

Revista mensual | 8 de junio de 2023 | Nº113

# Seguros

elEconomista.es

## EL 23% DE LOS ASEGURADOS TIENE PREVISTO CAMBIAR DE COMPAÑÍA PARA REDUCIR GASTOS

La inflación eleva el gasto en seguros de las familias españolas



MOVILIDAD

LA CONVOCATORIA  
ELECTORAL DEL 23J DA  
ALAS AL SEGURO DE VIAJE



Tendencias | P10

## La inflación dispara el gasto de las familias en seguros

Cada familia española gasta una media de 3.400 euros anuales en seguros, una cifra que se ha visto inflada por el alza de los precios de los últimos meses.



Movilidad | P22

## La convocatoria de elecciones da alas al seguro de viaje

El seguro de viaje puede ayudar a mitigar la incertidumbre ante la posibilidad de ser convocado a formar parte de una mesa electoral el 23J.

Actualidad | P26

## El nuevo marco legal de la vivienda impulsa el seguro de impago de alquiler

La nueva Ley de la Vivienda dispara el interés de los propietarios por contratar seguros de impago de alquiler que les cubran ante problemas con sus inquilinos.

Empresas | P31

## Seguro de 'M&A': cuándo puede necesitarlo una empresa

Las operaciones corporativas no paran de crecer, y no están exentas de riesgos, el sector asegurador ofrece los seguros de M&A como fórmula de protección.



Entrevista | P14

## Entrevistamos a Raúl Casado, director general de Avanza Previsión

“Estamos volcados en el desarrollo de vida riesgo, que podremos comercializar en septiembre”, adelanta a esta revista el directivo.



Foro Empresarial | P8

## 'elEconomista' debate sobre los retos del sector asegurador

El Foro Empresarial Los grandes retos del sector asegurador reunió a directivos y CEO de las principales compañías del sector.

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 Coordinadora de Revistas Digitales: Virginia Gonzalvo Diseño: Pedro Vicente y Alba Cárdenas

Fotografía: Pepo García Infografía: Clemente Ortega Tratamiento de imagen: Dani Arroyo 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 seguro busca la fórmula para evitar los rigores de la inflación

**Q**ue la inflación está por las nubes ya no es noticia. Pero cómo las empresas hacen encaje de bolillos para evitar que el aumento de los costes se traslade al precio final que cobran a sus clientes y termine afectando a su volumen de facturación, sí puede ser novedoso. En el caso del sector asegurador, la fórmula es centrarse en el cliente y apostar por una suscripción de riesgos más personalizada que permita a las aseguradoras cobrar la prima ajustada al riesgo. ¿Es este el fin de la mutualización del riesgo, la verdadera razón de ser del seguro?

No son pocas las aseguradoras que ya han anunciado que las renovaciones de los contratos de seguros se harán prácticamente caso a caso, analizando el riesgo suscrito si no por cada uno de sus clientes, sí en función de una segmentación cada vez más precisa gracias a la gestión de los datos de los clientes.

■  
El supervisor del sector asegurador ya ha mostrado su preocupación por una nueva guerra de precios

La inteligencia Artificial también ayudará a mejorar la oferta aseguradora para adecuarla a la demanda de los asegurados de seguros más ágiles, digitales y que se adapten a las verdaderas exigencias de una sociedad cada vez más impaciente, activa y concienciada tanto en su propia protección como en otros factores como la sostenibilidad.

La transformación digital del seguro es un hecho, y esto permite a las compañías conocer mejor a sus clientes y diseñar productos casi a medida. Lo que no debe perder nunca de vista el sector asegurador es la necesidad de tener en cuenta a toda la sociedad a la hora de diseñar coberturas y soluciones aseguradoras que no dejen fuera a nadie por ninguno de los motivos que reconoce la legislación española y europea vigente.

Cada familia destina a la compra de seguros una media de 3.400 euros al año. La subida de las pólizas en la renovación de los diferentes seguros ha llevado a que el 27% de los asegurados confiesen que van a cambiar de compañía en busca de un precio más ajustado. En este contexto el sector puede adentrarse, de nuevo, en una nueva guerra de precios que termine de socavar sus resultados. No en vano, el alza de los costes y el aumento de la siniestralidad han provocado un deterioro de la cuenta técnica del seguro de automóviles en un 75%.

El supervisor del seguro, la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones ya ha mostrado su preocupación ante una inminente guerra de precios que deteriore aún más la cuenta técnica de un negocio como el asegurador que se basa en la solvencia y en la confianza que los clientes depositan en su promesa de actuar en caso de sufrir un siniestro.



**Carlos Lluch**  
Corredor de seguros

## Apagón oncológico ¿seguro?

Una convocatoria electoral lleva camino de dejar en agua de borrajas aquello que pudo ser en materia de olvido oncológico. Siendo una medida social que va contra la línea de flotación del poder económico, con el que se alinea todo cuanto se da en llamar “liberal” en el ámbito político, es difícil que veamos -incluso- transpuesta una Directiva CE de aplicación en 2025 hasta que llegue la amenaza de sanción por dilatar plazos límite de transposición. Así ha sido hasta ahora y solo faltaría que no atendiéramos a la tradición, en este país.

Los medios se han volcado, últimamente, en esta cuestión. ¿Por novedosa y disruptora? Tal vez, aún sin serlo. No en vano en otros países europeos nos llevan ventaja. Podríamos haber aprendido, por ejemplo, de nuestro vecino francés. ¡Está tan cerca, pero nos cuesta tanto copiar sus buenas prácticas desde la Ilustración!

Pero lo más relevante no es hablar del olvido oncológico, sino lo que se calla desde hace años. La industria del seguro española viene dejando de lado una obligación legal que es-

tá ahí, disponible, para cualquier ciudadano residente en España desde el 12 de junio de 2018. Digo yo que los silencios son tan importantes en música como cualquiera de las notas que brillan en sus compases.

También son importantes en la narrativa, en el teatro. Y, ya que estamos en ello, en los textos académicos de cualquier disciplina, empezando por aquellos de historia donde, a veces, es más relevante observar lo que se calla que aquello que se encumbra, pues esos silencios intencionados describen aún mejor la ascua a la que se arrima el autor.

Cinco años van, pues, desde que se publicó en el BOE A-2018-7832 una disposición final de la Ley 4/2018 por la que se modifica la legislación de Consumidores y Usuarios. Esta disposición final introducía una Disposición Adicional 5ª a la Ley 50/1980 de Contrato de Seguro que prohíbe a una compañía de seguros discriminar “...por razón de VIH/SIDA u otras condiciones de salud”.

Es notorio que ese “u otras condiciones de salud” se refiere a cualquier patología que



pueda afectar a una persona, entre las cuales tendremos, claro está, el cáncer. ¿Y qué es “discriminar”, para esta Ley? Pues lo dice muy clarito: no se puede “denegar el acceso a la contratación” o, lo que es lo mismo, no nos pueden decir “¡No te acepto!”, tampoco es viable “el establecimiento de procedimientos de contratación diferentes de los habitualmente utilizados por el asegurador” y un contundente “la imposición de condiciones más onerosas”, sí, eso que en seguros llamamos “sobreprimas” o “recargos”.

Por tanto ¿es asegurable una persona que lleva en su mochila un historial de cáncer superado? Pues sí. ¿Pueden denegarle el seguro de vida, de salud o de baja laboral, por ejemplo? Pues no.

La Ley permite, no obstante, que el asegurador pueda oponer de forma justificada, proporcionada (y ahí no entra el binario si/no) y razonables ciertas condiciones. Por ejemplo, puede aceptar el seguro médico excluyendo temporalmente el cáncer hasta que los marcadores estén limpios.

Eso sí, la Ley requiere que esos condicionantes estén documentados previa y objetivamente ¿Conoce alguna aseguradora que lo haga y lo tenga en su web pública o se lo de a los mediadores para que puedan conocer y dar a conocer al potencial cliente eso? Yo no.

¿Hacemos bien los profesionales del seguro al ser cómplices de ese silencio o, peor aún, de la discriminación obvia que implica el incumplimiento consciente de la Ley? Supongo que estas líneas te dejarán clara mi postura al respecto.

Hay quien dice que el seguro no podría soportar el sobrecoste que supondría mutualizar el riesgo y tratar a las personas objeto de la Disposición Adicional 5ª como manda la Ley. ¿Es eso cierto? Realmente no. Según la tabla de Icea en la que informa el resultado técnico (coste en siniestros sobre el total de primas recaudadas) del seguro de vida español en el periodo octubre 2021 a septiembre 2022, este fue del 23,57%.

Dicho en otras palabras, por cada millón de euros recaudado por el seguro de vida español en ese periodo de 12 meses se pagaron 235.700 euros en prestaciones de fallecimiento, invalidez u otras garantizadas y se ganaron 764.300 euros. Lo cual, claro está, incluye las comisiones pagadas a los comercializadores, especialmente a la banca español-

la, líder en la colocación de productos de vida vinculados a préstamos.

Esto es, ¡margen hay! Otra cosa, muy distinta, es la voluntad de resolver una necesidad social y, ya que estamos, de cumplir la Ley.

Lo curioso del asunto es que puede que haya quien piensa que cinco años son pocos y que el Covid lo ha puesto más difícil. En el peor momento, el dato estuvo en el 26,21%.

Las tablas de mortalidad se elaboran en series de 20 años; la mayor parte de aseguradoras cobra de acuerdo con la esperanza de vida calculada con las series de 1980 a 2000.



iStock

Estas se confeccionan con el total de personas que entran en cierto año, menos las que no logran salir con vida del mismo. Las personas inician el año en diferente estado de salud, desde quienes están al filo de la muerte a quienes están frescas como una lechuga. Pero ¿qué pasa si las aseguradoras deciden cobrar con el dato general, pero solo aseguran a las que están supersanas? Pues que se obtiene un 23,57% en la cuenta técnica.

Por cierto, todo, absolutamente todo lo dicho sirve también si hablamos de discapacidad. Solo que hay que retroceder hasta el artículo 14º de la Ley 26/2011 que modificó esa Ley de Contrato de Seguro introduciendo una Disposición Adicional 4ª. Desde el 3 de agosto de 2011, y van casi 12 años, también está prohibido discriminar a las personas con discapacidad. ¿Lindo?

# Aegon recopila las cinco coberturas menos conocidas del seguro de vida

**El seguro de vida podría ser uno de los grandes desconocidos dentro de los productos ofertados desde el sector asegurador. A menudo, de hecho, surgen dudas a la hora de contratar este tipo de pólizas.**

Redacción.

**E**l seguro de vida puede garantizar la protección, tranquilidad económica y bienestar del asegurado y de su familia ante cualquier imprevisto o eventualidad grave, recuerda Aegon, aunque sigue siendo uno de los más desconocidos entre la sociedad española.

En España, este tipo de productos han ido adquiriendo una mayor relevancia en los últimos años, posicionándose como una alternativa interesante para los hogares. Según los datos de Investigación Cooperativa de Entidades Aseguradoras (Icea), de la facturación lograda en el sector en 2022, 24.433 millones de euros correspondieron al ramo de vida, con un crecimiento del 3,74% en términos interanuales.

Más allá de poner a disposición un capital para cubrir las necesidades del cliente ante fallecimiento o incapacidad, Aegon detalla a continuación cinco coberturas y servicios adicionales que incluyen este tipo de pólizas y que son poco o nada conocidas por la población.

## Asesoramiento médico

El servicio de asesoramiento médico telefónico incluye cuatro prestaciones: orientación médica pediátrica y ginecológica; servicio de nutrición y dietética; test de hábitos saludables y orientación psico-emocional. En todos los supuestos se contacta con especialistas que resuelven las dudas de los pacientes y, si lo precisan, les remiten al médico o centro hospitalario más indicado. Asimismo, es posible pedir una segunda opinión médica internacional, para contrastar diagnósticos de enfermedades graves (oncológicas, hepáticas, cardíacas, etc.).

## Atención psicológica

El servicio de atención psicológica presencial cuenta con especialistas que ayudan a superar circunstancias inesperadas para que los asegurados puedan continuar con sus vidas de una manera plena y positiva. En procesos de pérdida y duelo ante una defunción, pérdida de salud o accidente grave del cliente, puede utilizarse durante los seis primeros meses desde la fecha del hecho. La compañía ofrece cinco sesiones presenciales de psicólogo con una duración de 45 minutos sin ningún coste, y lo pueden utilizar uno o más beneficiarios.



El seguro de vida creció un 3,74% en 2022, según datos de Icea. iStock

## Asesoramiento legal

De manera adicional, las aseguradoras pueden ayudar a proteger a clientes y familiares facilitando cualquier trámite con un servicio de asesoramiento legal completo, compuesto por asesoramiento jurídico y gestoría postmortem.

## Enfermedades cardiovasculares y cáncer

En algunos casos se puede disponer de una cobertura opcional por la que se asegura un capital en caso de infarto de miocardio y accidente cerebrovascular. Del mismo modo sucede con la cobertura opcional que se proporciona en caso del diagnóstico de un cáncer, masculino o femenino.

## Testamento vital

El testamento vital contiene las voluntades sobre cuidados y tratamientos que quiere recibir el testador el día en que ya no pueda expresar sus deseos; el destino de su cuerpo y órganos al fallecer, y la persona que quiere que le represente si un día no es capaz de decidir. El servicio de asesoramiento legal proporciona orientación al respecto.



## ¿Qué es **VIVO**?

Es el **Seguro de Decesos** que tú y tu familia necesitáis, porque llegado el momento, es la forma de asegurarte que no tengan que preocuparse por nada, porque con VIVO, tu tranquilidad y la de los tuyos es lo que más nos importa.

Infórmate en el  
**900 20 30 10**  
o en tu sucursal más cercana.

## DEJAR UNA RECETA FAMILIAR

*Ese es Tu legado*

Nadie puede  
elegir como irse,  
pero sí qué dejar  
a su seres queridos

Por tu tranquilidad, por su tranquilidad,  
contrata tu seguro de Decesos

# 'elEconomista' debate sobre los retos del sector asegurador

Unespa insiste en el supervisor independiente y la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP) pondrá el foco en el seguro de decesos para garantizar la suficiencia de las provisiones.

