

## EL EXCESO DE MORTALIDAD COMIENZA A PREOCUPAR AL SECTOR ASEGURADOR

El aumento del 16% de la tasa de mortalidad  
no tiene una causa aparente definida

AHORRO  
**ALTERNATIVAS A LOS  
PLANES DE PENSIONES  
PARA AHORRAR**





## Seguro de decesos | P10

### El incremento de muertes aumenta la preocupación en el sector

La tasa de mortalidad en España ha crecido un 16% y aún no hay una causa aparente definida. Este aumento de las muertes puede llegar a afectar al seguro.



## Entrevista | P14

### Nikhil da Victoria Lobo, director de Mercado para Europa de Swiss Re

“Si no predecimos correctamente la inflación estamos infraasegurando a las personas”, explica el directivo del grupo reasegurador suizo.



## Seguro de viaje | P18

### El 82% de los viajeros ha hecho 'turismo oscuro'

Son destinos marcados por la tragedia y la catástrofe, y cada vez conquista a más turistas y es una tendencia que no para de crecer.

## Emprendedores | P26

### Luces y sombras del 'Kit Digital'

Con una nueva convocatoria abierta, el *Kit Digital* no termina de captar e interés de los autónomos y los emprendedores, vemos sus ventajas e inconvenientes.

## Ahorro | P34

### Alternativas a los planes de pensiones para complementar la jubilación

La falta de incentivos fiscales hace que los planes de pensiones pierdan atractivo para los inversores y los ahorradores, pero el sector asegurador ofrece alternativas.



## Movilidad | P22

### Pros y contras de viajar seguro con la casa a cuestras

Las campers y autocaravanas se han puesto de moda entre los viajeros españoles. Tienen muchas ventajas, pero también sus riesgos.

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)



## Una tasa de mortalidad sin explicación que preocupa al sector asegurador

Las consecuencias de la pandemia de Covid-19 y sus efectos secundarios siguen afectando a la salud de las personas. La tasa de mortalidad, disparada por esta nueva enfermedad que nos sorprendió a todos en marzo de 2020, no ha vuelto a niveles de 2019 a pesar de que ya han pasado más de dos años desde el punto más crudo de la pandemia. Dos años, seis meses y cuatro dosis de la vacuna después -para los colectivos más vulnerables, de momento- la tasa de mortalidad en España ha crecido un 16%. Sin una causa única y definida.

Puede que se trate aún del Covid, una enfermedad que sigue siendo peligrosa para los colectivos más vulnerables, o puede que se trate de un conjunto de factores, desde una menor actividad física hasta el retraso de revisiones médicas en enfermos crónicos o el retraso en el diagnóstico de enfermedades graves por las restricciones a la movilidad impuestas para frenar la pandemia. El caso es que la tasa de mortalidad sigue disparada y ha crecido un 16% en España a lo largo de este año.

■  
El exceso de mortalidad alarma a la sociedad, desconcierta a los sanitarios y preocupa al sector asegurador

Este exceso de mortalidad alarma a la sociedad, desconcierta a los sanitarios y comienza a preocupar al sector asegurador. El alza de los fallecimientos ha rebajado, aunque de forma ligera, la esperanza de vida de los españoles. Es un dato anecdótico, de momento, y probablemente coyuntural, como consecuencia del fuerte impacto que supusieron las primeras olas del coronavirus.

Con todo, los efectos de una mayor mortalidad no tardarán mucho en notarse en ciertos ramos de seguro, como el de decesos o el de vida. El primero de ellos es el aumento de la siniestralidad, lo que sumado a la elevada inflación, podría terminar provocando un alza de las tarifas que pagan los asegurados por estar protegidos.

Pero la pandemia y la incertidumbre que nos rodea también tiene su lado positivo para el sector asegurador, la demanda de seguros de vida y salud no ha parado de crecer en los últimos meses. También el sector asegurador percibe un mayor interés por el seguro de decesos. El mes de noviembre es, tradicionalmente, el mes en el que el seguro de decesos hace su agosto -disculpen la broma-. La celebración del Día de Todos los Santos nos recuerda la necesidad de estar protegidos hasta el último momento, para ayudar a nuestras familias y seres queridos a hacer frente a uno de los momentos más delicados.

