es escéptico: "Sí, les preocupa el medio ambiente, pero si les das a elegir entre tener un coche contaminante o no tenerlo, la mayoría elegiría tenerlo".

Por su parte, Pablo Morente matiza y afirma que "somos la primera generación que impulsa el fin de los vuelos cortos cuando hay alternativa en tren. Y cada vez luchamos más por integrar la bicicleta como opción real y segura".

Una movilidad en transformación

La Generación Z está cambiando la forma de moverse. No han renunciado al coche, pero lo utilizan menos. Han abrazado la movilidad compartida y el transporte público, pero la precariedad sigue marcando muchas de sus decisiones. Son más conscientes de la seguridad vial, aunque las distracciones son su gran desafío. Y aunque el medio ambiente está en su discurso, la movilidad sostenible no siempre es su prioridad.

Las ciudades avanzan hacia un modelo más flexible, mientras que el ámbito rural sigue dependiendo del coche. La movilidad de los Z no es homogénea, pero está marcada por un factor común: la necesidad de adaptarse a un mundo en constante cambio, al que también deberán adaptarse las aseguradoras, construyendo sus pólizas al ritmo que marquen las preferencias de la Generación Z.



Los cambios son duraderos o no son

Cada vez que comienza un año nos proponemos muchos cambios: tener hábitos más saludables, nuevas metas laborales y profesionales... Pero no siempre los conseguimos ¿cómo podemos hacer para que los cambios que nos proponemos perduren en el tiempo?

Ana Méndez.

Habitualmente nos planteamos cambiar por algún motivo o razón que, en la mayoría de las ocasiones, no pasa de ser un mero imaginario. Aquí veremos algunas claves que normalmente nos pasan desapercibidas en torno a nuestras decisiones, pero que a la larga sembrarán el germen de lo que tendrá continuidad o no en nuestra vida e influirán en aquello que deseamos transformar.

Un cambio no deja de ser una decisión personal, podemos estar de acuerdo en esto. En principio, nadie nos empuja a tomarla..., ¿o sí? Desde ahí quiero iniciar esta cuestión. ¿Estamos ante un asunto propio o nos viene dado? Lo normal es que nos venga dado, nos guste o no. Entonces, va la siguiente pregunta: Si no es una decisión mía, ¿me apropiaré de ella o me dejaré llevar?

Lo que parece nimio se convierte en el hilo conductor de la cuestión, si no tomo posición con respecto a aquello que deseo cambiar, transformar, corregir, modificar, mejora, en mí, se quedará en una mera conducta y no pasará de ahí. Sin embargo, si deseo desde un lugar propio, decidido, arraigado y enfocado, obtendré logros más profundos y duraderos en el tiempo.

¿Cómo saberlo? Interrógate acerca de ese lugar, no solo en cuanto a objetivos y para qué, que también tendrás que hacerlo, sino de desde dónde partes, desde dónde fundas esa decisión.

Una cuestión importante a tener en cuenta. Nada de lo que hacemos tiene que ver con lo que hacemos, existe una intención (o más) oculta, casi diríamos inconsciente. Búscala, profundiza en ti, arriégate a indagar, a preguntarte y a cuestionarte sana y genuinamente acerca de eso que te pide actuar y avanzar. No te quedes con lo primero que se te ocurra, ve más allá. Cuanto más comprendas, más crecerás.

No es lo mismo tener un cuerpo 10 porque estoy comprometida con mi salud y mi imagen personal que anudo a mi marca profesional, por ejemplo, que un cuerpo 10 porque estamos a principio de año y todo el mundo va al gimnasio. El ejemplo es muy básico, pero nos sirve de puro obvio. Pues así con



Cuando el cambio no surge de uno mismo, está condenado al fracaso. iStock

todo. Búscate en tus desde donde inicias lo que inicias. Y, sobre todo, encuéntrate.

Tendrás el mejor soporte que actuará de palanca para mover lo que parecía inamovible, aquello que no conseguías correr ni un centímetro del mismo sitio de siempre y habrás superado el enésimo intento fallido.

La honestidad con uno mismo se da por supuesta, no existen atajos ni engaños intermedios, colapsarían igual. El diálogo ha de ser genuino, interno, propio y singular. Limpio de polvo y paja, porque si a los cambios deseados no les damos profundidad, no serán, ni ahora ni nunca.



VIVO

1. (i)

ESO QUE TE HACE REÍR

Eso que quieres cuidar con **PREVENTIVA VIVO**,
el seguro de decesos que siempre está
cuando más lo necesitas.

loquetehacevivir.com
900 20 30 10



Preventiva | VIVO
Seguros DECESOS

¿Conviene rescatar parcialmente un plan de pensiones?

Desde el 1 de enero de 2025 ya se pueden retirar parcialmente las aportaciones a los planes de pensiones. Aquellas que tengan diez o más años de antigüedad, junto con los dividendos que hayan generado, son las que podrán rescatarse. Pero ¿merece la pena hacerlo? Esa es la pregunta a la que ofrecemos respuesta en este artículo

Diego Fernández Torrealba. Fotos: iStock

Analizamos un cambio en la legislación importante que se ha producido desde el pasado 1 de enero, y que puede ser de mucho interés para quienes tengan un plan de pensiones por las importantes repercusiones que tiene.

Nos referimos a una medida que acaba de entrar en vigor por la que se pueden rescatar las aportaciones a los planes de pensiones (junto con los di-

videndos que estas hayan generado) siempre que éstas tengan diez o más años de antigüedad. Ese es el único requisito, por lo que ya no se necesita demostrar que se es desempleado de larga duración, se tiene alguna incapacidad o se padece una enfermedad grave para llevarla a cabo.

Por lo tanto, serán posibles los rescates... pero estos serán parciales, porque sólo podrán hacerse de las aportaciones que lleven diez o más años, pues las demás, las más recientes, no las podrán retirar. En cuanto a la manera de realizar la operación, puede ejercerse de golpe (en forma de capital), como una renta (fijándose la periodicidad con la que se pretende recibir el dinero ahorrado) o mezclando ambos sistemas.

Una valoración y un dato

Con respecto a si es una buena decisión ese rescate parcial, les podemos aportar una valoración y un importante dato que les ayuden a aclarar el panorama si se están planteando el rescate parcial.

Lo primero es recordar el objetivo de los planes de pensiones, su sentido último. Y ese es acumular ahorro de cara a la jubilación (una etapa que hay que planificar con cuidado ya que puede durar muchos años). El dinero extra del plan de pensiones se suma así al que corresponda de la pensión pública, lo que puede ayudar a disponer de mayores garantías económicas y disfrutar de una mejor calidad de vida en esa etapa vital.