V.M:Z. Fotos: Alberto Martín y David García



Mirenchu del Valle, presidenta de Unespa.

Los efectos de la inflación y el aumento de la siniestralidad se suman a la digitalización y la sostenibilidad como los principales retos a los que se enfrenta el sector asegurador. *elEconomista.es* ha analizado estos desafíos junto a los directivos de las principales compañías del seguro en el foro empresarial Los grandes retos del sector asegurador.

Mirenchu del Valle, presidenta de Unespa, ha insistido en la petición del seguro de tener un supervisor independiente y especializado, a imagen de otros mercados europeos. Del Valle señaló los principales retos de una industria que quiere reivindicar su papel protector de la sociedad e impulsor de la actividad económica: la sostenibilidad, la digitalización y el empuje de las nuevas tecnologías con el desarrollo y la aplicación de la Inteligencia Artificial a los diferentes procesos del negocio asegurador.

La recién elegida presidenta de Unespa hizo hincapié en la necesidad de reducir la brecha aseguradora para "evitar poner en riesgo el desarrollo económico". Y puso en valor la colaboración público-privada en el sector, con el ejemplo del Consorcio de Compensación de Seguros, cada vez más activo por la multiplicación de los riesgos extraordinarios.

## Foco en el seguro de decesos

José Antonio Fernández de Pinto, subdirector general de Inspección de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones, ha señalado las prioridades del supervisor, como la adaptación de los modelos de negocio a la inflación y al nuevo marco regulatorio o una mayor vigilancia del seguro de decesos.

El subdirector general de Inspección ha señalado que el supervisor está preocupado por la adecuación de las primas y los capitales a la inflación y la suficiencia de las provisiones que mantienen las compañías, debido a la larga duración de las pólizas y los descuentos comerciales que en los últimos tiempos han lanzado las compañías con el objetivo de captar clientes en un entorno macroeconómico marcado por la imparable inflación.



En la segunda mesa redonda participaron representantes de Abanca Seguros, Ibercaja Pensión, Santander Seguros y Kutxabank Seguros.

### Menos margen en algunos ramos del negocio asegurador

El estrechamiento de los márgenes del seguro de autos, el papel protector del seguro de vida o la necesidad de simplificar los productos de ahorro a medio y largo plazo son otros de los retos a los que se enfrenta en los próximos meses el sector asegurador.

Otro es recuperar la rentabilidad del negocio asegurador, que ha retrocedido a niveles de 2020. En el ramo de autos el deterioro de la cuenta técnica es de cerca del 75%; y el 50% en el caso de los seguros multirriesgo. Para algunos directivos de compañías de seguros, habrá que prestar atención a los efectos de la "inflación de segunda ola", la que se producirá una vez que se haga efectiva la subida salarial pactada para el próximo ejercicio.

### Expertos del seguro

En la primera mesa redonda del foro, centrada en los nuevos modelos de negocio bienestar social y sanidad, participaron Carlos González Perandones, CEO de Nationale-Nederlanden en España; Raúl Costilla, consejero delegado de Mapfre Vida y director general de Negocio y Clientes en Mapfre Iberia; Víctor Zambrana, director general adjunto de Seguros y Nuevos Negocios del Grupo Mutua Madrileña; Luis Sáez de Jáuregui, director de Negocio de AXA España y Miguel Pérez Jaime, director general comercial de Allianz Seguros.

Por su parte, Gema Reig, directora de Transformación y Desarrollo de Negocio Abanca Seguros; Paco Giménez Bosch, responsable de Seguros de Santander España; José Carlos Vizárraga, director de Ibercaja Pensión y Jesús María Blanco, director general de Kutxabank Seguros, debatieron sobre el reto demográfico, el alza de los tipos de interés, digitalización y gestión de activos en la segunda mesa redonda de la jornada.

# 75%

La inflación y la siniestralidad han deteriorado un 75% la cuenta técnica del seguro de autos

Como fórmula para hacer frente a la escalada de los costes, el sector apuesta por ofrecer seguros cada vez más personalizados que permitan hacer una suscripción de riesgos prácticamente a medida de cada cliente.

Así lo señaló Carlos González Perandones, CEO de Nationale-Nederlanden en España: "la solución a la caída de los márgenes es poner al cliente en el centro. Para dar respuesta a estas situaciones, aquellas compañías que han hecho los deberes podrán ofrecer mejores productos, porque serán más eficientes y eso es básico y es lo que intentamos hacer".

# La inflación eleva el gasto en seguros de las familias españolas

El 23% de los asegurados tiene previsto cambiar de compañía para reducir gastos

Olga Juárez Gómez. Fotos: iStock

La inflación está afectando a todos los sectores de la sociedad, incluido el asegurador. Una situación que ya se prolonga en el tiempo debido al aumento del coste de vida. Por ende, las compañías de seguros están aplicando procesos para agilizar la contratación de pólizas, aumentar sus beneficios y reducir costes.

Como indica un reciente informe de HelloSafe, la vida en España ya cuesta el 63% del salario mínimo. Este dato se debe a la tasa actual de inflación, que provoca un crecimiento desorbitado de los precios. Aunque, como refleja el IPC, la inflación ha descendido nueve décimas en mayo situándose en 3,2%, las previsiones estiman un contexto al alza. En este sentido, el porcentaje de personas con dificultades para llegar a final de mes se sitúa en el 35%, frente al 25% que declara vivir cómodamente, según un estudio elaborado por el Instituto DYM en colaboración con WIN Internacional.

Esta situación económica ha provocado que las finanzas familiares se vean resentidas. Como revela un análisis llevado a cabo por Advantere School of Management, los españoles solo pueden ahorrar el 20% de su salario, el 50% aproximadamente se destina a gastos fijos (vivienda, luz, agua, etc.)

y el 30% a los gastos variables no esenciales (compras, deportes, tecnología, etc.).

Para conseguir ahorrar en sus hogares, los españoles han optado por cambiar de compañía en algunos suministros básicos, como, por ejemplo, el teléfono, la luz, el banco o los seguros, con el objetivo de encontrar tarifas más económicas.

Según el pronóstico de Línea Directa en el informe *Los hogares españoles ante la inflación en 2022: gasto y ahorro familiar en el actual escenario económico*, el 27% de los españoles tiene previsto cambiar de aseguradora en 2023. No obstante, la mitad de los españoles mantiene sus pólizas, y un 13% pretende aumentar el gasto en seguros.

## Los gastos asociados al seguro se elevan

El gasto en seguros tiene un gran peso en la economía familiar. Como revela Ricardo González, experto en estudios sectoriales y regulación de seguros, si se tiene en cuenta el volumen total de las primas del sector en 2022, y se reparte entre el número de hogares, la media del gasto familiar se sitúa en torno a 3.400 euros. No obstante, esta cifra incluye seg-

La inflación también afecta al seguro.





**El gasto anual de las familias españolas en seguros ronda los 3.400 euros por hogar.**

mentos muy heterogéneos. "Si analizamos algunos de los segmentos de negocio más directamente relevantes para las familias podemos ver que el gasto en el seguro de autos alcanzaba 600 euros de media por hogar, el de salud 557 euros y los multirriesgo del hogar y de comunidades de propietarios sumaban otros 508 euros, de media. Por su parte, los seguros de Vida de protección para el caso de fallecimiento como garantía hipotecaria o de otro tipo representaron un gasto medio por hogar de 274 euros", comenta.

Aunque las aseguradoras terminaron 2022 con un crecimiento del 4,65% en las primas, hasta los 64.673 millones de euros, según datos preliminares de Icea, se estima que los seguros vean incrementados sus precios de forma generalizada este año. El seguro de salud ha liderado el crecimiento del sector, con un aumento de las primas del 7%, hasta 10.543 millones. No obstante, la escasez de profesionales sanitarios, la inflación salarial y la precariedad en la sanidad privada han provocado una subida histórica del precio del seguro de salud hasta el 7,5% más, según una encuesta realizada por WTW. Otro ramo afectado por el incremento de los precios es el de automóvil, con una subida media del 7,86%, asegurar un vehículo ha pasado de costar 581,5 euros a 627,2 euros como revela el comparador Kelisto.

#### La rentabilidad de las aseguradoras resiste

Por su parte, la rentabilidad de las compañías tam-

bién se ha visto debilitada a causa de la inflación, sobre todo, los últimos meses de 2022. "Particularmente, el negocio de autos en 2022 y todavía sigue afectando en lo que va de año, aunque si la inflación comienza a moderarse (que parece que en España empieza a ser el caso), la situación puede ir mejorando a lo largo del año si bien tiene que encajar el efecto del baremo de las indemnizaciones por daños personales en los accidentes de autos

# 7,86%

**El seguro de autos se ha encarecido una media del 7,86%, según el comparador Kelisto**

que sufrió una importante revisión al alza a principios de año, a consecuencia de la inflación", argumenta Ricardo González.

No obstante, algunas líneas de negocio han podido aguantar bien el impacto de la inflación, e incluso han aportado de forma positiva al resultado del sector, como es el caso del negocio de vida. "El año 2022 se ha cerrado con un resultado agregado y unas métricas de rentabilidad sobre fondos propios y sobre activos superiores al año previo. Esto pone de relieve la importancia de tener un negocio bien diversificado para estar

protegidos contra eventos imprevistos”, explica González.

“Por otro lado, la rentabilidad de las carteras de inversión puede empezar a beneficiarse de las subidas de los tipos de interés y apoyar a la rentabilidad técnica, tras el mal comportamiento del año previo” añade.

### Soluciones digitales y personalizadas para proteger los precios

Aunque el mercado asegurador en España está sometido a una presión elevada por los altos niveles de competencia y la situación desfavorable de la población, muchas compañías ya han implantado soluciones para mitigar los efectos de la inflación y beneficiar las primas de los asegurados. Principalmente, batallan la inflación con el uso de nuevas soluciones digitales, innovadoras y disruptivas como, por ejemplo, la inteligencia artificial y el *blockchain*. De este modo, pueden ofrecer primas personalizadas y eficientes.

Tal y como expresa Rodrigo González, “las entidades aseguradoras están haciendo esfuerzos importantes para controlar los costes de las reclamaciones, en la medida de lo posible, tratando de evitar el trasladar subidas equivalentes a las altas tasas de inflación a sus clientes. Pero esto tiene un recorrido limitado y, tarde o temprano, deben revisarse en alguna medida los precios con el fin de evitar un deterioro excesivo de los márgenes de rentabilidad. No es una tarea fácil por la com-

petencia y por el deterioro del poder adquisitivo que están sufriendo los hogares que hace más difícil trasladar a los precios el aumento en los costes a consecuencia de la inflación”.

Por último, el seguro de vida es un instrumento imprescindible para luchar contra la inflación, puesto que está vinculado al ahorro. Es un elemento fundamental a la hora de canalizar los ahorros de los clientes y ofrecerles una rentabilidad adecuada a su perfil.

“El problema es que tras una década con tipos de interés cercanos a cero e incluso negativos era un negocio que había quedado reducido a su mínima



**El seguro de vida ahorro es una alternativa muy competitiva a otros productos financieros**

expresión. Pero está resurgiendo con fuerza y son una alternativa muy competitiva frente a los productos que puedan ofrecer otras entidades financieras. No hay más que asomarse al mercado para ver la gran variedad de productos de seguros de Vida ahorro que están comercializando las entidades aseguradoras en estos momentos. Y hay apetito por parte de los clientes porque muchas de estas emisiones se agotan rápidamente una vez lanzadas al mercado”, dictamina González.



La inflación ha disparado el coste de los seguros y el presupuesto que cada familia dedica a su protección.

## Productos

## Reale Seguros completa su gama de ahorro con el PPA Compromiso

**R**eale PPA Compromiso es un plan de ahorro para la jubilación que combina las ventajas fiscales de los PPA con una rentabilidad neta garantizada. Este producto está pensado para clientes conservadores que quieren complementar su pensión pública con un capital asegurado y garantizado, señala la compañía. El nuevo PPA de Reale permite realizar aportaciones únicas, periódicas y extraordinarias, así como traspasos desde otros planes sin comisiones ni penalizaciones. Ofrece la posibilidad de rescatar el dinero en caso de desempleo de larga duración, enfermedad grave o incapacidad permanente. El tipo de interés técnico anual se fija semestralmente. Para su lanzamiento, será del 2% hasta el 31 de diciembre de 2023.

El producto también tiene en cuenta criterios ambientales, sociales y de gobernabilidad (ASG) en sus inversiones. De esta forma, la aseguradora refuer-



Reale Seguros completa su gama de productos de vida ahorro con este PPA. eE

za su oferta de seguros personales con soluciones sencillas y adaptadas a las necesidades de los mediadores y clientes. Según la Memoria Social del Seguro de Unespa, que recoge los datos del seguro en 2022, los seguros de Vida Ahorro cuentan con la confianza de más de 8,3 millones de españoles, que han invertido más de 178.000 millones de euros en este tipo de productos.

## RSC

## Mapfre y Mensajeros de la Paz suman fuerzas para mejorar la atención a las personas mayores

**M**apfre y Mensajerosad, división de Mensajeros de la Paz especializada en asistencia a domicilio y otros recursos para personas mayores y dependientes, han alcanzado un acuerdo de colaboración para mejorar la atención al colectivo senior en España. El acuerdo fue firmado por el Padre Ángel, presidente de Mensajeros de la Paz, y José Manuel Inchausti, vicepresidente de Mapfre y CEO de la compañía en Iberia.

El acuerdo contempla la creación de un servicio de ventanilla única para los socios de Club Mapfre, que será atendido por Mensajerosad, donde podrán acceder a todos los servicios que ofrece el Experto de Club Mapfre para este colectivo y sus familiares. A través de esta ventanilla única, los clientes de Mapfre podrán recibir de forma gratuita una primera evaluación de la situación en la que se encuentran (ellos o los mayores a su cargo), de carácter integral y predictivo. Dependiendo de cada caso concreto, se per-

mitirá conocer la necesidad y/o el grado de dependencia en el que se encuentran, así como conocer las soluciones que existen para cada situación.