En el número de noviembre de *elEconomista Seguros*, además, hablamos con el director de Mercado para Europa Occidental y Meridional de Swiss Re, Nikhil da Victoria Lobo, del impacto de la inflación en el seguro y de cómo hace frente el sector a un periodo de incertidumbre como el actual, entre otros contenidos.



**Carlos Lluch**  
Corredor de seguros

## Balance tras un año de la erupción del volcán de La Palma

**E**l 19 de septiembre pasado el Consorcio de Compensación de Seguros publicaba su vigésima nota informando de su actividad en relación con los daños causados por la actividad volcánica en La Palma. Justo en el aniversario de un evento que nos sorprendió a casi todos, pues los vulcanólogos llevaban cierto tiempo advirtiendo que esta película iba a estrenarse en breve. Tocaba.

A toro pasado, podemos hacer un breve ejercicio de repaso de lo aprendido. Si es que hemos aprendido algo. Mi trabajo no consiste en ser complaciente, por lo que pido disculpas por adelantado si alguien se siente molesto, pero considero que es imposible aprender y corregir si no somos observadores objetivos, honestos y quirúrgicos: las malas prácticas deben ser extirpadas o seguirán contaminando decisiones futuras.

El Consorcio informa haber abonado a esa fecha un monto de 217.986.318 euros a afectados asegurados. Este es un punto intere-

sante, dado que debemos recordar que el seguro (y el Consorcio está embebido en casi todos los seguros) tan solo indemniza los daños y pérdidas sufridos por quien tuvo la prevención de contratar un seguro. En su momento se dijo que cerca del 55% de las viviendas de La Palma carecían de seguro. Así pues, estos propietarios de un bien que se supone de alto valor no habían tenido la percepción de riesgo y no se habían asegurado. Lo curioso es que, en 500 años, la lava ha bajado por esas laderas y recorrido esos valles ocho veces, por lo que me cuesta entender que no fuera algo previsible y conveniente de asegurar. Pero el hecho es el que es: solo un 45% de viviendas tenían seguro.

Pero abordemos un poco en lo que ha sucedido con dichas viviendas aseguradas. Todos pudimos ver cómo la lava devoraba chalets y villas. Hoy muchas de esas casas reposan convertidas en cenizas bajo una capa de 8 a 16 metros de lava, cuya superficie se espera que dentro de siete años esté a *solo* 80°C. El Consorcio ha informado de que, en rela-



ción con las 7.069 viviendas y comunidades de propietarios, ha pagado 186.824.474 euros. Si tomas la calculadora, eso arroja una media de 26.428 euros por vivienda. El Consorcio está pagando tanto lo asegurado en continente (edificación) como en contenido (bienes asegurados en el interior de las viviendas), por lo que estas cifras hablan de un fracaso en la tarea de valoración previa de los bienes asegurados que determina indemnizaciones, que difícilmente van a permitir recuperar lo efectivamente perdido.

Obviamente vamos a dejar a un lado a todos aquellos que contaban con una vivienda fuera de ordenación: su patrimonio se ha evaporado por transitar un sendero fácil, pero equivocado.

Podemos poner en contraste los 186 millones pagados por el Consorcio con los 457 millones que el Gobierno canario ha dispuesto para ayudar a los afectados. Otra vuelta de tuerca al mismo concepto: precariedad en la contratación de seguros derivada, probablemente, de un mal asesoramiento al contratar, ligado a una falta de cultura aseguradora: una combinación letal.

Por tanto, ya tenemos dos elementos para la reflexión: la construcción de viviendas en un espacio claramente expuesto a un riesgo catastrófico (extraordinario para el seguro) y una nula o deficiente traslación al seguro.

Pero hay más. Y lo que sigue tiene que ver directamente con la calidad de la cobertura aseguradora que, en teoría, debería estar comprometida con un objetivo claro, rotundo y sencillo: que el asegurado, tras el siniestro, se quede como estaba. Y eso no se da en ciertos casos y el de La Palma es un paradigma de ello.