En cuanto al dato de importancia, es este: el dinero que se retire en el plan de pensiones tributa en el IRPF como rendimiento del trabajo. Es decir, el capital rescatado se suma a los rendimientos del año, y sobre esa base se calcula el impuesto. Por ello,





cuanto más dinero se retire mayor será el tipo impositivo aplicado, y el coste de los impuestos será mayor para el contribuyente.

¿Es recomendable hacerlo?

Presentado el escenario, falta por responder a la pregunta que se harán muchos: ¿es recomendable ese rescate parcial? La respuesta a esa pregunta no se la podemos dar, pues es personal y dependerá de cada circunstancia.

En líneas generales no parece la mejor idea rescatar antes de tiempo las aportaciones realizadas al plan de pensiones a menos que se necesite verdaderamente, que por cualquier motivo importante deba disponerse de una cantidad de dinero en el presente y futuro cercano y no quede otra que dar el visto bueno a la operación.

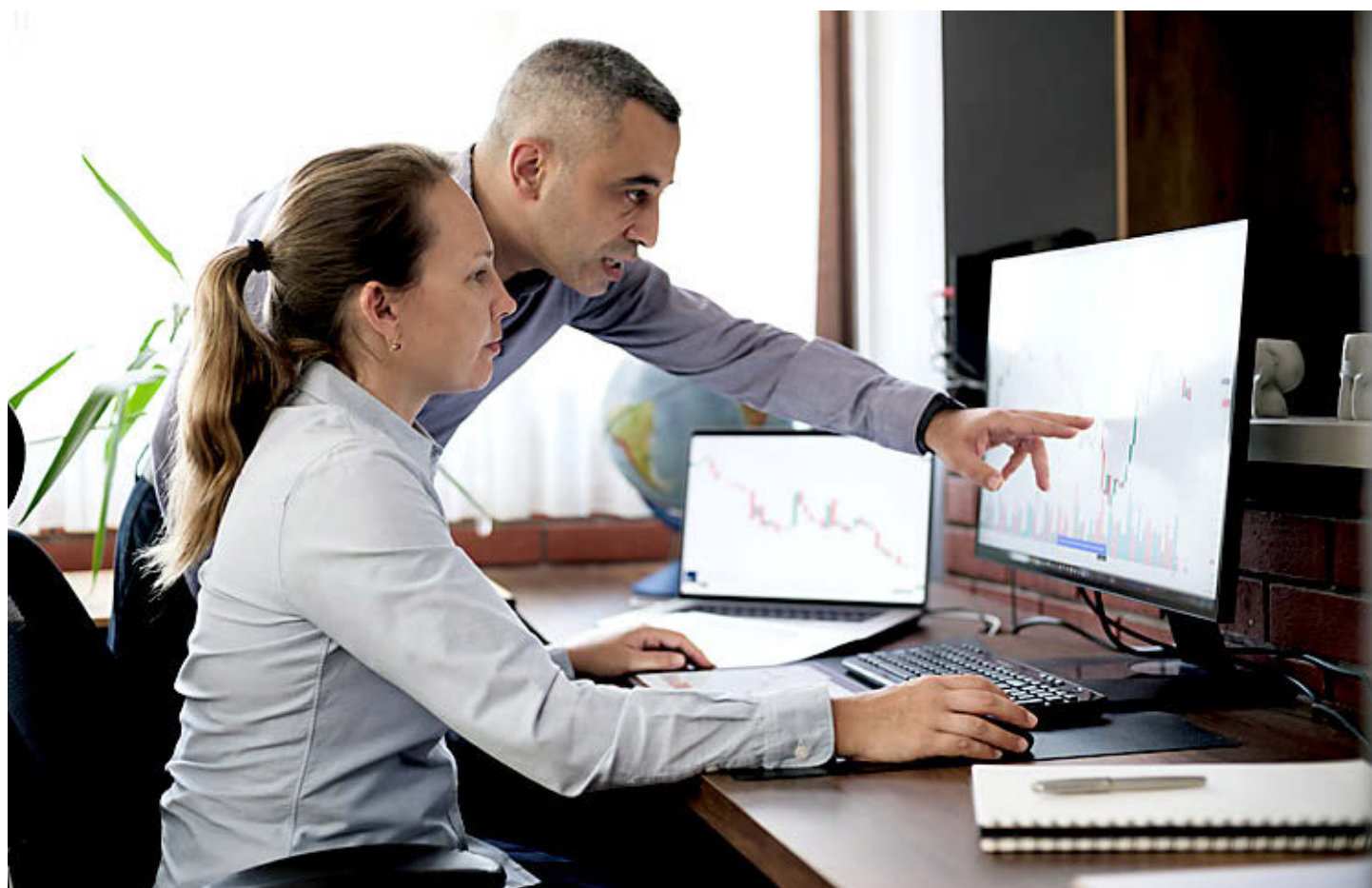
En el caso de que no se necesite urgentemente el dinero parece una buena estrategia no actuar. Cuanto más tiempo permanezca invertido el capital más probabilidades habrá de crecimiento, y rescatar éste antes de tiempo podría limitar las ganancias futuras, disminuyendo el dinero disponible para la jubilación. Además, si no se retiran los fondos no se generará ninguna tributación fiscal, e incluso se reduce la base imponible en la declaración de la renta mientras el plan de pensiones siga activo.

Pero podría precisarse el dinero de inmediato, y entonces sí que sería útil el rescate parcial del plan (o

cualquier otra posibilidad, más allá de los planes de pensiones, que sirviera para tener disponible la cantidad que se necesitara).

Eso sí, en ese caso también merece la pena llevar a cabo una estrategia, sobre todo para reducir al máximo la carga fiscal derivada del rescate. Una buena opción podría ser retirar una cantidad fija distinta del total o ir sacando de forma periódica (mensual o trimestralmente, por ejemplo), para gestionar mejor el pago de impuestos. La meta sería que no subiera mucho la base imponible... y el contribuyente no subiera a un tramo impositivo superior, con lo que debería pagar más impuestos en la próxima declaración de la renta.

Todo pasa, de nuevo, por un correcto análisis de la situación y una buena planificación previa. 2025 podría ser un año estupendo para realizar el rescate en caso de que conviniera y las circunstancias personales y fiscales fueran las adecuadas... pero en otros muchos casos la mejor opción será simplemente esperar y no tocar ese dinero para así ahorrarse pagar más impuestos y disponer de un mayor colchón en la jubilación. En caso de que dispongan de un plan, a cada uno de ustedes les corresponderá analizar (con los datos y consejos que les hemos aportado, la información de la que dispongan y teniendo en cuenta su situación particular) cuál de las dos opciones es mejor en su caso y de qué manera llevarla a cabo.