Además, el acuerdo incluye servicios como farmacia a domicilio, acceso a la ayuda de voluntarios y al "Teléfono Dorado", en el que se ofrece acompañamiento a los mayores en situaciones de soledad. Asimismo, los socios de Club Mapfre contarán con precios especiales en servicios de Mensajerosad para personas de edad avanzada o para los familiares a su cargo, como residencias, asistencia domiciliar profesionalizada, centros de día y de neurorrehabilitación, teleasistencia, custodia de mascotas, banca social, cuidados compartidos y otros. Gracias al acuerdo quienes contraten los servicios de Mensajerosad para asistencia a domicilio de personas mayores y dependientes, así como el resto de su cartera de recursos, podrán utilizar los servicios digitales de salud de Savia.

## RAÚL CASADO

Director general de Avanza Previsión



*“Estamos volcados en el desarrollo de vida riesgo, que podremos comercializar en septiembre”*

Tras 16 años en la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP), primero como coordinador de proyectos y luego como subdirector general, “una etapa fantástica, de mucho aprendizaje”, en enero de 2021, Raúl Casado se incorpora a Avanza Previsión como director general de la compañía.

Por Virginia Marcos Zamarreño. Fotos: Edu León

### ¿Qué es Avanza Previsión y cuáles son vuestros objetivos?

Avanza Previsión fue el resultado de una operación societaria entre Mutualidad de la Abogacía y Mutualidad de la Ingeniería. Esta compañía que adquiere la Mutualidad de la Abogacía se divide en dos partes: el negocio alternativo al RETA de los ingenieros, que se queda en la Mutualidad, y la otra parte, que es el ahorro privado complementario de los

ingenieros, que se destina a una nueva entidad, Avanza Previsión. La compañía surge con esa cartera de aproximadamente 60.000 ingenieros, pero con un matiz muy importante: es una sociedad anónima que se puede dirigir a cualquier persona física o jurídica que tenga interés en contratar productos de ahorro vía seguros. Esto ha marcado nuestro desarrollo en estos dos años y medio, porque nos abrimos al mercado fundamen-

talmente a través de redes de mediación de seguros. Nosotros no tenemos una red agencial, ni un número de empleados elevado, nos apoyamos mucho en la matriz.

#### ¿Qué productos les demandan más?

Somos una compañía de ahorro, de vida, lo que quiere decir que puedes hacer productos de ahorro y de riesgo, pero es cierto que en estos primeros años nos hemos fijado sobre todo en el ámbito del ahorro y con una estrategia muy clara: funcionar con productos de ahorro garantizado. No nos hemos movido en productos que pueden oscilar con el mercado, sino siempre en productos muy sencillos y transparentes para el cliente, en el sentido de que el cliente sabe que lo que aporta está garantizado y a partir de ahí, lo que se pueda obtener de rentabilidad. Quizá venimos con un cierto sesgo desde el punto de vista de la DGSFP, donde hemos visto muchas veces productos que se lanzan al mercado que no son lo suficientemente trans-

#### Según su experiencia, ¿por qué cree que no cala en la sociedad el mensaje de que hay que ahorrar a largo plazo?

Creo que no cala porque vivimos en una sociedad del día a día, que cada vez está más volcada en el consumo, en el servicio y eso impide que haya una vocación de ahorro. Creo que solamente se podrá potenciar y fomentar este tipo de inversiones o de previsión si se hace obligatoria o pseudo obligatoria. Ha habido reformas con los planes de pensiones de empleo, pero sigue sin ser un marco obligatorio, depende de las empresas y los convenios sectoriales. Entonces, o se obliga a ir por ese cauce con un sistema tipo británico o va a ser complicado porque, insisto, hoy en día la gente tiene prioridades. Venimos, además, de una crisis económico-sanitaria donde la gente incluso ha sentido más acuciante el hecho de disfrutar del día a día y eso hace que no se ahorre.

#### Desde el punto de vista de los productos

*“Nuestro objetivo en 2023 es seguir creciendo, no sé si lograremos el doble dígito, como los dos primeros años”*

*“Nuestros productos no tienen trampa ni cartón, el cliente los entiende, es la filosofía de Avanza Previsión”*



parentes o claros para el cliente. Y eso que hemos vivido en el supervisor es lo que hemos intentado trasladar aquí o corregir, en el sentido de que nuestros productos no tienen trampa ni cartón, son sencillos, claros, el cliente los entiende, son garantizados y esa es la filosofía de Avanza Previsión.

#### Al centrarse en productos garantizados, el nuevo entorno de tipos tampoco va a suponer un cambio muy significativo, ¿no?

No. Creo que se compensa, porque por un lado hay más competencia y compensa el efecto de que sigues teniendo un producto garantizado muy atractivo desde el punto de vista de la rentabilidad. Pero también es cierto que hay competencia que atrae a ese perfil de cliente conservador. Pero, en cualquier caso, el producto Avanza sigue siendo suficientemente potente como para que siga entrando negocio.

#### del sector asegurador, ¿es más un problema de oferta o de demanda?

Creo que es un problema de demanda. La oferta aseguradora es potente. El problema es que la gente tiene mucha vinculación con las entidades bancarias. Al final, que tengas mucha vinculación con una entidad bancaria, que seguramente es más conocida que el sector asegurador, hace que los ahorros vayan para allá. No creo que el seguro tenga problema de oferta, sino que el ciudadano se decanta más por otras opciones porque han sido tradicionalmente más conocidas que el seguro, al que a lo mejor le falta mecanismo publicitario para hacer constar que se puede ahorrar en seguros.

#### Después de más de dos años en el sector privado, ¿cómo se ve desde una compañía la supervisión aseguradora española?

Bueno, la supervisión aseguradora españo-

la la veo bien. Es cierto que sería bueno que tuviéramos una autoridad supervisora independiente, y me temo que los derroteros van por otro lado. Pero sí creo que los recursos humanos de los que dispone la DGSFP son enormemente válidos. Hay gente técnicamente muy preparada y, en ese sentido, creo que no hay ningún problema más allá, insisto, de la necesidad de dotarla de independencia y seguramente de medios materiales para desarrollar otra serie de funciones o tener otros perfiles. Porque el principal problema de la DGSFP, y me consta que se está poniendo remedio en estos últimos tiempos, es que hay inspectores muy preparados, pero a lo mejor faltan otra serie de perfiles que puedan complementar ese perfil técnico.

#### ¿Y qué perfiles serían?

La parte de digitalización creo que sería bueno que se pudiera potenciar, porque al final está cada vez más encima de la mesa, con

jando, porque creemos que es importante que nuestros clientes tengan un servicio lo más integral posible, con control, llegar a acuerdos con otras compañías para ofertarles productos más vinculados a su día a día, como puede ser el seguro de asistencia en viaje o de asistencia para mascotas.

#### Un seguro que considere imprescindible.

Podría publicitar los de Avanza, pero creo que un seguro fundamental es el seguro de hogar, que no es obligatorio, pero vistas las circunstancias, que cada vez hay más fenómenos atmosféricos incontrolados, mucha volatilidad, el cambio climático es un hecho perfectamente constatable, debería ser casi obligatorio. Porque al final, según las estadísticas, de todo el ahorro de las familias, el 70% está en el ámbito inmobiliario, el 30% en el ámbito financiero. Si tú pierdes por un siniestro el 70% de las inversiones de tu país, eso, lógicamente, no es bueno para nadie.

*“A lo mejor al seguro le falta mecanismo publicitario para hacer constar que se puede ahorrar en seguros”*

*“Si pierdes por un siniestro el 70% de la inversión de tu país, eso, lógicamente, no es bueno para nadie”*



todo lo que ello conlleva. Ahora también se está empezando a dotar al cuerpo de mayor número de estadísticos, también hay un buen número de actuarios.

#### Volvemos a Avanza Previsión. ¿Qué objetivos tienen para 2023?

Los dos primeros años hemos crecido a doble dígito, este año nuestro objetivo es seguir creciendo, no sé si alcanzaremos el doble dígito, y también seguir potenciando la gama de productos que tenemos. Vamos a ampliar la oferta de productos de ahorro y estamos muy volcados, creo que es un tema estratégicamente muy importante, con el desarrollo de vida riesgo. Hemos empezado a trabajar este año el producto y creemos que para septiembre podremos empezar a comercializar un producto que sea competitivo tanto para el cliente como para la red de distribución. Y también estamos traba-

#### ¿Piensa que el seguro es tan poco atractivo para los jóvenes como lo pintan?

De arranque, el seguro no suena tan atractivo como trabajar en una entidad financiera o una gestora de fondos. Porque si no estás metido en el día a día del seguro se asocia más a un siniestro de hogar, de coche, que a todo el espectro que cubre. Ahora bien, si alguien, por la razón que sea, entra en contacto laboral con el sector seguros, le engancha. Y eso que la mayoría, si no todos, llegamos al sector de casualidad, yo también. Pero, cuando empiezas a trabajar ves que tiene tantas posibilidades, que toca tantos palos: tienes ahorro, no vida, digitalización, la parte actuarial, empresarial, de negocio, de marketing, etc. Al final, el seguro lo rodea todo, y a mí me parece un sector apasionante, es una sorpresa para la gente todo lo que hay y todo lo que está por venir, el seguro tiene mucha más diversificación, mucha más variedad que otros sectores financieros.

## Unespa nombra director general a Luis Miguel Ávalos

**E**l Comité Ejecutivo de Unespa, la patronal del seguro español, ha nombrado secretario general a Luis Miguel Ávalos. Ocupa la plaza que quedó vacante tras el ascenso de Mirenchu del Valle a la presidencia de la asociación empresarial del seguro. Ávalos es licenciado en Derecho por la Universidad Complutense de Madrid (UCM) y cuenta con dos posgrados: un Máster en Derecho Tributario y otro de Asesoría de Empresa.

Entre 1984 y 1996 fue director de la Confederación Española de Mutualidades. También formó parte del equipo de la consultora William Mercer como jefe de Asesoría Jurídica. Desde 1999 y hasta la actualidad ha ejercido de director del Área de Seguros



**Luis Miguel Ávalos,**  
nuevo secretario  
general de Unespa.  
eE

Personales de Unespa. Como nuevo secretario general se ocupará de coordinar todos los trabajos que emprende la asociación, así como de ejecutar el plan de acción de Unespa y los acuerdos de los órganos de gobierno de la organización. Además, representará al sector asegurador en distintos órganos, tanto nacionales como internacionales, explican.

helvetia.es

**Creando.  
Futuro.  
Juntos.**



**simple. claro. helvetia**   
Tu aseguradora suiza



## ¿Cómo funcionan los seguros para viajes de estudios al extranjero?

No es un producto obligatorio para los alumnos, pero contratar un seguro de viaje es la mejor forma de conseguir una experiencia tranquila y enriquecedora.

Olga Juárez Gómez.



Contratar un seguro de viaje de estudios no es obligatorio, pero sí muy recomendable, especialmente en ciertos destinos. iStock

Los viajes de estudios al extranjero son una de las mejores experiencias para los alumnos de todas las edades. Viajar a otros países tiene un gran impacto en los estudiantes, tanto a nivel personal como académico. Sin embargo, no disponer de un seguro de viaje de estudios para proteger a los jóvenes puede generar graves dificultades.

Viajar al extranjero es una experiencia única, sobre todo, para los estudiantes, ya que salen de su zona de confort y conocen otras culturas. Además, es un momento perfecto para aprender otros idiomas, puesto que mantienen el cerebro enfocado en la lengua de dicho país durante todo el

día. Asimismo, un entorno nuevo y desconocido permite mostrar con nitidez los aspectos ignorados sobre uno mismo.

Organizar un viaje de estudios no es una decisión fácil, ya que entran en juego diversos factores relacionados con la planificación y el gasto. En primer lugar, hay que seleccionar el destino, para ello conviene buscar información sobre la cultura, costumbres o tradiciones. Al mismo tiempo, el centro académico debe considerar el precio del transporte, los hoteles o residencias, y administrar los gastos de comidas y actividades de ocio.

Además de programar el día a día del viaje, com-

parar precios y planificar el alojamiento, es importante detener la atención en un seguro de viaje de estudios que brinde la protección completa para ofrecer al alumnado una aventura segura y sin inconvenientes.

### ¿Por qué es importante contratar este seguro?

Tal y como indica Carlos Reolid, director del área técnica de Viajes y Decesos de Mapfre España, contratar un seguro para realizar viajes de estudios al extranjero no es obligatorio en todos los destinos.

No obstante, puede resultar necesario para la tramitación de visados o permisos de entrada. Además, tanto la patronal aseguradora Unespa como el Ministerio de Exteriores lo recomiendan, ya que permite a los estudiantes estar cubiertos ante cualquier incidente que les pueda pasar fuera de España. "Sobre todo, porque en muchos países los costes de sanidad son muy elevados, y con este tipo de seguros llevas la tranquilidad de que esos gastos están cubiertos", explica Reolid.

### ¿Qué cubre el seguro para viajes de estudios al extranjero?

El seguro para viajes de estudios al extranjero debe cubrir las necesidades básicas que puedan surgir durante la estancia de los alumnos en el país visitado. "Principalmente, este tipo de pólizas se centran en los gastos médicos y de hospitalización, indemnización por pérdida definitiva o repa-

tración, pero también robo o deterioro del equipaje e incluso la cancelación del mismo", argumenta Reolid.

### Requisitos a cumplir

En cuanto a los requisitos que impone el seguro para viajes de estudios al extranjero, las pólizas solo cubren a estudiantes, independientemente



**Hay destinos en los que es necesario contar con un seguro para obtener el visado**

de la edad. No obstante, de la contratación se debe encargar una persona mayor de edad, es decir, el estudiante de forma individual o a nivel particular si tiene 18 años o más, a través de una agencia de intermediarios o directamente a través del centro académico que organice el viaje.