Seguros de líneas financieras: qué son y qué protegen

¿Pueden asegurarse operaciones entre empresas y sociedades como una oferta pública de adquisición, popularmente conocida como opa? La respuesta está en los seguros de líneas financieras, que analizaremos para aclarar qué son, para qué sirven y ante qué riesgos protegen

Diego Fernández Torrealba. Fotos: iStock

Seguramente la mayoría conocerán, aunque sea a grandes rasgos, en qué consiste una opa. Se trata de una oferta pública de adquisición, una operación en la que una o varias personas físicas o sociedades ofrecen a los accionistas de una compañía que cotiza en bolsa la compra de sus acciones o de otros valores que permitan adquirirlas. El pago suele realizarse en efectivo, aunque también podría ser en acciones o mixto.

Hay varios tipos de opas, como las obligatorias, las que exige la legislación en determinados supues-

tos, y las voluntarias. Y dentro de estas, unas son amistosas -si llegan tras un acuerdo entre la sociedad que hace la oferta y los accionistas o el consejo de administración de la empresa- y a otras se las califica como hostiles, en caso de que no se haya producido ese acuerdo.

Más allá de esos conceptos, podríamos también hablar de las opas competidoras (en las que la oferta afecta a valores sobre los que ya se ha presentado una opa anteriormente) o las de exclusión (que permiten a los accionistas vender sus acciones antes de que la compañía deje de cotizar en bolsa).

Son, en definitiva, operaciones complejas que afectan al propósito, estructura y economía de las empresas y sociedades, así como a las personas que trabajan en ellas, desde los directivos a los empleados. Y por tanto presentan bastantes posibilidades, pero también numerosos riesgos y peligros que conviene minimizar. Pero ¿de qué manera? ¿Existe algún seguro que pueda cubrir un proceso económico/empresarial tan complejo e importante como este?

Seguros de líneas financieras

La respuesta está en los seguros de líneas financieras, nuestros protagonistas del artículo de hoy, que permiten mitigar y solventar de la mejor manera los riesgos inherentes al sector de las finanzas, ayudando a mantener la estabilidad de las empresas y a proteger su reputación, y que podrían ser de gran utilidad a la hora de cubrir procesos como el de una oferta pública de adquisición (opa).

Como cada compañía y cada situación es diferente, es importante que las empresas cuenten con asesoría especializada para conocer cuáles son los seguros que puede venirles mejor suscribir. El consejo de un bróker de seguros especializado en el sector financiero puede venir estupendamente no sólo para obtener asesoría, sino para saber qué producto (o productos) asegurador/es son de más utilidad en su caso concreto.

Para qué sirven

Esta clase de seguros, por tanto, sirven principalmente para proteger a las firmas ante diversos riesgos que pueden darse y las pérdidas financieras que pueden derivarse de ellos. Puede ser por una mala administración o un incumplimiento de deberes por parte de los directivos o los empleados de la empresa afectada, así como por diferentes errores u omisiones en la propia empresa o bien a causa de una situación externa.

Detallando más su utilidad, podemos concluir que los seguros para líneas financieras pueden ser de utilidad en diferentes vías. Por ejemplo, ayudando a proteger ante fraudes y malversaciones, bien se produzcan de manera interna o desde el exterior. Eso incluiría manipulación de cuentas, robos de identidad, actos deshonestos de los empleados...

Otra baza importante de estos seguros es la cobertura de responsabilidad civil, permitiendo también un respaldo financiero para cubrir los costes legales o los daños en caso de que se reciba cualquier demanda por negligencia, error u omisión a consecuencia de obligaciones o contratos que no se hayan cumplido.

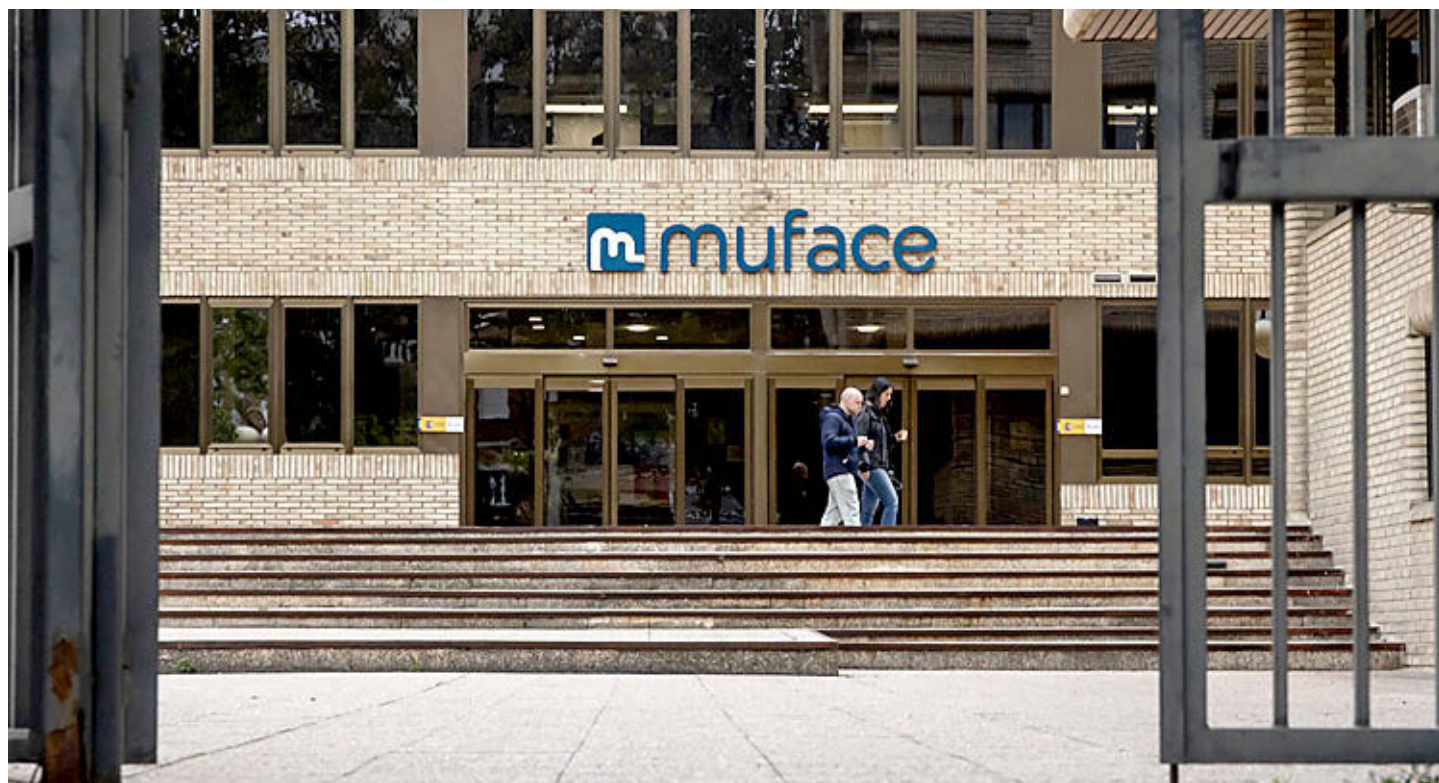
El cumplimiento de la regulación es otro aspecto relevante a tener en cuenta, pues a veces la ley obliga a contar con un seguro de cara a realizar ciertas operaciones. Más allá de ello, esta clase de productos ayudan a mantener la confianza tanto de las autoridades reguladoras como de los clientes.