Por otra parte, los seguros para viajes de estudios cubren toda la experiencia del estudiante, desde su salida de España hasta la llegada. "De hecho, puede prorrogarse si alarga su estancia fuera", confirma Reolid. Actualmente, las coberturas para estos seguros no son válidas en Rusia y Bielorrusia, como consecuencia del conflicto de Ucrania y las posibles sanciones por los embargos internacionales impuestos a estos dos países.



Los seguros de viaje de estudios cubren a los estudiantes desde que dejan el país hasta que regresan. iStock

# Lo que los profesionales del marketing y la comunicación deben asegurar

**El sector del marketing y la comunicación engloba multitud de empresas: desde agencias especializadas a las que se ocupan de la investigación de mercados, la promoción de ventas, telemarketing y las productoras audiovisuales.**

Diego Fernández Torrealba. Foto: iStock

**P**or la cantidad de información que manejan, los datos con los que operan -en muchas ocasiones confidenciales- y las imágenes con las que trabajan (y los derechos asociados a esas imágenes), a este tipo de empresas o de profesionales autónomos les conviene contratar cierta clase de seguros para desarrollar su trabajo con una mayor tranquilidad y con garantías de poder afrontar cualquier problema que se produzca.

¿Cuáles son estos seguros recomendables para profesionales o firmas de marketing, comunicación y publicidad? Principalmente tres se antojan importantes en este área profesional:

## Seguro de responsabilidad civil profesional

El clásico, el que ya conocen, el que tiene aplicación, sentido y utilidad para el desarrollo de cualquier profesión. Cubre ante los daños que se puedan realizar y frente a las posibles reclamaciones que derivan de la práctica profesional, que en este caso está bastante expuesta en ambos sentidos al estar hablando de un área que trabaja con datos, palabras e imágenes.

Un producto de esta clase puede encargarse de muchas cuestiones: pérdida y destrucción de datos, violación del deber de confidencialidad, publicidad engañosa, incumplimiento de contrato, violación de de-

rechos de la propiedad intelectual, difamación y multitud de errores profesionales.

## Seguro multirriesgo

Un producto recomendable para cubrir las instalaciones en las que se desarrolla este tipo de trabajo, desde el contenido -material informático, mobiliario, máquinas- hasta el continente, la propia estructura del lugar de trabajo, sea este una oficina o un local comercial, una nave o un almacén.

Un seguro de este tipo puede responder ante numerosas situaciones: incendio, robo, vandalismo, daños por agua, daños eléctricos, fenómenos atmosféricos, avería de maquinaria, pérdida de beneficios, etc.

## Seguro de ciberriesgo

Todas las empresas de comunicación, publicidad y marketing operan con material informático. Por eso se antoja muy importante la contratación de un seguro de ciberriesgo que ofrezca respuestas ante posibles ataques que amenacen la seguridad de la información con la que trabajan de cara no sólo a proteger a la compañía o al profesional autónomo que los contrata, sino a sus clientes. ¿De qué manera? Gracias a coberturas como gestión de incidencias, ciberextorsión, RC por ciberriesgos y pérdidas de información o indemnizaciones por interrupción de la actividad.



## Aseguradoras

## Generali crece un 1,3% en primas y gana un 49% más hasta marzo

**E**l Grupo Generali ha publicado sus resultados al cierre del primer trimestre del año. Un periodo en el que el grupo asegurador italiano "registra un fuerte crecimiento rentable y conforma una posición de capital sólida", según señalan en un comunicado.

Generali explica que las primas netas emitidas aumentaron hasta 22.200 millones de euros (+1,3%) impulsadas por el fuerte crecimiento en el segmento de No Vida (+10,1%). Las Life Net Inflows se centraron totalmente en los productos de *unit-linked* y protección, en consonancia con la estrategia del grupo asegurador italiano.

Por su parte, el resultado operativo ascendió a 1.820 millones de euros (+22,1%), principalmente gracias a la fuerte contribución del segmento No Vida, mientras que el segmento de Vida se mostró resiliente.



Generali ha mejorado sus resultados al cierre del primer trimestre del año. eE

El Ratio Combinado mejoró hasta el 90,7% (-5,6 p.p.). Con un New Business Margin del 5,72% (+0,32 p.p.).

El resultado neto ajustado creció sustancialmente hasta los 1.229 millones de euros (+49,7%), reflejando el beneficio de la diversificación del negocio, señalan. Además, el ratio de solvencia cierra el periodo en el 227% (221% en el ejercicio 2022).

## Aseguradoras

## Zurich Klinc crea un ecosistema de salud proactivo junto a DKV y con la tecnología de Fitbit

**Z**urich lanza un ecosistema de salud y bienestar a través de su plataforma digital Klinc. Los seguros y servicios disponibles en este ecosistema utilizan la tecnología de Fitbit para monitorizar la actividad del usuario, mejorando la experiencia del cliente que podrá beneficiarse de planes de salud y bienestar personalizados.

Dentro del ecosistema Zurich Klinc, que ya incluía el seguro de vida, ahora se incorpora el seguro de salud, de la mano de la compañía especialista en este ramo DKV. Este seguro cubrirá la necesidad cada vez mayor de protección y control de salud por parte del cliente, ofreciendo diferentes opciones de coberturas y servicios, según el momento y su estilo de vida, señala la compañía.

El grupo asegurador explica que, de esta forma, se combina la atención digital y presencial, adaptándose así a los usuarios que confían en la medicina

digital en un primer contacto, pero no quieren renunciar a la figura de un médico que mantiene una relación con el paciente. Se trata de un seguro proactivo que incorpora un plan personalizado de prevención de salud, como la actividad física o el sueño, a través del dispositivo y siempre guiado por un médico personal.

El ecosistema incluye nuevos servicios especializados para atender las necesidades de bienestar específicas de ciertas comunidades. Para las personas a partir de 60 años se lanza Vitalidad+, de la mano de la compañía Senniors, un programa que busca mejorar la calidad de vida mediante el seguimiento de su actividad física, nutrición, bienestar emocional y sueño para seguir activos durante más años. Por otro lado, en la comunidad de Maternity+, junto con la *startup* Lulla Care, se acompaña a las mujeres ofreciéndoles planes específicos de bienestar durante el embarazo y el postparto.

# La convocatoria de las elecciones el 23J da alas al seguro de viaje

La contratación de seguros de viaje se dispara un 50% tras el adelanto electoral. Si le toca formar parte de una mesa electoral no le librarás de ir el 23J, pero sí le permitirá cancelar su viaje y recuperar el dinero gastado.

V.M.Z. Fotos: iStock

**E**stá a punto de comenzar el primer verano libre de restricciones desde que en marzo de 2020 se declarara la pandemia de Covid-19. Unas vacaciones que prometían impulsar de nuevo el crecimiento del sector turístico, al menos hasta que el presidente del Gobierno decidiera disolver las Cortes y convocar elecciones generales para el domingo 23 de julio. De acuerdo con los datos de la última edición del Barómetro Vacacional de Europ Assistance e Ipsos, el 82% de los españoles tienen previsto viajar estas vacaciones de verano y el 30% ya tiene reservados sus viajes. ¿Qué hacer si ahora te llaman a formar parte de una mesa electoral?

Que no cunda el pánico. Los viajeros tienen la opción de contratar un seguro de viaje, ya que entre los supuestos para activar la cobertura de cancelación del viaje está el ser convocado a una mesa electoral. Es el caso de Europ Assistance y de Allianz Partners, compañías que han comunicado expresamente que sus asegurados de viaje están cubiertos.

## Impulso de la contratación de seguros de viaje

Con todo, incluso antes de la convocatoria electoral de última hora, el seguro de viaje no ha parado de crecer en los últimos años, primero impulsado por la necesidad de cubrir percances relacionados con el Covid-19, y ahora como consecuencia de una mayor conciencia de los viajeros por viajar de forma más segura.

En este sentido, Arag, compañía de seguros de asistencia y defensa jurídica, ha registrado un crecimiento





La convocatoria electoral del próximo 23 de julio ha trastocado los planes de vacaciones de muchos españoles.

to del 36% en sus ventas de seguro de viaje en el primer trimestre del año. Raúl Pérez, director de negocio de Asistencia en Viaje de la compañía, lo atribuye al "levantamiento de las restricciones a los viajes tras la pandemia, la reapertura de fronteras y a las ganas de viajar de los ciudadanos".

La encuesta de Europ Assistance señala que el 55% de los viajeros tiene intención de contratar un seguro de viaje para sus vacaciones, seis puntos porcentuales más que en el verano anterior. Las coberturas más demandadas son las de gastos médicos y de hospitalización. "Esto indica un mayor nivel de conciencia sobre la importancia de protegerse durante los desplazamientos", explican.

En el caso de los asegurados que viajan en coche, la asistencia en carretera se posiciona como la garantía mejor valorada, con un 68% entre los españoles y un 61% entre el resto de los europeos, según los resultados del Barómetro Vacacional. Y esto es relevante, ya que los españoles siguen prefiriendo pasar sus vacaciones dentro de España, sobre todo en la costa, y, aunque voajamos más al extranjero, nos decantamos por destinos cercanos, como Francia o Portugal.

#### Qué hacer si le toca mesa electoral

La convocatoria de las elecciones generales ha generado mucha incertidumbre entre los españoles que disfrutarán de sus vacaciones en el mes de julio. El comparador de seguros Acierto.com calcula que el anuncio de la cita con las urnas ha disparado la contratación de seguros de viaje un 50%. Rastreator, otro comparador de seguros, señala que las búsquedas de seguros de viaje han crecido un 47%. Acierto.com también afirma que la mejor solución

es contratar un seguro de viaje con cancelación, o una póliza de anulación específica. Así, en caso de tener que acudir a una mesa electoral no se perderá el dinero del viaje, ya que ambas opciones permiten recuperar los gastos del viaje si al final se ha de cancelar.

Es necesario recordar que, en caso de ser convocados, es obligatorio acudir a la mesa electoral salvo que se alegue alguna de las situaciones previstas por la Ley. No acudir sin justificación puede suponer una pena de prisión o una cuantiosa multa administrativa. El hecho de tener un viaje no es una

# 50%

La búsqueda de información y las contrataciones de seguros de viaje se han disparado un 50%

causa válida por sí misma, aunque se podría reclamar ante la Junta Electoral de Zona aportando la documentación correspondiente. La decisión final dependerá de la Junta. Tampoco nos libra de la obligación solicitar el voto por correo.

Los seguros de viaje con cancelación o con cobertura de anulación cubren los gastos derivados de esta hasta el límite establecido en la póliza. Es importante que la causa de la cancelación esté reflejada en el contrato. Hay compañías que ofrecen seguros con hasta 33 motivos distintos para cancelar el viaje, pero depende de cada aseguradora y de cada póliza. Por eso es importante comparar entre distintas entidades antes de contratar.

# Diez herramientas de conversación artificial que compiten con ChatGPT

La idea es crear sistemas capaces de entender y responder a las consultas, demandas y comentarios de los usuarios humanos, mediante un lenguaje natural y coherente. Analizamos las diez herramientas más populares.

Ana M. Serrano. Fotos: iStock

La conversación artificial es una de las áreas más fascinantes de la IA. La idea es crear sistemas capaces de entender y responder a las consultas, demandas y comentarios de los usuarios humanos, mediante un lenguaje natural y coherente. Una de las herramientas más populares y avanzadas para lograr este objetivo es ChatGPT. En el número de abril ya comentamos sus características, ventajas, limitaciones y desafíos. Sin embargo, ya no es la única opción para crear conversaciones

inteligentes y naturales con una máquina. En estos dos meses, las alternativas a la herramienta de OpenAI se han multiplicado como los panes y los peces.

En este artículo, analizaremos diez de las más populares. Y una de propina especial para estudiantes: *LuzIA*. De origen español, gratuita y sencilla, la aplicación se instala en WhatsApp, independientemente del sistema (iOS/Android). Ella resume textos, aclara conceptos complejos, realiza cálculos matemáticos, traduce y genera imágenes. Una *fenómena*, vaya.