Y por último, debemos resaltar una cuestión cada vez más importante y una de las preocupaciones de las empresas en la actualidad: la protección ante los ciberriesgos, dado el aumento de los ataques cibernéticos y de las muchas amenazas tecnológicas a las que se enfrentan las compañías. Un seguro de líneas financieras también podría brindar soluciones ante esta clase de escenarios.

Clases de seguros

Para todas estas situaciones y frente a los riesgos citados unas líneas más arriba existen diferentes seguros para líneas financieras. Algunos de los más comunes son los de responsabilidad civil profesional, los de responsabilidad civil para consejeros y funcionarios, los de fraude y delitos financieros y los de ciberseguridad y privacidad de datos.





Sede de Muface en Madrid. Ana Morales

Continúa la incertidumbre por el futuro de Muface

El próximo 4 de marzo culmina el plazo para que las aseguradoras respondan a la tercera licitación del concurso de Muface, que mantiene a 1,5 millones de funcionarios y sus beneficiarios en vilo

V. M. Z.

Compañías aseguradoras y Gobierno continúan deshojando la margarita mientras aumenta la tensión entre los funcionarios mutualistas de Muface. El futuro del concierto sigue en el aire con la mirada —y la esperanza— puesta en el próximo 4 de marzo, fecha límite para que las aseguradoras interesadas presenten sus ofertas a la tercera versión del concierto sanitario.

A finales del pasado mes de enero, apenas dos días después de modificar el plazo del segundo concurso para variar la oferta, el Gobierno cedió ante las presiones de los funcionarios y las aseguradoras y elevó la oferta de financiación de Muface en 330,5 millones de euros. Adeslas ve con buenos ojos estas nuevas condiciones.

La Mutualidad General de Funcionarios Civiles del

Estado (Muface) anunció, a través de un comunicado del Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública, la retroacción de las actuaciones de su expediente de licitación para revisar la dotación económica del contrato sanitario en curso. Esta medida, acordada el pasado 25 de enero, responde a consultas planteadas por los licitadores y a nueva información en poder de la Administración, con el objetivo de garantizar el equilibrio económico del acuerdo.

Como resultado de este análisis, el Gobierno decidió incrementar la financiación en 330,5 millones de euros, que se distribuirán entre las tres anualidades del contrato. Este esfuerzo adicional busca reforzar las primas dirigidas a los grupos de edad que requieren mayor cobertura en los próximos años, señalan.



Óscar López, ministro para la Transformación Digital y la Función Pública. EFE

Más presupuesto

Con esta modificación, el presupuesto total del contrato sanitario asciende a 4.808,5 millones de euros, lo que supone un incremento de 1.276,5 millones de euros respecto al concierto vigente. A pesar de esta ampliación, la duración del nuevo acuerdo se mantendrá en tres años, asegurando la estabilidad de la asistencia sanitaria para el colectivo cubierto, que supera los 1,5 millones de personas, entre titulares y beneficiarios.

La nueva estructura de primas aprobada el pasado diciembre también se mantiene en la tercera versión de la licitación, con incrementos progresivos según los tramos de edad. En total, la prima media ponderada aumentará de forma acumulada un 41,2% durante los tres años de vigencia del contrato.

Unas horas después de conocerse la noticia, fuentes de Adeslas señalaron en un comunicado "su positiva valoración de los cambios introducidos en la licitación" y muestra su "confianza en la viabilidad del convenio para la atención sanitaria de los mutualistas de Muface para los próximos tres años".

Adeslas considera que a propuesta anunciada "recoge un necesario incremento de la financiación para que operadores como Adeslas puedan alcanzar el objetivo de no tener pérdidas en el nuevo concierto". Y añaden que "a la espera de conocer los detalles de los pliegos que serán publicados en los próximos días y de las deliberaciones en los órganos correspondientes de la compañía, Adeslas expresa su voluntad de avanzar en los pasos necesarios para dar continuidad de forma favorable a la participación de la compañía en la asistencia sanitaria a los funcionarios". La compañía culmina su comunicado recordando que "Adeslas lleva 50 años comprometida con esa labor y ha estado desde el comienzo de este proceso dispuesta a ofrecer de nuevo sus servicios en las condiciones adecuadas".

Concierto sanitario en el exterior

Por otra parte, Nueva Mutua Sanitaria ha sido la única entidad que se ha presentado para cubrir la asistencia sanitaria en el exterior de los funcionarios de Muface. La licitación del Concierto de Asistencia Sanitaria en el Exterior para los años 2025, 2026 y 2027 fue convocada el 23 de diciembre de 2024, tras ser autorizada por el Consejo de Ministros el 18 de diciembre. El colectivo de mutualistas protegido por

CSIF traslada a la Fiscalía las denuncias de desatención sanitaria de los funcionarios

el Concierto incluye a 7.969 personas, entre titulares y beneficiarios, al 31 de diciembre de 2024.

Crece el malestar entre los funcionarios

La incertidumbre y los problemas que esta situación provoca en la atención sanitaria de Muface ha acrecentado el malestar de los funcionarios mutualistas. La Central Sindical Independiente y de Funcionarios (CSIF) ha convocado, al cierre de esta edición, una jornada de huelga para el 13 de febrero, "ante la incertidumbre en la atención sanitaria del personal funcionario por la falta de un acuerdo definitivo entre Gobierno y aseguradoras que permita la firma del próximo concierto sanitario".

CSIF valora de forma positiva el acercamiento de posturas con Adeslas, pero traslada "el sentir de miles de mutualistas y sus familias, que han visto comprometida su atención sanitaria". Además, CSIF denuncia que "a diario nos llegan centenares de quejas por anulaciones y retrasos de citas médicas, pruebas diagnósticas e intervenciones quirúrgicas, debido a esta falta de acuerdo entre Gobierno y aseguradoras". Por ello, CSIF ha decidido poner en conocimiento de la Fiscalía General del Estado estas situaciones de desatención, ante las responsabilidades que pudieran derivarse.