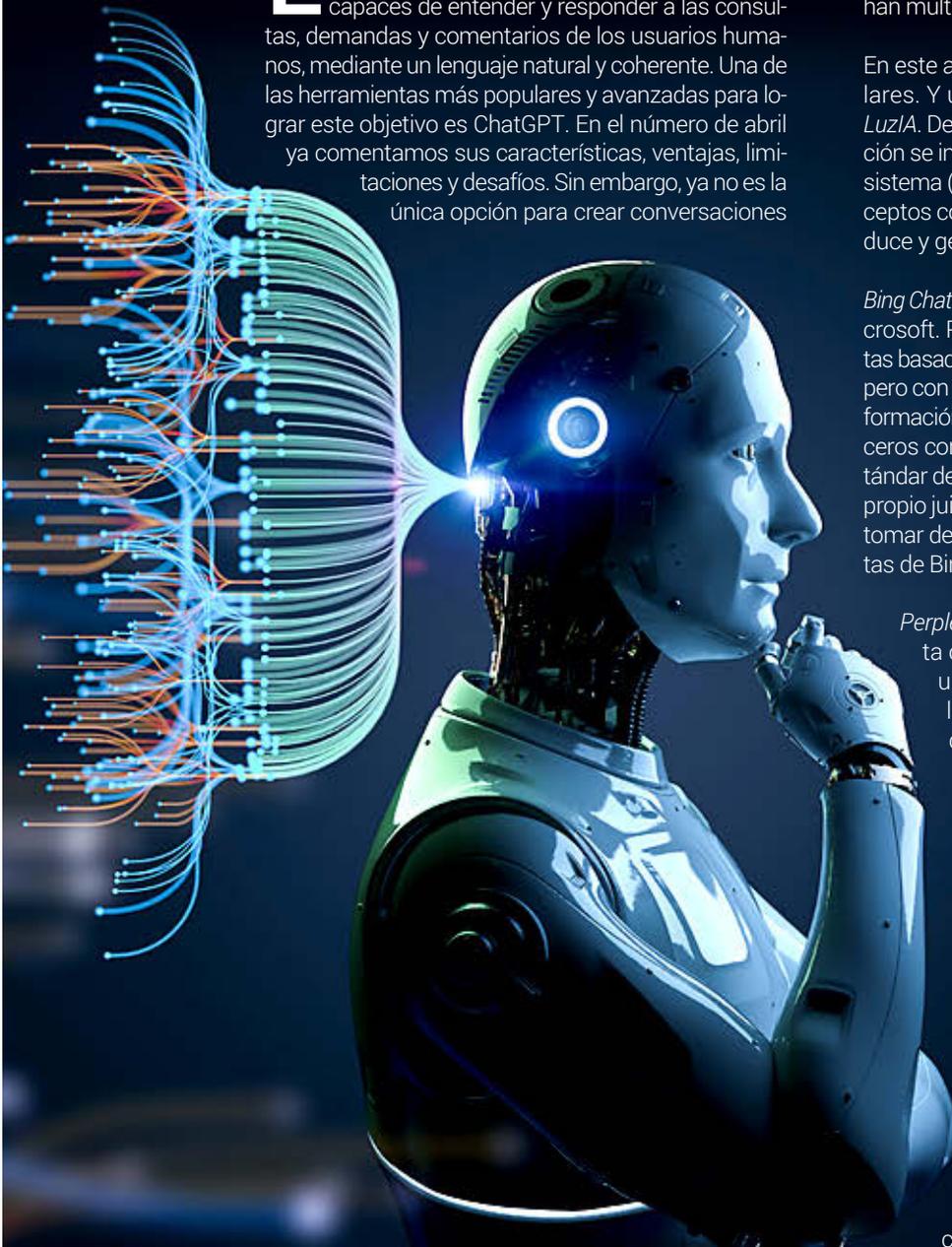
*Bing Chat*: Es el *chatbot* integrado en el buscador de Microsoft. Permite hacer preguntas y obtener respuestas basadas en fuentes web. Es muy similar a ChatGPT, pero con mayor transparencia y actualización de la información. El motor de búsqueda utiliza fuentes de terceros como las que se presentan en la búsqueda estándar de Bing. Microsoft insiste en que debe "usar su propio juicio y verificar dos veces los hechos antes de tomar decisiones o actuar en función de las respuestas de Bing", tal como lo haría al buscar en la web.

*Perplexity*: Al igual que *Bing Chat*, esta herramienta cita fuentes, es gratuita y no requiere crear una cuenta. Es gratis, accesible y cuentan en los mentideros tecnológicos que en breve dispondrá de aplicación para Android.

*Google Bard*: Es la respuesta de Google a ChatGPT y al chat de IA de Bing. Emplea fuentes web para responder preguntas y generar contenido. Bard está más actualizado que ChatGPT, esencialmente "conectado a Internet", obtiene nueva información. No obstante, el sistema aún tiene carencias en cuanto a capacidad y perfección.

*Quillbot*: Ayuda a perfeccionar la escritura mediante la inteligencia artificial. Con dos modos gratuitos y cinco *Premium*, la herramienta reescribe cualquier texto de diferentes maneras: mejora la fluidez y el vocabulario, adecúa el tono y el estilo para

ca da ocasión, incluso resume ensayos y otros





documentos extensos. Las versiones de pago detectan el plagio, traducen y carecen de limitaciones respecto al número de palabras.

*Chatsonic:* Se trata de una solución de conversación artificial impulsada por GPT-4. Ofrece datos en tiempo real, búsqueda de imágenes y voz y múltiples opciones de creación de contenido. Es la alternativa más completa y avanzada a ChatGPT. Está integrado con *Google Knowledge Graph* para proporcionar contenido de tendencia sobre cualquier tema. Acepta búsquedas por voz. Es de pago.

*Jasper:* Se enfoca en la generación de código a partir de descripciones en lenguaje natural. Resume bloques de texto largos, optimiza contenidos y crea anuncios para Facebook. Se puede integrar con Hubspot y WordPress. Es útil para programadores y desarrolladores que quieren ahorrar tiempo y esfuerzo. Eso sí, es de pago. Tras una prueba gratuita de cinco días, hay que aflojar el bolsillo.

*Chat Bard:* Es un *chatbot* especializado en la generación de historias, poemas, canciones y otros tipos de contenido creativo. Es ideal para escritores, artistas y aficionados a la literatura. Por ahora, *Bard* carece de acceso en España (y en Europa). Solo mediante una VPN se pueden experimentar las bondades de la AI de Google.

*LaMDA:* Es el *chatbot* de Meta (Facebook). Se basa en un modelo de lenguaje para aplicaciones de diálogo. Es capaz de mantener conversaciones fluidas y coherentes sobre cualquier tema, sin perder el contexto o el sentido del humor.

*ChatPDF:* Es una herramienta que te permite conversar con documentos PDF como si fueran humanos. Es ideal para extraer información o responder preguntas de archivos PDF grandes: manuales, ensayos, contratos legales, libros o artículos de investigación. *ChatPDF* analiza el documento e inmediatamente crea índices semánticos de cada párrafo. Se puede usar de forma gratuita con algunas limitaciones o acceder a planes de pago con mayor capacidad y funcionalidades. Se integra en cualquier sitio web a través de su API. *ChatPDF* comprende cualquier idioma y responde en el que se le ordena.

*Brave AI:* De manera similar a Bing y *ChatGPT*, se centra de momento en facilitar respuestas estructuradas y resumidas a preguntas extensas. Indica enlaces relacionados y destaca información relevante.

Si excluimos a Elon Musk de la ecuación, el resultado cojea. El magnate sudafricano -pese a sus declaraciones sobre los peligros de la inteligencia artificial y su oposición a los proyectos gigantes- registró una empresa llamada X.AI con sede en Nevada. El documento oficial se filtró a la prensa norteamericana a mediados del pasado mes de abril. Según *The Wall Street Journal* y *Financial Times*, el nuevo proyecto de Musk competirá con OpenAI en el segmento del desarrollo de textos. Se rumorea que el dueño de Twitter, Tesla y SpaceX ha contratado a Igor Babuschkin y Manuel Kroiss (ambos procedentes de DeepMind) para desarrollar un programa de IA capaz de interactuar con humanos y producir todo tipo de textos. ¿Es posible que use los datos de Twitter para entrenar el modelo de lenguaje de X.AI? Tiene toda la pinta. Veremos.



La petición de información sobre los seguros de impago de alquiler se ha disparado un 30% desde la aprobación de la Ley de la Vivienda.

## El nuevo marco legal de la vivienda impulsa el seguro de impago de alquiler

La nueva legislación inmobiliaria ha tenido como primera consecuencia un aumento de las consultas sobre los seguros de protección de impago de alquiler y su contratación. Especialmente tras la aprobación de la nueva Ley de la Vivienda.

Redacción. Fotos: iStock

**E**l pasado 27 de abril, el Congreso de los Diputados dio luz verde a la nueva Ley de la Vivienda, que incluye aspectos como el uso de un nuevo índice de referencia en lugar del IPC -índice de precios de consumo-, la forma en la que los inquilinos deben abonar su renta de alquiler y la regulación del precio de los nuevos alquileres en las denominadas zonas tensionadas. La nueva normativa también prohíbe el aumento del precio del al-

quiler con gastos extras y aplica nuevas medidas de protección frente a los desahucios. Todas estas nuevas medidas tienen algo en común: han suscitado dudas entre los propietarios.

En este contexto, expertos de Allianz Partners en materia de Alquiler e Inmuebles afirman que ha aumentado la demanda de información por parte de los propietarios: tanto en lo relativo al efecto que

tendrá la nueva normativa tanto sobre sus obligaciones, como sobre sus derechos como arrendadores; además de proponer herramientas que les permitan alquilar con mayor seguridad, como es el caso del seguro de Impago de Alquiler.

### Lo que más afecta a los propietarios de viviendas en alquiler.

En este sentido, los datos que maneja el Observatorio Español del Seguro de Alquiler (Oesa) revelan un incremento del 30% en la petición de información sobre los seguros de impago de alquiler desde principios de mayo. OESA, que reúne a todos los actores del sector, advierte de que los propietarios temen que la ley alargue el tiempo de lanzamiento de los inquilinos morosos y reduzca sus rentas.

Por eso, desde este organismo se recomienda contratar seguros con una cobertura de 18 meses y prestar más atención a la selección de los inquilinos. También se alerta del riesgo de que muchos propietarios opten por vender sus viviendas o dejar de alquilarlas. Esto reduciría el parque de viviendas disponibles para los arrendatarios, advierten.

Entre los cambios más destacables que afectan a los propietarios, los expertos de la compañía especializada en seguros y asistencia destacan tres aspectos. El primero de ellos es la modalidad de pago de alquileres. Sobre cómo pagar el alquiler, la nueva ley establece que el pago deberá realizarse a través de medios electrónicos. Solo en caso de que alguna de las partes carezca de cuenta bancaria o acceso a medios electrónicos, podría hacerse en metálico, explican.

Los topes de los alquileres es el segundo aspecto que más preocupa a quien tiene una vivienda alquilada. En este sentido, el nuevo texto establece que el tope de aumento de alquiler será del 3% en 2024. Se dejará de tener en cuenta el IPC como referencia. El límite se establecerá teniendo en cuenta la modalidad de contrato y de la propiedad. Además, se tendrá en cuenta la renta anterior en vigor para los pequeños propietarios y la aplicación del índice de contención de precios para los grandes tenedores.

En tercer lugar, preocupa enormemente la regulación del precio de los alquileres en *zonas tensionadas*. Según explican los expertos de la compañía Allianz Partners, los precios de los alquileres de los nuevos contratos en estas zonas estarían regulados y topados.

Para ello se tomará en cuenta la última renta en vigor. Es decir, que, si una vivienda se alquilaba por 800 euros mensuales, en el nuevo contrato el precio no podrá superar los 800 euros, más el índice en vigor.

### El seguro de impago de alquiler

Sobre el papel del seguro de impago de alquiler, los expertos de Allianz Partners explican que la solución asegurada ofrecida actualmente en el mercado sirve a los propietarios como mecanismo de protección frente a posibles impagos de los inquilinos, "porque incluye en sus garantías el cobro del alquiler garantizado en caso de impago, la reclamación al arrendatario por incumplimiento de contrato y la redacción

La protección del seguro de impago de alquiler es vital para los pequeños propietarios

y la revisión de documentos legales, entre otras". "Como actores relevantes en el mercado de protección de alquileres, contribuimos a que exista una mayor oferta de inmuebles en alquiler, ofreciendo a los propietarios la seguridad que demandan para arrendar sus inmuebles", indica José Luis Tirador, director Comercial de Allianz Partners España.

Sobre el seguro de Impago de Alquiler, Tirador destaca el crecimiento que este producto ha venido registrando de manera sostenida en los últimos meses y que podría responder, según indica el experto, "a la necesidad de los propietarios de sentirse tranquilos ante eventualidades que pudiesen surgir. Esta necesidad es especialmente importante para los pequeños propietarios que cuentan con sus inmuebles como una vía para canalizar sus ahorros".

La nueva ley despierta el interés por el seguro de alquiler.



# Telemedicina y nuevas tendencias del seguro de salud

**La digitalización entra con fuerza en el ámbito sanitario para mejorar la atención a los pacientes y facilitar el seguimiento de las patologías crónicas. La telemedicina y la medicina digital mejoran la accesibilidad de los pacientes a la atención médica y optimizan la gestión sanitaria.**

Ana M. Serrano. Fotos: iStock

La telemedicina y la salud digital comienzan a colonizar el ámbito sanitario. La idea de aprovechar las ventajas de la tecnología para mejorar la calidad y la accesibilidad de la atención médica ha calado muy profundo en el sector. Al igual que su utilidad para optimizar la gestión y el seguimiento de la salud de las personas.

## La telemedicina

La telemedicina se refiere al uso de la tecnología, la información y las comunicaciones para proporcionar atención médica y servicios de salud a distancia. De este modo, los pacientes tienen fácil acceso a consultas, diagnósticos, tratamientos y seguimientos sin necesidad de desplazarse a un centro sanitario. Este sistema reduce los costes y los tiempos de espera y facilita la colaboración entre profesionales sanitarios de diferentes especialidades.

## La salud digital

La salud digital engloba el uso de las tecnologías digitales para mejorar la salud de las personas en todos sus aspectos. Engloba un amplio espectro técnico: portales para pacientes, dispositivos portátiles de seguimiento o programas dedicados a la atención a los pacientes. La salud digital facilita el acceso a la información y a los servicios sanitarios, mejora la prevención y la promoción de la salud y fomenta la innovación e investigación en el ámbito sanitario.