Coberturas de salud mental en el seguro de salud: un paso hacia el bienestar integral

Mientras la salud mental se erige como pilar esencial para el bienestar integral, los seguros de salud innovan en sus coberturas ofreciendo terapias de calidad, apoyo psicológico y programas preventivos que transforman la atención médica

Juan Ramón Badillo. Fotos: iStock

En los últimos años, la salud mental ha dejado de ser un tema tabú para ocupar un lugar central en las conversaciones sobre bienestar. Una transformación que también se ha reflejado en el sector de los seguros de salud, que comienzan a adaptar sus coberturas para responder a una demanda creciente de servicios relacionados con la salud mental.

Sin embargo, ¿hasta qué punto ofrecen realmente los seguros una cobertura efectiva y accesible en este ámbito? En el presente artículo exploraremos las tendencias, beneficios y retos de estas coberturas en el contexto español.

Crece la demanda de servicios de salud mental

La pandemia de Covid-19 puso de manifiesto la importancia de la salud mental en nuestras vidas, disparando los casos de ansiedad, depresión y otros trastornos psicológicos. Según datos del Ministerio de Sanidad, en 2023 el 50% de las bajas laborales se relacionaban estrechamente con problemas de salud mental. Este panorama ha impulsado a las aseguradoras a ampliar sus ofertas, incluyendo servicios específicos para el tratamiento de trastornos psicológicos y emocionales.

Entre las coberturas más comunes que hoy ofrecen los seguros de salud se encuentran: las **consultas psicológicas**: La mayoría de las aseguradoras incluyen un número limitado de sesiones anuales con psicólogos acreditados. **Psiquiatría**: Acceso a consultas psiquiátricas para el diagnóstico y tratamiento farmacológico de trastornos mentales.

Terapias complementarias: Algunas compañías, como Sanitas y Asisa, han comenzado a ofrecer terapias de mindfulness y programas de manejo del estrés. y **atención digital**: Plataformas de telemedicina que permiten consultas psicológicas online, brindando flexibilidad y comodidad a los pacientes.

Desafíos de las coberturas actuales

A pesar de estos avances, las coberturas de salud





Aunque las coberturas de salud mental han mejorado, los pacientes se quejan de las limitaciones de algunas pólizas en este ámbito.

mental en los seguros de salud aún enfrentan importantes limitaciones. Una de las principales críticas es el número insuficiente de sesiones cubiertas, que en muchos casos no supera las diez al año. Este límite puede ser insuficiente para pacientes con trastornos graves o que requieren terapia continua o por largos periodos de tiempo.

Otro desafío es la escasez de profesionales especializados en el cuadro de aseguradoras. La demanda creciente de servicios psicológicos ha generado listas de espera incluso en el sector privado, dificultando el acceso rápido a la atención.

Además, la cobertura de tratamientos innovadores, como las terapias grupales o las intervenciones basadas en realidad virtual para el tratamiento de fobias, sigue siendo limitada o inexistente en la mayoría de las pólizas.

Tendencias y nuevas propuestas

El sector asegurador está tomando medidas para responder a estas necesidades. Algunas de las tendencias emergentes incluyen:

- **Planes de salud mental ampliados:** Compañías como AXA han comenzado a ofrecer paquetes específicos que incluyen sesiones ilimitadas de terapia psicológica, previo copago reducido.

- **Asistencia psicológica en entornos laborales:** Muchas aseguradoras están colaborando con empre-

sas para implementar programas de apoyo mental para empleados, que incluyen desde sesiones de terapia hasta talleres de manejo del estrés.

- **Integración de inteligencia artificial (IA):** Herramientas digitales que evalúan el bienestar emocional del usuario y ofrecen recomendaciones personalizadas.

- **Atención proactiva:** Las aseguradoras están promoviendo programas preventivos que buscan identificar y tratar problemas de salud mental en etapas tempranas.

El valor del bienestar integral

El reconocimiento de la salud mental como un componente fundamental del bienestar integral es un paso crucial hacia una sociedad más saludable y equilibrada. Las aseguradoras desempeñan un papel clave en este proceso, pero deben seguir avanzando para ofrecer coberturas más completas y accesibles.

Para los asegurados, la clave está en revisar cuidadosamente las pólizas y comparar las opciones disponibles entre toda la oferta aseguradora, buscando aquellas que no solo incluyan el tratamiento de enfermedades físicas, sino también un compromiso claro con el cuidado de la salud mental. Al fin y al cabo, cuerpo y mente forman un todo indivisible, y el verdadero bienestar solo se logra cuando ambos están en equilibrio.

El seguro por suscripción, la nueva tendencia entre los jóvenes

Una alternativa flexible, que simplifica el acceso a la protección para las nuevas generaciones

Olga Juárez Gómez. Fotos: iStock

La percepción del seguro entre los jóvenes ha evolucionado con el tiempo. A medida que la cultura aseguradora se expande, este segmento de la población adquiere mayor conciencia sobre la importancia de proteger sus bienes y su futuro. Según datos de "Estamos Seguros", iniciativa de Unespa, los menores de 35 años representan aproximadamente el 10% de los conductores habituales. En el sector de salud, cerca de 1,5 millones de asegurados tienen entre 21 y 30 años, mientras que, en seguros de decesos, el 40,7 % de las personas de entre 20 y 30 años cuentan con una póliza. A pesar de estas cifras, la penetración del seguro entre los jóvenes sigue siendo menor en comparación con otros segmentos de edad, lo que supone una oportunidad para la industria.

Por su parte, las aseguradoras han desarrollado estrategias específicas para atraer a los jóvenes, ofreciendo coberturas a medida y opciones de contratación flexibles. En este contexto, la suscripción del seguro juega un papel fundamental, ya que permite ajustar los productos a las necesidades de cada perfil, ofreciendo opciones más personalizadas y accesibles. Además, el uso de plataformas digitales y aplicaciones móviles ha facilitado la contratación y gestión de pólizas, permitiendo a los jóvenes acceder a información y servicios de manera inmediata.

La suscripción a un seguro y su relevancia

La suscripción a un seguro es un modelo que se adapta al estilo de vida digital y dinámico de los jóvenes. En lugar de contratos rígidos y pagos anuales, este sistema funciona con un esquema de pago recurrente, similar a una suscripción de platafor-





Los seguros por suscripción son más flexibles y se adaptan a las exigencias de la Generación Z.

mas digitales. Esto permite acceder a coberturas con mayor flexibilidad, donde el asegurado puede modificar, pausar o cancelar su póliza de manera sencilla y sin penalizaciones.

Otro aspecto a destacar es la inmediatez. A través de procesos digitales ágiles, la suscripción de seguros facilita la contratación sin papeleo ni largos procedimientos. En muchos casos, la evaluación del riesgo se realiza en tiempo real, permitiendo ofrecer primas ajustadas al comportamiento y necesidades del asegurado.