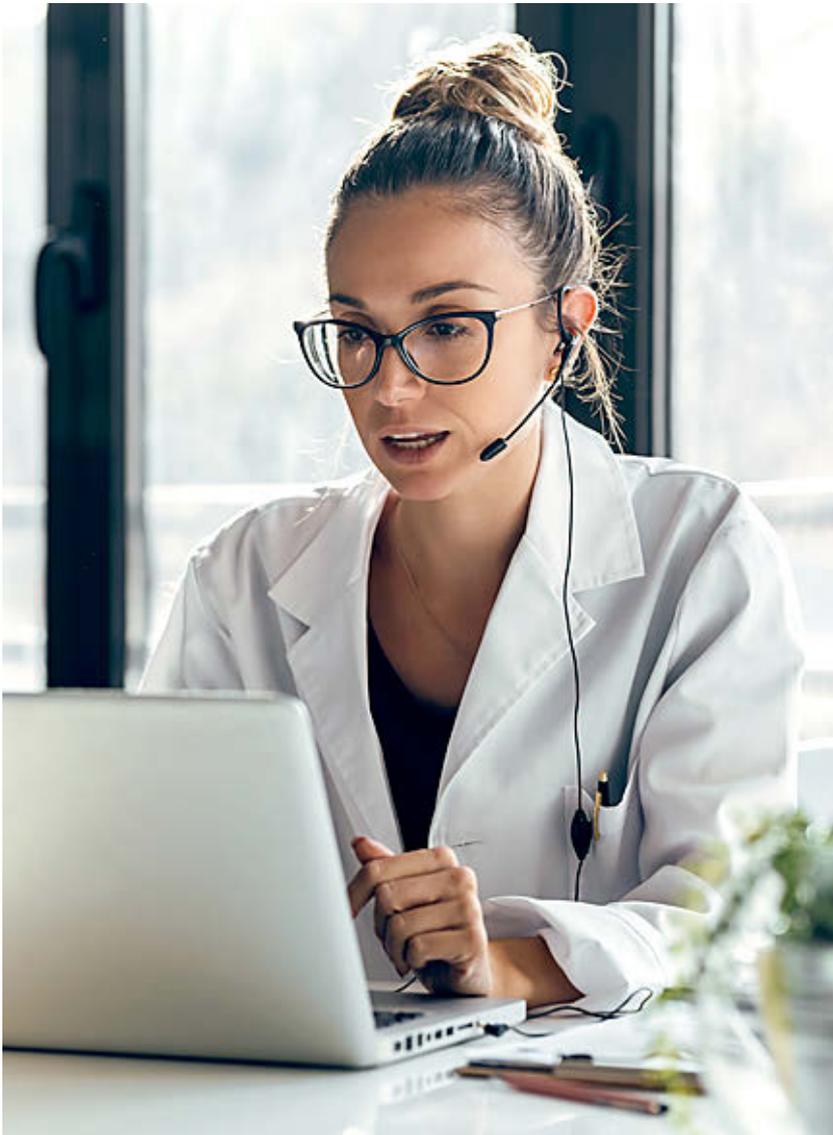
## Los seguros privados de salud

Ambos conceptos están transformando el sector de los seguros de salud. Los beneficios son infinitos. No obstante, las aseguradoras se enfrentan a retos evidentes y urgentes, como su propia adaptación a las nuevas tendencias y la necesidad de proporcionar respuestas adecuadas a las demandas de los usuarios.

Algunas de las ventajas que ofrecen la telemedicina y la salud digital para los seguros de salud son las siguientes:

- Mejoran la satisfacción y la fidelización de los clientes, al ofrecerles servicios más personalizados, cómodos y accesibles.





La telemedicina ayuda a optimizar la gestión de los recursos sanitarios.

- Reducen los costes operativos y sanitarios, al evitar desplazamientos innecesarios, optimizar el uso de los recursos y prevenir complicaciones o reingresos.
- Amplían el alcance y la cobertura de los servicios, llegando a zonas rurales o de difícil acceso y a colectivos vulnerables o con dificultades de movilidad.
- Generan nuevos modelos de negocio y fuentes de ingresos mediante servicios complementarios: asesoramiento nutricional, *coaching* deportivo o programas de bienestar.

También hay desafíos y barreras que dificultan el desarrollo e implantación de la telemedicina y la salud digital en el ámbito de los seguros de salud:

- La falta de una regulación específica y homogénea que garantice la calidad, seguridad y confidencialidad de los servicios prestados por vía telemática.

- La resistencia al cambio por parte de algunos profesionales sanitarios o usuarios que prefieren el contacto presencial o que no confían en las tecnologías digitales.

- La brecha digital que excluye a aquellas personas que no tienen acceso o habilidades para utilizar dichas tecnologías.

- La necesidad de formación e inversión para adaptar los sistemas informáticos y dotar al personal sanitario de las competencias necesarias para utilizar las herramientas digitales.

Por todo ello, es necesario impulsar una estrategia integral que promueva el desarrollo e integración de la telemedicina y la salud digital en el sector de los seguros de salud. Para ello se requiere establecer un marco normativo claro y consensuado que regule los aspectos legales, éticos y técnicos de la prestación de servicios sanitarios por vía telemática. Además de sensibilizar e informar a los profesionales sanitarios y a los usuarios sobre los beneficios y limitaciones de las nuevas tecnologías. Facilitar el acceso universal a las tecnologías digitales y reducir las desigualdades sociales y territoriales en materia de conectividad e inclusión digital.

### La salud digital puede contribuir al avance de la cobertura sanitaria universal

También es necesario fomentar la formación continua y el apoyo técnico al personal sanitario para mejorar sus competencias digitales y su adaptación al cambio; e incentivar la innovación y la investigación en el campo de la telemedicina y la salud digital para generar evidencia científica sobre su efectividad e impacto.

La transformación digital en el ámbito sanitario requiere una visión estratégica y una acción coordinada entre todos los actores implicados: administraciones públicas, aseguradoras, profesionales sanitarios y usuarios. Solo así se podrá aprovechar todo el potencial que estas tecnologías tienen para mejorar la salud y el bienestar de las personas.

La OMS Europa y la Comisión Europea han lanzado varias iniciativas para desarrollar e implementar prácticas de telemedicina, especialmente a través del Plan de acción regional para la región europea de la OMS. El plan, aprobado en septiembre de 2022, establece que las soluciones de salud digital, incluida la telemedicina, pueden contribuir al avance de la cobertura sanitaria universal y la protección integral de la población.

## Mediadores de seguros

## Protego Seguros compra la correduría Flores & Marticorena

**T**ras celebrar su 25 aniversario en 2022, y en el marco de su plan estratégico de expansión, Protego Seguros ha cerrado la adquisición de la rama de actividad aseguradora de la correduría Flores y Marticorena Economistas (F&M), expertos en seguros de crédito desde su fundación en 1999. La operación refuerza la presencia en la capital de Credit Broker Protego, su marca de soluciones aseguradoras y financieras, "y la consolida todavía más como referente a nivel nacional desde una posición de liderazgo entre las corredurías especializadas independientes, y también globalmente gracias a sus alianzas con brokers internacionales", explican.

Hace año y medio, Credit Broker Protego abrió una delegación propia en Madrid. F&M cuenta con una cartera destacada de clientes en España, Portugal, Francia y Alemania. Al frente de la oficina de Madrid estará su fundadora, Sonia Flores, economista con



Los representantes de Protego Seguros, F&M y Credit Broker protego. FE

amplia experiencia en seguros de crédito desde hace 35 años, que se integra en el equipo -en calidad de directora- junto a dos profesionales más. Protego señala que la suma de ambos equipos, bajo el liderazgo y dirección de David Giménez, "aporta una experiencia contrastada en seguros de crédito y de caución, con clientes en Europa, América, Asia y África, y presencia en todas las provincias españolas".

## Resultados

## HD+ Insurance Broker prevé cerrar 2023 con 10 millones de euros en primas intermediadas

**H**D+ Insurance Broker estima cerrar el año 2023 con un volumen de primas intermediadas por un valor de 10 millones de euros, lo que significa mejorar el plan de crecimiento previsto para 2023, explica la correduría en un comunicado. Domingo Lavesa, director de suscripción de HD+ Insurance Broker, afirma que los resultados esperados para este año son el fruto del trabajo y dedicación de todo el equipo de HD+, junto con el apoyo de las compañías y el acceso al mercado reasegurador. "Este *mix* nos permite gestionar correctamente nuestra cartera y ofrecer soluciones diferenciales para la nueva producción".

"Tras el cierre del primer cuatrimestre HD+ Insurance Broker se encuentra en camino de alcanzar los 10 millones de euros en primas intermediadas este año", declaró el CEO de la compañía, Agustín Daza. El compromiso de nuestros equipos, así como la confianza de nuestros clientes nos han permiti-

do una perfecta integración de "Consellers" y alcanzar en este periodo un índice de renovación unitaria del 97,19% de nuestra cartera. Estos resultados nos motivan a seguir trabajando e innovando para cumplir nuestros objetivos y convertirnos en referentes en el sector asegurador", añade.

La correduría de seguros ha adquirido recientemente la correduría catalana Consellers y afirma que continúa su expansión por el territorio nacional. La operación forma parte de sus objetivos principales para el 2023, en el marco de su plan estratégico de crecimiento.

HD+ sumará, a lo ya logrado por Consellers, su capacidad innovadora, conocimiento técnico y vocación de servicio "para elevar la experiencia del cliente al próximo nivel. Aportará mayor capacidad de negociación frente a las aseguradoras, mejores prestaciones y la mejor relación calidad-precio".

# Seguros de 'M&A': en qué consisten y cuándo puede necesitarlo una empresa

No es un seguro demasiado conocido, aunque de una gran importancia en el entorno empresarial. ¿A qué corresponden estas siglas? ¿Qué son? ¿En qué ocasiones se contratan?

Diego Fernández Torrealba.

Cumplimos con lo prometido empezando por el acrónimo *M&A*, que como en tantas ocasiones proviene de la lengua anglosajona. Es el apócope de *Mergers and Acquisitions*, que en español significa fusiones y adquisiciones; es decir, simboliza este tipo de estrategias y operaciones corporativas que se realizan con el fin de que una empresa crezca, se amplíe y se expanda.

Los seguros de *M&A*, por lo tanto, van destinados a proteger los posibles (y numerosos) riesgos derivados de este tipo de prácticas, en las que hay tanto comprometido en juego: desde grandes cantidades de dinero a medios materiales y humanos, pasando por los cambios pertinentes respecto a logística, *modus operandi* de las compañías, área territorial de su mercado, distribución y comunicación, cliente potencial al que se dirigen o tipo de productos o servicios que se ofrecen.

Por ello, es normal que se hayan desarrollado pólizas que cubran los riesgos relacionados con operaciones de adquisiciones o fusiones no solo de compañías, sino de negocios o activos, riesgos que se pueden englobar en dos grandes grupos: los específicos y concretos y los potenciales y desconocidos.

Por eso existen dos grandes clases de seguros de *M&A*. Los primeros, como dijimos, se centran en contingencias específicas, como la planificación fiscal, las resultas de pleito y otras cuestiones. Este tipo de contratos permiten reducir o incluso eliminar estos peligros: cuestiones legales o de interpretación normativa, litigios que se hayan iniciado o puedan producirse, asuntos laborales o de derecho de la competencia... ¿De qué manera? Adelantando costes, resolviendo situaciones de bloqueo en negociaciones o anticipando los gastos de defensa legal.

En cuanto a los riesgos potenciales, gracias a estos seguros puede delimitarse, cuantificarse y adelantarse el impacto de una posible pérdida en un futuro -lo que ofrece tranquilidad a la hora de invertir- y ayuda a que se minimicen las discrepancias respecto al límite de responsabilidad del vendedor, elimi-



Las coberturas de estos seguros deben ser claras y sencillas de aplicar. iStock

nando su riesgo de insolvencia y evitándose disputas. Pero también puede ser útil para la parte que realiza la venta, que también gana en tranquilidad y goza de mayores garantías a la hora de realizar la operación.

**Hay dos clases de seguros de 'M&A' que cubren los riesgos relacionados con estas operaciones**

Aunque las operaciones a realizar sean complejas y haya mucho dinero en juego, las coberturas que ofrecen estos seguros, además de útiles, deben ser claras y sencillas de aplicar, ayudando a simplificar las operaciones, minimizar los riesgos y ofrecer tranquilidad y garantías a las dos partes implicadas.

# La subida de tipos no puede con los 'unit linked' en el primer trimestre

Los seguros de vida ligados a inversión en los que el tomador asume el riesgo crecen casi un 11% en los tres primeros meses del año a pesar del impulso que han dado las compañías de seguros a relanzar seguros de vida ahorro con rentabilidad garantizada.

V.M.Z.

Los ahorradores españoles mantienen su apuesta por los *unit linked* en el primer trimestre del año a pesar del auge de los productos de ahorro garantizados. La subida de los tipos de interés no ha frenado la contratación de estos instrumentos de ahorro ligados al seguro de vida, que han crecido un 10,94% en patrimonio bajo gestión hasta marzo, hasta los 22.541 millones de euros. Este tipo de seguro de vida ahorro se caracteriza por que es el tomador del seguro quien asume el riesgo de la inversión, normalmente asociada a una cesta de fondos de inversión que se configura -o debería hacerlo- en función del perfil de inversión y del apetito de riesgo que tenga quien lo contrata.

De acuerdo con los datos publicados por Unespa, la patronal del sector asegurador español, hasta el cierre de marzo, los *unit linked* contaban con 1,38 millones de asegurados, un 26,78% más que en el mismo periodo de un año antes. Esta cifra refuerza el gran atractivo que para los ahorradores han supuesto este tipo de herramientas de ahorro en la primera parte del ejercicio.

## Aumenta la oferta de ahorro garantizado

Este crecimiento de los *unit linked* se produce en un contexto de subidas de tipos de interés en el que muchas aseguradoras han apostado de nuevo por los productos de ahorro garantizados. Por ejemplo, Avanza Previsión, compañía del Grupo Mutualidad de la Abogacía, ha lanzado recientemente un





Los ahorradores españoles siguen confiando en los 'unit linked'. iStock

producto de Renta Vitalicia Remunerada que garantiza una rentabilidad neta del 3,25% durante el primer año.

La compañía destaca que este seguro "es una forma segura y fiscalmente atractiva de rentabilizar el ahorro, enfocado en proteger en todo momento el capital aportado, al tiempo que se aseguran unos ingresos periódicos".

Se trata de un producto a prima única, con una aportación mínima de 6.000 euros y un tipo de interés anual que se comunica previamente y que se garantiza por años naturales. El producto se puede rescatar total o parcialmente a partir del primer año de contratación, y ofrece una cobertura adicional de fallecimiento, mediante la cual, los beneficiarios obtienen el 100% de la inversión realizada con una prestación del 1% adicional.

Su principal ventaja es un mejor tratamiento fiscal. Así, para una prima única de 100.000 euros, un cliente de 67 años recibiría un importe anual de 3.250 euros netos, sujeto a una tributación efectiva del 3,8% frente a un tipo impositivo del 19% o superior aplicable a otros productos de ahorro tradicional.

Además, y a diferencia de otras opciones del mercado, la aportación inicial realizada está garantizada en todo momento.

### Asesoramiento profesional

La configuración de los *unit linked*, en la que el riesgo lo asume principalmente quien contrata el producto, precisa de un asesoramiento previo profesional y personalizado, para que el tomador comprenda perfectamente el riesgo que asume al contratar este tipo de soluciones para ahorrar a largo plazo.

En este sentido, los mediadores de seguros están cada vez más especializados en el asesoramiento en ahorro y planificación financiera, con el objetivo de ofrecer a los asegurados un asesoramiento integral en la gestión de todos sus riesgos, tanto patrimoniales como personales.

### Evolución del seguro de vida ahorro

De acuerdo con los datos publicados por Unespa, las aseguradoras velaban por 189.960 millones de sus clientes a cierre del pasado marzo a través de todo tipo de seguros de vida ahorro, una cifra un 1,41% superior a la del mismo periodo de un año antes.

A esta cantidad hay que sumar otros 57.447 millones correspondientes al patrimonio de los planes

### El ahorro gestionado por los 'unit linked' crece un 11% en los tres primeros meses de 2023

de pensiones cuya gestión está encomendada a aseguradoras, que cayeron un 1,12% en términos interanuales. En total, el sector asegurador tenía encomendados 255.077 millones de euros al acabar el primer trimestre del año, un 0,92% más que en marzo de 2022.

Además de los *unit linked*, las rentas vitalicias y temporales aumentaron su patrimonio gestionado un 1,58%, hasta 88.604 millones de euros. Las demás líneas de producto anotaron descensos de distinta intensidad en el volumen de ahorro gestionado. Los cambios más modestos correspondieron a los capitales diferidos (-0,11%) y los planes de previsión asegurados (PPA) (-1,90%), mientras que las caídas fueron más pronunciadas en los planes individuales de ahorro sistemático (PIAS) (-2,92%), los seguros individuales de ahorro a largo plazo (SIALP) (-3,50%) y la transformación de patrimonio en renta vitalicia (-5,50%).

Por otra parte, los ingresos por primas del negocio de vida riesgo se situaron en 1.658 millones de euros al finalizar el primer trimestre de de 2023, un 1,62% menos que el año anterior.

## Aseguradoras

## Liberty tiene nuevo director de Distribución Intermediada

Joan Ramón Miró, hasta ahora director regional de Catalunya-Aragón de Liberty Seguros, ha sido nombrado como nuevo director de Distribución Intermediada en España.

Miró, que lleva más de 35 años ligado profesionalmente a Liberty y que ha pasado por distintos puestos de responsabilidad, da un paso más dentro de la aseguradora y asciende a este nuevo puesto, ya efectivo.

Desde su nuevo puesto, Miró reportará directamente a Jesús Núñez, director ejecutivo de Distribución y Ventas de Liberty Seguros en Europa, explica la compañía aseguradora en un comunicado.

### Nueva etapa en Liberty Seguros

"Las buenas cifras del negocio que gestiona en la región de Catalunya-Aragón, donde desempeñaba



Joan Ramón Miró, director de Distribución Intermediada de Liberty Seguros. eE

la labor de Regional Director; un detallado conocimiento del negocio de mediado, tanto fuera como dentro de la compañía, y un gran reconocimiento en el mercado y entre sus compañeros, hacen de Joan Ramón el mejor perfil para gestionar un negocio clave para el mercado de WEM", ha asegurado Jesús Núñez, director ejecutivo de Distribución y Ventas de Liberty Seguros en Europa.

### 'Insurtech'

## Life5 cierra su tercera ronda de financiación de 10 millones de euros para crecer en Europa

Life5 (antes Getlife), *insurtech* española que pretende renovar los seguros de vida en Europa, ha captado 10 millones de euros en su tercera ronda de financiación, "la más grande jamás realizada por una *insurtech* en España" y que se confirma en medio de un clima de incertidumbre y crisis en el ecosistema tecnológico en España, explica la entidad. Esta ronda, en la que han participado los fondos de la empresa de capital riesgo Singular, Mundi Ventures y Global Brain (Sony Financial Ventures), tiene como objetivo seguir impulsando su crecimiento. Life5 ya había captado un millón de euros en una ronda pre-semilla y 5,5 millones más en una segunda ronda llevada a cabo en 2021.

Gracias a su modelo de negocio totalmente digital, la compañía fundada en 2021 por Guillermo Alén y Yago Montenegro ha seguido creciendo de forma dinámica con el objetivo de revolucionar el sector del seguro tradicional, ofreciendo productos sencili-

los, adaptados a las necesidades de los clientes con procesos rápidos, flexibles, sin permanencia y cuya póliza se paga mensualmente. Un negocio diferencial respecto al de las aseguradoras clásicas, lo que le ha permitido multiplicar por 10 la facturación en el último año y, a su vez, prepararse para su expansión a otros mercados europeos.

Los fondos de esta última ronda de financiación permitirán a Life5 "seguir impulsando su modelo de negocio, reforzar su equipo, incentivar su expansión internacional, consolidarse en España como la compañía número uno en seguros de vida y, en última instancia, seguir ofreciendo soluciones innovadoras a sus clientes". "Este respaldo financiero nos permitirá impulsar nuestra estrategia de crecimiento y fortalecer nuestra posición en el mercado de seguros de vida mientras seguimos brindando soluciones de vanguardia a nuestros clientes", señala Guillermo Alén, CEO de Life5.

A man with a beard is floating on his back in clear turquoise water. He is holding an open book up above his head with his right hand. In the background, there are low mountains and a clear blue sky. The overall scene is peaceful and suggests a leisure activity.

Seguros<sup>tv</sup>

Estar al día sobre las mejores  
compañías de seguros  
**es proteger tu futuro.**

Última hora - Entrevistas - Eventos - Reportajes - Opinión  
Todo esto y más, en: [www.segurostv.es](http://www.segurostv.es)

## Aseguradoras

## Estamos Seguros lleva su divulgación hasta Instagram

**E**stamos Seguros da un paso más en su estrategia de divulgación digital y abre una cuenta en Instagram donde publicará contenidos audiovisuales. La plataforma de divulgación de Unespa, la patronal del seguro español, refuerza su contenido digital con una nueva cuenta en Instagram (@Estamos\_Seguros\_). El objetivo es seguir acercando el seguro a la ciudadanía a través de esta red social, explican en un comunicado.

Estamos Seguros nació en 2016 con la misión de explicar el papel del seguro en la sociedad. Con el tiempo, ha ampliado su ámbito de actuación y ha desarrollado proyectos para atraer talento hacia el sector. Se ha posicionado como referente en materia de prevención. Así, la iniciativa se ha convertido en una fuente de divulgación financiera en España. La página web es el eje central de la iniciativa. Se complementa con presencia en redes sociales, elabo-



Estamos Seguros estrena su perfil en la red social Instagram. eE

ración de informes, distribución de notas de prensa; creación de contenidos multimedia y organización de programas formativos para estudiantes.

Estamos Seguros empezó su andadura en las redes sociales con canales en Facebook y Twitter. En 2018, llegó a LinkedIn. En total, estas cuentas suman 30.000 seguidores.

## Mediadores de seguros

## Grupo PACC comercializará los productos de ahorro garantizado de Avanza Previsión

**A**vanza Previsión acaba de firmar un acuerdo de colaboración con la correduría de seguros Grupo PACC. De esta manera, la entidad aseguradora de Grupo Mutualidad de la Abogacía amplía sus canales de distribución por todo el territorio nacional. El acuerdo permitirá a Avanza Previsión acceder a los canales de distribución de Grupo PACC, que cuenta con una amplia red de colaboradores y una gran presencia en el mercado asegurador español. De esta manera, la aseguradora intensificará la comercialización y distribución de sus productos y soluciones de previsión y ahorro garantizado en el mercado.

En este sentido, María Sánchez, directora de Relaciones Institucionales y Desarrollo de Negocio, señala que "desde Avanza Previsión esta alianza estratégica con Grupo PACC nos ayuda a reforzar nuestro compromiso con la mediación profesional y nos impulsa a seguir avanzando en el despliegue y pro-

moción de nuestros productos de previsión y de ahorro garantizado". Por su parte, para Eduardo Ortega Sánchez, presidente del Grupo PACC, "esta alianza la vemos muy interesante ya que nos aporta valor en los productos de ahorro garantizado".

La compañía ha completado recientemente su gama de productos de ahorro garantizados con el lanzamiento de un producto de Renta Vitalicia Remunerada (RVR), que garantiza una rentabilidad neta del 3,25% durante el primer año y que estará disponible a partir del 1 de junio. Avanza Previsión destaca que el seguro de RVR "es una forma segura y fiscalmente atractiva de rentabilizar el ahorro, enfocado en proteger en todo momento el capital aportado, al tiempo que se aseguran unos ingresos periódicos. Se trata de un producto a prima única, con una aportación mínima de 6.000 euros y un tipo de interés anual que se comunica previamente y que se garantiza por años naturales".

## Aseguradoras

## Allianz Partners, una de las diez mejores empresas para trabajar



Tras recibir más de 2.500 candidaturas de empresas de diferentes sectores en España, la revista Forbes ha anunciado su top 100 de las empresas mejor valoradas para trabajar en nuestro país, incluyendo a Allianz Partners entre las 10 primeras, según explica la compañía de seguros y asistencia.

El ranking de Forbes tiene como propósito reconocer la valoración que le otorgan los empleados a sus

empresas siguiendo distintos criterios como son la retribución equitativa, la posibilidad de desarrollo profesional, la conciliación, la sostenibilidad y el respeto a la diversidad, entre otros.

Forbes quiso dar especial relevancia a elementos como la incorporación de la tecnología a las herramientas de trabajo y la flexibilidad en la jornada laboral, explica la compañía.

## Aseguradoras

## Allianz Commercial tiene nuevo Head of Distribution para Iberia



Allianz Commercial nombra a Gianluca Piscopo como Head of Distribution para Iberia. Piscopo, como director de distribución en España y Portugal de este proyecto apuesta de Grupo Allianz, reportará a Agustín de la Cuerda, director general de Allianz Commercial para Iberia, y a Jeremy Sharpe, director Global de Distribución de AGCS. Con este ambicioso proyecto, Allianz ofrecerá servicios a un mayor abanico de clientes empresariales de MidCorp

y LargeCorp, manteniendo la elevada especialización y sumando sinergias entre los equipos con dilatada experiencia de Allianz Global Corporate & Specialty (AGCS) y de Allianz Seguros.

Piscopo accede al cargo tras desarrollar gran parte de su carrera profesional en Zurich y Berkley España, y un año al frente de AGCS Ibero/LatAm en el que la región creció más de un 30%.

## Nombramiento

## Pedro Navarro se incorpora al Grupo Concentra



Grupo Concentra ha anunciado recientemente que ha incorporado a Pedro Navarro como Head of Affinities & Partnerships. Reportará a José Luis Ocón, CEO de la compañía. Además, Navarro formará parte del Comité Ejecutivo. El área de Affinities & Partnerships, de nueva creación, tendrá como ámbito de actuación el territorio nacional y su principal objetivo será el apoyo y desarrollo comercial del negocio *retail* para las diferentes compañías y oficinas

del grupo. Pedro Navarro cuenta con una dilatada experiencia de más de 30 años en el sector asegurador desempeñando puestos directivos en las áreas de desarrollo comercial, distribución o estrategia.

Su trayectoria profesional, en AXA Seguros, le ha llevado a trabajar en Portugal, México y España, donde, en su última etapa, ocupó el cargo de director Canal Corredores y Brokers.

## Mediadores de seguros

## Aunna Broker alcanza los 2,5 millones de euros en primas intermediadas



Aunna Broker, la correduría interna de Aunna Asociación ha alcanzado los 2,5 millones de euros de primas intermediadas en el mes de abril. La correduría se creó para facilitar a los socios de Aunna Asociación y a las aseguradoras y agencias de suscripción el acceso a riesgos singulares o complejos. También ofrece productos de empresa exclusivos, diseñados o pactados por la asociación de corredores de seguros.

En un mercado duro y con una reducción de capacidades de las aseguradoras, Aunna Broker ha experimentado un crecimiento neto del 58% en 2022. Ha realizado una media de 2.000 operaciones al año. Cada vez más socios utilizan este servicio de la asociación. Además, durante el ejercicio, Aunna ha desarrollado acciones formativas y divulgativas sobre productos en crecimiento: Cyber, D&O y Responsabilidad Civil Profesional, explican.

# Mildred Harnack, la espía norteamericana que combatió contra Hitler

Libros del Asteroide publica la biografía de Mildred Harnack, la estadounidense que se convirtió en espía y combatió a Hitler desde el corazón de la resistencia alemana.

Ana M. Serrano.

**B**asándose en la historia y la vida de Mildred Harnack, Rebecca Donner escribe *La frecuente oscuridad de nuestros días*. Se trata de una obra certera, fruto de una larga y profunda investigación, en la que la autora armoniza cartas, diarios, documentos secretos y testimonios de supervivientes y explora el auge y declive de la Alemania de Hitler y los entresijos de la lucha clandestina.

Rebecca Donner descubrió la existencia de su tía bisabuela una tarde de verano en Chevy Chase, Maryland. Ella, nacida en Vancouver (Canadá), pasaba las vacaciones estivales en casa de Harriette (hermana de Mildred y bisabuela de la escritora).

Mildred (entonces Fish) pasó su último año de instituto en aquella casa. Después, en la Universidad de Wisconsin, se graduó en literatura alemana. Allí conoció a su futuro esposo, Arvid Harnack, que estudiaba derecho con una beca Rockefeller. Tres años más tarde, ambos ya casados se trasladaron a Berlín y ella se inscribió en un programa de doctorado. En 1933 fue testigo del florecimiento del nacionalsocialismo con Hitler ya canciller. En pleno auge del partido nazi, Mildred comenzó a celebrar reuniones secretas que se convirtieron en el grupo de resistencia clandestino más grande de Berlín en 1940. El Círculo acabó formando parte de una de las mayores redes de espionaje ruso contra el nazismo.