Para los jóvenes, esta modalidad es una alternativa accesible, puesto que responde a sus hábitos de consumo y evita compromisos prolongados. La posibilidad de pagar solo por lo que realmente necesitan, junto con la opción de gestionar todo desde una app, hace que la suscripción de seguros sea una opción cada vez más popular entre este grupo.

El rol de los expertos en suscripción

Los especialistas en suscripción son de vital importancia para el diseño de productos adaptados a las necesidades del mercado.

Compañías como Ajax han desarrollado soluciones innovadoras, ofreciendo coberturas especializadas en sectores con alta demanda, como el transporte y la movilidad urbana. La incorporación de seguros flexibles y el respaldo de aseguradoras co-

mo Wakam han permitido cubrir necesidades específicas, facilitando el acceso a protección para colectivos con dificultades en la contratación. Además, la personalización de las pólizas mediante el análisis de datos mejora la precisión en la evaluación de riesgos, beneficiando tanto a asegurados como a las compañías del sector asegurador.

Beneficios para los jóvenes asegurados

Optar por un seguro por suscripción ofrece a los jóvenes ventajas concretas. La flexibilidad de pago y la posibilidad de ajustar la cobertura a sus necesidades reales les permite mantener el control de su inversión en seguros. Además, la digitalización del proceso de contratación y gestión evita burocracia innecesaria y acelera el acceso a la protección.

Asimismo, muchas aseguradoras incorporan beneficios adicionales, como descuentos por hábitos saludables o bonificaciones por conducción responsable. Este enfoque aumenta el atractivo por los seguros y fomenta el comportamiento responsable entre los jóvenes.

No obstante, el futuro del sector asegurador dependerá de su capacidad para adaptarse a los hábitos de consumo de las nuevas generaciones. La combinación de tecnología, flexibilidad y accesibilidad marcará la evolución de los productos aseguradores, garantizando una oferta alineada con las expectativas de los jóvenes consumidores.

Aseguradoras

Generali presenta su nuevo plan estratégico 'Lifetime Partner 27'



El Consejo de Administración de Generali, presidido por Andrea Sironi, ha aprobado el nuevo plan estratégico a tres años del Grupo Generali, *Lifetime Partner 27: Driving Excellence*. Esta estrategia busca consolidar la excelencia en la relación con los clientes, fortalecer el negocio asegurador y de gestión de activos, y optimizar su modelo operativo. La hoja de ruta de Generali establece un crecimiento del beneficio por acción (BPA) con una tasa compues-

ta anual (CAGR) de entre el 8% y el 10%, así como una generación de caja superior a 11.000 millones de euros en el periodo del plan, apoyada en 14.000 millones de euros en remesas de filiales.

Además, Generali persigue una generación de capital normalizada de más de 14.000 millones de euros y se compromete a un crecimiento de los dividendos por acción superior al 10% CAGR.

Aseguradoras

Preventiva ofrece con Dpen-D servicios hacia personas dependientes



Dpen-D, la división especializada en soluciones asistenciales de Cuideo, da un paso decisivo en la evolución de los seguros personales gracias a su colaboración estratégica con Preventiva Seguros. Esta alianza responde a la creciente demanda de soluciones que mejoren la calidad de vida de los asegurados y sus familias, incorporando servicios innovadores de asistencia a las personas en las pólizas de seguros.

Desde el 1 de enero, los asegurados de Preventiva Seguros pueden disfrutar de un paquete de servicios asistenciales que incluye asesoramiento especializado en situaciones de dependencia, paquetes de horas de ayuda a domicilio adaptados a sus necesidades y la gestión integral de los trámites asociados a la Ley de Dependencia. Estas coberturas permiten ofrecer una protección más completa y personalizada, explica la compañía.

RSC

Reale Seguros renueva su campaña 'Cultura con impacto'



Mediaset España y Reale Seguros han renovado su alianza por segundo año consecutivo con el lanzamiento de una nueva campaña del proyecto *Cultura con Impacto*, una herramienta que utiliza la cultura como motor de cambio social en tres ámbitos: la creación de empleo y desarrollo del talento, la salud y el bienestar, y la inclusión social. La campaña cuenta con cinco nuevos spots protagonizados por Carlos Sobera y Alba Lago, quienes destacan el im-

pacto positivo de la cultura como un agente transformador de la sociedad.

Además, Reale refuerza su compromiso llevando los beneficios de la cultura a lugares con acceso limitado, como barrios desfavorecidos, áreas rurales en riesgo de despoblación, hospitales y centros penitenciarios, promoviendo el acceso cultural.

Nombramiento

DKV nombra como presidenta a Laura González-Molero



El Consejo de Administración de DKV Seguros ha nombrado a Laura González-Molero nueva presidenta de la compañía, cargo que será efectivo a partir del 21 de marzo de 2025. González-Molero releva en el puesto a Javier Vega de Seoane, presidente de DKV desde 2009, que continuará vinculado a la compañía a través de su actual cargo de presidente de la Fundación DKV Integralia, explica la compañía a través de un comunicado.

Javier Vega de Seoane ha sido una pieza clave en la evolución de DKV desde que asumió la presidencia en 2009. En estos años, DKV ha crecido de forma sostenida, alcanzando una cartera de 1.000 millones de euros, dos millones de clientes y estableciendo alianzas estratégicas con empresas como El Corte Inglés o ING. Uno de sus principales objetivos ha sido fortalecer la posición de la compañía en el mercado, añaden.

www.segurostv.es

Seguros^{tv}



Las noticias más frescas y claras.

Última hora - Entrevistas - Eventos - Reportajes - Opinión



Una de las obras expuestas por DKV en su apuesta por la fotografía con causa.

Las aseguradoras líderes apuestan por el arte en España

El sector asegurador español ha demostrado un firme compromiso con el arte y la cultura a través de diversas iniciativas de patrocinio, mecenazgo y colaboraciones con instituciones culturales

Ana M. Serrano. Fotos: eE

Empresas como DKV, Mapfre, AXA o Hiscox han adoptado políticas que promueven la preservación y dinamización del patrimonio cultural. Repasamos las iniciativas más relevantes y el impacto de estas colaboraciones en el panorama artístico nacional.

Fundación Mapfre, visión y compromiso cultural

Mapfre, a través de su fundación, es una de las entidades más activas en el patrocinio de arte en España. Colabora con importantes museos y centros de

arte en la organización de exposiciones y actividades culturales. Desde su creación, la Fundación Mapfre ha puesto todo su empeño en difundir la pintura y la fotografía y preservar el patrimonio artístico.

La Sala Recoletos, en Madrid, y el centro de fotografía KBr, en Barcelona, acogen exposiciones con obras de colecciones propias y colaboraciones con otros museos. Las muestras exploran múltiples facetas, desde el arte clásico, la pintura tradicional y la fotografía, hasta corrientes contemporáneas y expre-

siones artísticas emergentes con el objetivo de contextualizar las obras, resaltando su relevancia histórica y artística. Muchas de ellas tienen un carácter itinerante, llevándose a cabo en distintos espacios culturales de España y el extranjero. Esta movilidad permite acercar el patrimonio artístico a públicos muy diversos, superando barreras geográficas y culturales.

En línea con las tendencias actuales, incorporan recursos digitales que facilitan la experiencia del visitante: audioguías, aplicaciones móviles y recorridos virtuales.

AXA y El Prado, una alianza por el patrimonio

Fundación AXA, el patrocinador más antiguo del Museo del Prado, renovó el pasado año su compromiso con la pinacoteca madrileña hasta 2028. A lo largo de más de tres décadas, la fundación ha contribuido a la financiación de más de una veintena de grandes exposiciones, entre las que se encuentran algunas de las más exitosas: Fortuny; Rubens; Velázquez; Rembrandt; Vermeer; Invitadas; Tornaviaje; Paret y Reversos.

La colaboración actual entre la Fundación AXA y el Museo del Prado incluye la organización de la exposición 'Darse la mano. Escultura y color en el Siglo de Oro'. Esta muestra, que destaca la incansable búsqueda de realismo en el arte barroco del siglo XVII, ilustra la integración natural de la pintura en la escultura y su triunfo en el mundo hispánico.

DKV, una apuesta por el arte emergente

DKV Seguros destaca por su compromiso con el arte contemporáneo, creando su propia colección que actualmente cuenta con más de 850 obras de más de 350 artistas como Nico Munuera, Daniel Canogar o Gervasio Sánchez.

Una parte de esta se encuentra diseminada por las diferentes sedes de la compañía, donde ejerce una

función fundamental como humanización de los espacios de trabajo. La compañía también apoya a los jóvenes artistas mediante premios que reconocen la excelencia, la creatividad y la innovación en distintas disciplinas.

El Premio f/DKV a la fotografía con causa selecciona cada año el mejor proyecto fotográfico centrado en alguna de las causas que respalda la compañía: la salud femenina, el medio ambiente, la discapacidad, la alimentación y la obesidad infantil. El premio considera tanto la trayectoria del fotógrafo como el contexto del proyecto en el discurso de la fotografía contemporánea.

El ganador de la IV edición de este certamen fue el proyecto Tres Tres Tres +12 de José Antonio Lama-drid, que documenta la vida de Alejandro, Álvaro y Jaime, trillizos con un vínculo profundo y único: el Trastorno del Espectro Autista.

Hiscox, el arte como seña de identidad

El arte forma parte del ADN de una compañía que no sólo lo colecciona, también lo asegura. "No solo somos una gran aseguradora de arte, también lo coleccionamos y lo fomentamos desde hace más de 40 años con obras repartidas por todas nuestras oficinas", explican desde Hiscox.

La aseguradora dispone de una colección repartida entre sus oficinas en España, Portugal y Reino Unido con obras de reconocidos artistas como los españoles José María Sicilia y Jaume Plensa, los brasileños Vik Muniz y Lara Viana, los mexicanos Carlos Amora-les y Raúl Ortega, el portugués Jose Loureiro, el venezolano Jorge Pedro Núñez y grandes nombres internacionales como Clare Woods, Damien Hirst, Cornelia Parker, Polly Morgan, Boo Ritson o Henry Hudson.

Su informe anual, Hiscox Online Art Trade Report, que analiza en detalle la evolución del comercio del arte en línea es uno de los referentes en la materia.



Una de las exposiciones de Fundación Mapfre, una de las entidades que más impulsan el arte.



Amparo Segarra, Eugenio Granell. La fuente, 1952. Colección Eugenio Granell, Santiago de Compostela. Xesdoc

El surrealismo más allá de la vanguardia parisina

Fundación Mapfre presenta 1924. Otros Surrealismos, una exposición que investiga la influencia del movimiento surrealista en España y América latina, subrayando la importancia de las mujeres artistas

Ana M. Serrano.

La muestra examina la extensión del surrealismo tradicional encabezado por Breton y resalta las diversas interpretaciones que surgieron desde ciertos puntos de la periferia de la vanguardia. Comisariada por Estrella de Diego, permanecerá abierta entre el 6 de febrero y el 11 de mayo, en la sala Recoletos de Madrid de Fundación Mapfre.

Cuando se cumplen cien años del Primer manifiesto del surrealismo, publicado por André Breton en París, la fundación revisa la concepción tradicional del movimiento surrealista y reinterpreta los postulados —en ocasiones contradictorios— de su autor

y seguidores. La exposición se asoma a las versiones que emergieron en diversos países, algunos lejanos (España, Bélgica, Brasil o Argentina) que generaron otras lecturas y puntos de vista. También otorga un espacio diferenciado a las mujeres artistas de la época que, en París, no tuvieron tanta visibilidad ni fueron tomadas en consideración por el núcleo bretoniano.

En los años veinte y treinta del siglo XX, España se encontraba culturalmente al margen de centros de la vanguardia artística parisina. Sin embargo, fue cuna de algunos de los más representativos nom-

bres del surrealismo: Dalí, Buñuel, Óscar Domínguez o Miró. Otros artistas españoles que conocieron el movimiento a través de las revistas del jamás fueron reconocidos como se merecen: Nicolás de Lekuona, José Alemany, Ángel Planells, Joan Massanet, Delhy Tejero.

Lo mismo sucedió en Argentina y Brasil, en muchos casos países de acogida de artistas que huían de la Guerra Civil y la posterior dictadura española o del nazismo. Horacio Coppola, Antonio Berni o Spillimbergo nos hablan desde una periferia en la que los ecos del surrealismo tuvieron una gran repercusión.

Las mujeres más alejadas de París, epicentro del surrealismo, la mayoría completamente relegadas por la propia corriente surrealista, fueron las últimas en ser conocidas por los historiadores del arte como elementos clave en su desarrollo y la evolución.