Pero los tentáculos del Führer y su cuadrilla de carniceros eran demasiado largos. En 1942, la Gestapo obtiene información fidedigna sobre el Círculo. El desliz de uno de los miembros del grupo deja al descubierto todo el entramado. Mildred y Arvid inuyen su detención inminente y huyen a Lituania con la intención de pasar a Suecia como refugiados. No hubo ocasión. Los esbirros de Hitler irrumpieron en casa de sus anfitriones, Egmont y Anneliese Zechlin, amigos cercanos de los Harnack. Era septiembre de ese mismo año.

A Mildred la encerraron en una celda de la prisión de mujeres de Charlottenburg, en la Kantstrasse de Berlín. Durante más de tres meses, cada mañana, salía en un furgón policial rumbo al cuartel de la Gestapo.



## Rebecca Donner La frecuente oscuridad de nuestros días

Una estadounidense en la resistencia alemana contra Hitler  
Traducción de Francisco J. Ramos Mena



Portada del nuevo libro de la autora canadiense.

Walter Habecker fue el encargado de someterla a crueles interrogatorios y Hermann Göring, el fiscal que condujo el juicio sumarísimo que la condenó a seis años de internamiento en un campo de concentración. Las declaraciones obtenidas bajo tortura se consideraron prueba suficiente para declarar a Mildred Harnack culpable de traición. Pero Hitler conmutó la sentencia y ordenó su ejecución. El 16 de febrero de 1943, en la prisión de Plötzensee en Berlín, fue atada a una guillotina y decapitada.

Rebecca Donner aglutina en su obra todos estos hechos que fue descubriendo a través las cartas escritas por la propia Mildred, el testimonio de Donald Heath Jr (un chiquillo entonces, el correo del Círculo) y su propia y exhaustiva investigación.

# El ‘kit’ básico de supervivencia para la automotivación

**Tener un motivo nos ayuda a resolver las situaciones de nuestro día a día, ya sea en el ámbito personal o profesional. Cuando las fuerzas flaquean es importante llenar ese ‘kit’ con los consejos que relata la ‘coach’ Elena Fernández.**

Elena Fernández. Fotos: iStock

**M**e sigues asombrando, Lidia. Mira que te conozco desde hace años... ahora acabas de cerrar tu negocio con pérdidas, dejas atrás tu vida ejecutiva de 20 años para lanzarte al desempleo a los 50 y ahí estás tú, hablándome de la importancia de estar motivada. En cambio, a mí me sopla el viento a favor con mi trabajo y sin embargo, mi mente no deja de quejarse y no consigo ni la mitad de tu ánimo, oye amiga, ¿cómo lo consigues?”

–“Sara, cambia de kit, je, je, je”.

–“¿Qué?”

–“Cuando viajo hago la maleta y meto el kit del aseo. Ese kit me facilita la vida más a veces que la propia ropa de la maleta. Pues igual en la vida. Viajamos por la vida con una maleta llena de conocimientos, pero lo fundamental es el kit, que está compuesto de mucha actitud y automotivación”.

–“No suena mal... mi kit debe estar vacío cada mañana cuando suena el despertador”.

–“Exacto. Por eso, como está vacío de lo fundamental, se llena de quejas y nada te sienta bien, (aunque estés en el mejor lugar, con la mejor posición). Aprendí a meter primero el kit lleno de ganas y luego la vida me iba poniendo en un camino o en otro, y siempre se sale algo para aprender de ello, como cuando viajas con ganas de conocer un lugar... y ya no te importa el tiempo que haga, aceptas lo que venga”.

–“Creo que te entiendo, pero aun así a mí ese kit me es complicado llenarlo, ¿Qué puedo hacer, doctora, ¿tiene solución?”

–“Claro: Primero, acuérdate de que existe. En cuanto suene el despertador llénate de una pregunta importante: ¿Para qué quiero levantarme hoy? Y así pones el pie en el suelo sólo si tienes una res-

puesta. No busques la mejor respuesta, sólo la que te motive a dar el paso.

De esa forma, al verte levantada en el día recuerda que estás en esa posición porque tuviste un motivo y harás que esa sensación te de sentido y ánimo para continuar.

Después, puedes elegir qué te dices y cómo te lo dices. La queja a veces no aporta algo positivo para tu vida. Bien, no la metas en el kit, quita todo lo que tú misma veas que no te viene bien. Así dejarás más sitio al entusiasmo, las propuestas y las soluciones para avanzar.

Por último, cada día, revisa tu kit y da gracias por lo aprendido. Recuerda tres cosas que en el día te dieron energía y atesora todo en tu kit. Los recuerdos conceden energía y vida. Yo hoy pienso meter la imagen de este café contigo, Sara y, sobre todo, esta sonrisa que te estoy viendo”.



## Deporte

## Preventiva Seguros reúne al sector en su XII Torneo de Golf

**P**reventiva Seguros ha reunido a cerca de 200 profesionales del sector asegurador en su tradicional Torneo en el Real Club de Golf La Herrería. El torneo, que celebra su XII edición, se dividió en dos jornadas, celebradas los días 17 y 18 de mayo.

Entre los jugadores destacaron profesionales de la mediación y empresarios del sector asegurador, que compitieron en la modalidad Stableford.

Tras la celebración de cada jornada, se entregaron los premios a los ganadores y se terminó con la celebración de un cóctel en el que los participantes celebraron un agradable tiempo de *networking*.

Preventiva Seguros mantiene una firme apuesta por el apoyo al deporte y la cultura con la promoción de eventos como este. Otra de las acciones que reali-



El Real Club de Golf La Herrería acogió el XII Torneo de Golf de Preventiva. eE

za la compañía es el apoyo a "Cadena 100 Por Ellas" para ayudar a la Asociación Española contra el Cáncer en su lucha contra el cáncer de mama. La compañía ha participado, un año más, en el concierto solidario que cada año organiza Cadena 100 para mostrar todo su apoyo y cariño hacia esas mujeres que afrontan con valentía, cada día, esta lucha. Y a todas aquellas que ya han logrado salir victoriosas.

## Mascotas

## Santévet ayuda a Recuérdame a mejorar la vida de los pacientes con Alzheimer

**S**antévet colabora con *Recuérdame* para mejorar la vida de los enfermos de Alzheimer con terapias caninas. La asociación *Recuérdame* se dedica a visibilizar el Alzheimer y a apoyar a las personas afectadas y sus familias con actividades asistidas. Estas terapias mejoran la salud física, psicológica y social de los pacientes. En España son unos 800.000 según la Sociedad Española de Neurología.

Santévet se suma a esta causa con una donación económica y un seguro de salud vitalicio para Bobby, uno de los perros asistenciales de *Recuérdame*. Leticia González, directora de marketing, afirma que "los animales son parte de la familia y nos encanta ver cómo ayudan a las personas con Alzheimer a sentirse mejor". José Codina, presidente de *Recuérdame*, agradece la ayuda de Santévet y destaca la "magia" de los perros para despertar los sentimientos más profundos.

La empresa es una marca del grupo Santévet Group, con presencia en Francia, Bélgica, Alemania, España e Italia. Su compromiso ético se refleja en su programa solidario *Second Chance*, que promueve la adopción de mascotas en Francia.

Además, Santévet continúa su compromiso con el cuidado de la salud de los perros y gatos con su participación en *Can We Run*, la carrera donde las personas y sus mascotas perrunas corren por una buena causa.

Celebrada el pasado 14 de mayo en Barcelona, los participantes han corrido durante tres kilómetros para impulsar la adopción y tenencia responsable de mascotas, promover un estilo de vida saludable, y la recaudación de fondos a favor de la protectora de animales *Veu Animal*, que recibirá el 30% del importe recogido en las inscripciones, explica la compañía en un comunicado.

# El lado verde de las aseguradoras: iniciativas que protegen el planeta

El pasado 5 de junio se celebró el Día Mundial del Medio Ambiente, una fecha para concienciar a la sociedad sobre la importancia de cuidar el planeta y sus recursos naturales.

Ana M. Serrano. Fotos: iStock

Las compañías aseguradoras, conscientes de su papel como agentes de cambio y de su responsabilidad social corporativa (RSC), han desarrollado diversas iniciativas para contribuir a la protección de la naturaleza y la mitigación del cambio climático.

Entre estas iniciativas destaca el apoyo a las energías renovables, tanto en la inversión como en la cobertura de riesgos. Un claro ejemplo es el de Mapfre. Bajo la etiqueta *#lapartequenostoca*, la aseguradora se compromete a construir un mundo más sostenible, más justo, más próspero, más ético, más igual, más diverso, más colaborativo y más ecológico. Es la única aseguradora española incluida en el *Sustainability Yearbook 2023*. Reale Seguros, por su parte, se implica con el sector de las renovables mediante un seguro específico para instalaciones fotovoltaicas que cubre daños materiales, responsabilidad civil y pérdida de beneficios.

## Reducción de la huella ecológica

Otra línea de acción es la reducción de la huella ecológica de las propias compañías, mediante la optimización del consumo de agua y energía, la gestión de residuos o el fomento de la movilidad sostenible. Con este fin, Allianz Seguros ha instalado en su sede de Madrid un total de 264 paneles solares. Evitarán emitir anualmente 44,9 toneladas de CO<sub>2</sub> a la atmósfera, una significativa reducción de emisión de gases de efecto invernadero. AXA ha logrado reducir un 40% sus emisiones de CO<sub>2</sub> desde 2010 y ha compensado el resto mediante proyectos de reforestación. Zurich Seguros ha implantado un sis-

tema de teletrabajo que permite ahorrar más de 500 toneladas de CO<sub>2</sub> al año. La Póliza Verde de Inversión es una modalidad de cobertura lanzada por Cesce en el primer trimestre de 2022. Cubre el riesgo de impago de los créditos concedidos a filiales extranjeras de empresas españolas para la financiación de proyectos o actividades que cumplan con los requisitos recogidos en la Taxonomía de la UE.

## Sensibilización y educación ambiental

Las aseguradoras también impulsan la sensibilización y la educación ambiental entre sus empleados, clientes y proveedores, a través de campañas, talleres, voluntariado o donaciones. Por ejemplo, Sanitas colabora en el proyecto Libera contra la basura abandonada en los espacios naturales (*basuraleza*). Un movimiento al que también se ha sumado Generali, cuyo compromiso con el medio natural se materializa en proyectos de reforestación: Bosque Generali. Por su parte, Occident (Grupo Catalana Occidente) protege el capital natural en el Mediterráneo junto a la plataforma Nactiva.

Estas son solo algunas muestras del compromiso de las compañías aseguradoras con el medio ambiente, que se refleja también en su adhesión a los Principios para la Sostenibilidad en Seguros promovidos por ONU Medio Ambiente.



# ‘Eterno’ de Carlos Rodríguez, un ballet que desafía los límites del arte

‘Eterno’ es una obra magistral que rinde homenaje a la figura inmortal de Picasso en el 50 aniversario de su fallecimiento. Carlos Rodríguez, reconocido coreógrafo y bailarín, regresa a los escenarios con esta creación única que nos sumerge en el fascinante mundo pictórico del genio español.

Ana M. Serrano.

**D**el 7 al 11 de junio, el teatro EDP Gran Vía se convertirá en el epicentro de este espectáculo deslumbrante. Carlos Rodríguez, tras años de difundir el baile flamenco con su compañía Rojas y Rodríguez, se aventura ahora en solitario para explorar la profunda relación entre la danza y la obra de Picasso.

*Eterno* se compone de dos actos que nos guían por la obra de Picasso a través de un viaje creativo que funde la danza y el arte del pintor malagueño.

La Suite de la primera parte invita a un recorrido emocional a través de los palos flamencos, donde la música original compuesta por Manuel Urbina nos sumerge en la juventud de Picasso y su relación con el arte y las mujeres. El estudio del pintor cobra vida en el escenario, mientras los bailarines interpretan personajes que lo acompañaron a lo largo de su trayectoria. El mantón, el abanico, la bata de cola y las castañuelas se convierten en elementos estéticos que dan forma a esta narrativa visual y apasionante. Encontramos la esencia flamenca fusionada con un espíritu contemporáneo. El baile cautivador se entrelaza con una música original interpretada en vivo, mientras se representan los iconos más emblemáticos de Picasso, como el caballo, el toro y el ojo picassiano.

El segundo acto *Eterno*, emula una catarsis en la que Carlos Rodríguez, con su profundo conocimiento del baile español, deconstruye y reinventa la obra de Picasso. La música sinfónica original compuesta por Lucas Vidal sirve como hilo conductor para explorar conceptos universales como la muerte, el destino, el color y el pincel. A través de una investigación artística única, el coreógrafo logra acercarse al genio pictórico desde una perspectiva renovadora y rupturista. La experimentación y la innovación toman protagonismo. Carlos Rodríguez desafía las convenciones y se sumerge en la estilización de la danza española.

La magnitud de la pieza se refleja en el elenco de grandes figuras de la danza que se unen a Carlos Rodríguez en este viaje creativo. Joaquín de Luz, director de la Compañía Nacional de Danza (CND),



Carlos Rodríguez baila la vida y trayectoria de Pablo Picasso en ‘Eterno’. eE

La Lupi, Miguel Ángel Berna, Sara Calero, Mayte Bajo, entre otros talentosos intérpretes, dan vida a un lienzo escénico inigualable. Esta auténtica gala de estrellas es un tributo merecido a un genio como Picasso.

**Carlos Rodríguez desafía las convenciones y se sumerge en la estilización de la danza española**

*Eterno* trasciende las fronteras de lo convencional e invita a sumergirnos en la belleza y la creatividad sin límites. Es una obra que conmueve, obliga a reflexionar y nos hunde a través de la danza y el arte en la genialidad de Picasso desde múltiples perspectivas.