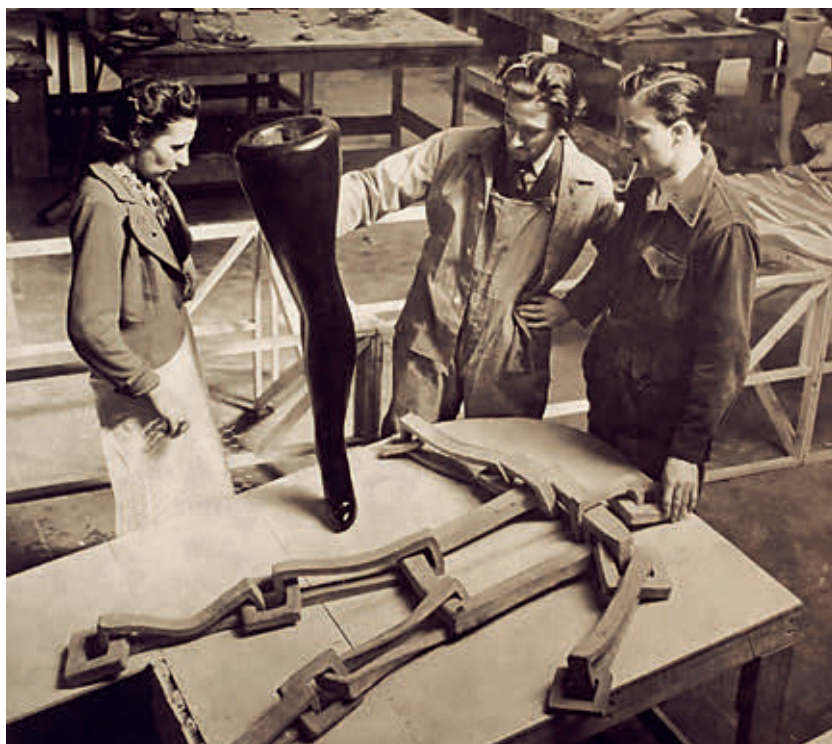
1924. Otros surrealismos muestra la obra de los grandes artistas vinculados desde siempre al movimiento (Magritte, Ernst, Dalí o Paul Delvaux) y el trabajo de otros creadores no tan conocidos. También reivindica nombres femeninos como Remedios Varo, Maruja Mallo, Leonora Carrington, Grete Stern, Jane Graverol, Maria Martins, Amparo Segarra, Toyen, Rita Kernn-Larsen, Ithell Colquhoun.

La exposición se organiza en tres grandes bloques que invitan a descubrir el surrealismo desde distintas perspectivas. Cada una de estas secciones del recorrido comienza con la obra de una mujer. La artista elegida sirve de guía para adentrarse en el significado de la etapa correspondiente.

Surrealismos con Breton lejos y con Breton cerca. Con Gala como mentora, esta primera sección analiza la expansión de los postulados de Breton por distintos rincones del mundo y cómo el surrealismo cobró vida en ellos, lejos de París y de su influencia, adaptándose a nuevas miradas y contextos. Por ejemplo, en Cadaqués, Gala y Salvador Dalí se alejaron voluntariamente de la influencia de Breton debido a desavenencias y rivalidades.

Los sueños y sus derivas. Remedios Varo es la médium que conduce al visitante por los entresijos de un viaje iniciático a través de los temas centrales del movimiento surrealista, como el mundo onírico, el inconsciente, el deseo o la escritura automática. Varo fue la primera de una sucesión de mujeres próximas al grupo surrealista que irán abriendo el camino de la visión hacia los sueños.

El castillo de los surrealistas como recuerdo del paraíso perdido. La obra de Maruja Mallo abre este



Eric-Schaal. Gala, Salvador Dalí y Paul McGeehan trabajando en "El sueño de Venus", 1939. Fundación Gala-Salvador Dalí

bloque que aborda la conexión del surrealismo con la naturaleza y la vida en la ciudad —las dos caras de la moneda— y los misterios de la alquimia, revelando su fascinación por lo desconocido. Alice Rahon y Ángeles Santos invocan la magia asociada a los orígenes, el cosmos y la búsqueda de la piedra filosofal.

La muestra se ha reinterpretado en los Musées Royaux des Beaux-Arts de Belgique, Bruselas, y en el Centre Pompidou, París. Tras su presentación en Fundación Mapfre, tendrá lugar en la Hamburger Kunsthalle, Hamburgo, y en el Philadelphia Museum of Art, Filadelfia.

Salvador Dalí. Teléfono afrodisíaco. 1938. Fundación Gala-Salvador Dalí. Minneapolis Institute of Art.



Dos óperas cortas españolas comparten escenario en el Teatro Real

El Teatro Real ofrecerá, entre el 13 y el 22 de febrero, seis funciones de una nueva producción que une dos óperas cortas españolas: *La vida breve*, de Manuel de Falla, y *Tejas verdes*, de Jesús Torres

Ana M. Serrano.

La vida breve, que Manuel de Falla no pudo estrenar en el Teatro Real como era su deseo, fue la obra elegida para su reinauguración, en 1997. 28 años después vuelve al Real, con la puesta en escena de Rafael R. Villalobos, que rehúye el costumbrismo y se acerca al complejo universo de las mujeres lorquianas. La lucha de clases late durante toda la ópera. Salud, la joven gitana protagonista, se enamora de un hombre de diferente clase social que la humilla y desprecia con la complicidad de los suyos.

Tejas verdes alude al campo de prisioneros creado en 1973 en Chile, tras el golpe de estado de Pinochet, destinado a la detención, tortura y desaparición de presos políticos. Partiendo del libro de Fermín Cabal (1948-2023), el compositor Jesús Torres, con la ayuda del escritor como libretista, trasciende el lugar y el tiempo, concentrándose en la universalidad del drama de los perseguidos y asesinados por razones políticas.

La ópera narra las vicisitudes de la desaparecida Colorina a la que recluyeron y torturaron en Tejas Verdes únicamente por la relación amorosa que mantenía con un insurgente revolucionario.

Rafael R. Villalobos —que firma también el vestuario— une, a través de la dramaturgia, a estas dos mujeres enjauladas en dos épocas, dos mundos diferentes, cuyo amor les conduce a la muerte.

“Pese a los ciento once años que separan la composición de *La vida breve* y *Tejas Verdes*, pese a que sus tramas argumentales no tienen nada que ver, ni sus personajes, ni sus espacios escénicos, las óperas de Manuel de Falla y Jesús Torres comparten mucho más de lo que pueda parecer a simple vista”, apunta Joan Matabosch, director artístico del Teatro Real.

Los personajes transitan de una a otra ópera, destacando en *La vida breve* la soprano Adriana González (Salud), el tenor Eduardo Aladrén (Paco), la mezzosoprano Ana Ibarra (la abuela) —solista en ambas óperas—, el bajo Rubén Amoretti (el tío Sarvaor) y la cantaora María Marín. En *Tejas verdes*, las



Las dos obras podrán verse en el Teatro Real hasta el 22 de febrero. eE

sopranos Natalia Labourdette (Colorina) y Alicia Amo (Delatora), y la mezzosoprano Ana Ibarra (Doctora), la soprano María Miró (Hermana) y las mezzosopranos Sandra Ferrández (Madre) y Laura Vila (enterradora). Jordi Francés es el responsable de la dirección musical de las dos óperas, al frente del Coro y Orquesta Titulares del Teatro Real.