De entrada, porque en todas las pólizas de seguro se excluye el valor del suelo y eso implica que si mi parcela queda enterrada bajo metros de colada de lava a alta temperatura -por años-, cargada de túneles (problemas de estabilidad), con una nueva capa geológica que hará que sea intratable por décadas a efectos de dotar una futura vivienda de cimentaciones, etc., pues acabo de perder ese suelo y su valor. Además, ¿cómo hacer llegar los servicios de urbanización mínimos, accesos incluidos? Acabo de sufrir una pérdida patrimonial no asegurada ni asegurable y eso es un fallo del sistema. Muchas aseguradoras, además, en sus Condiciones Generales ofrecen su cobertura con valores de "reposición" a nuevo, lo cu-

al significa "tú construye y cuando demuestres el gasto, te indemnizo", dando un plazo para ello de dos años o se pierde el derecho. Esta combinación, en un caso así es doblemente trágica pues en La Palma ni siquiera había suelo preparado para lo sucedido. De hecho, se están empezando a habilitar viviendas en contenedores y prefabricados para dar una solución al reto de realojar a esos residentes.

No tengo datos de lo ocurrido con las industrias y comercios por lo que no puedo hacer un análisis mínimamente coherente con los hechos, pero si el problema de percepción



Europa Press

del riesgo que se desprende de lo ocurrido con los hogares ha tenido continuidad en el ámbito del negocio, el desastre puede ser mayúsculo.

Lo que sí me llamó la atención fue que en el ámbito del Agroseguro se hubiera descuidado la cobertura de riesgo volcánico. Es curioso que en los seguros del plátano esté cubierto el riesgo de incendio de la plantación y no el daño causado en fruto y planta por la ceniza o la propia lava. Creo que esta es una materia que debería ser revisada pues el riesgo permanece y, si bien es probable que tardemos años o décadas hasta el próximo episodio, lo cierto es que toda actividad aseguradora requiere de la constitución de reservas y, llegado el caso, podrá cumplir.



**Enrique Sanz Fernández-Lomana**  
Presidente de Mutualidad de la Abogacía

## El sector asegurador es el más confiable ante una posible recesión económica

A estas alturas, realizar cualquier pronóstico sobre el devenir de la economía española y mundial sería una auténtica osadía. Cierto es que los datos que, día a día, salen a la luz auguran una más que posible recesión, siquiera de manera técnica, a pesar de las últimas cifras de este pasado mes de octubre que reflejan un ligero descenso del IPC en España hasta situarse en un 7,3%. Cifra aún demasiado elevada, pero menor con respecto a los datos de septiembre. Por su parte, la inflación subyacente se mantiene en un 6,2%. Las razones de esta inflación tan elevada desde hace ya algunos meses son de sobra conocidas: la situación geopolítica actual agravada por la guerra de Ucrania, la crisis del petróleo y la electricidad y, esencialmente, por las consecuencias derivadas de los desajustes entre oferta y demanda, arrastradas desde la crisis del Covid 19. Podríamos afirmar que estas son las razones que han llevado al balance negativo del primer semestre de 2022 y que presagian una situación similar para el segundo semestre.

Desde el inicio del año, la inflación no ha dejado de crecer y, a día de hoy, la media anual nacional se sitúa en el 9%. Para colmo, el euro ya ha sufrido la devaluación esperada, en este caso del 12% frente al dólar en lo que llevamos de año. Por tanto, ¿cuál es el futuro de la economía a corto plazo? ¿Habrá recesión en los países del Viejo Continente como ya ocurre en Estados Unidos? El país norteamericano no ha oficializado la situación, aunque lo cierto es que ya acumula dos trimestres consecutivos de crecimiento negativo y sus datos inflacionistas no paran de aumentar. El último informe correspondiente al mes de septiembre sitúa en un 8,2% la inflación estadounidense, un descenso con respecto al mes de agosto, pero aún insuficientes después de todos los esfuerzos de la FED por evitar males mayores subiendo los tipos de interés hasta el 2,25%. Ejemplo seguido por el Banco Central Europeo que subió los mismos en 75 puntos básicos el pasado 27 de octubre y ya se sitúa en el 2%.

El continuo aumento de los tipos de interés en las dos grandes potencias económicas mundiales, Europa y Estados Unidos, parece que aún no ha tocado techo y se siguen esperando subidas que, en el caso de EEUU, podría significar otro punto porcentual más. Es por este motivo que crece la incertidumbre entre los inversores. Así, uno de los principales sectores afectados por las altas tasas de inflación y, por tanto, de los precios en su conjunto, es el asegurador. Todo esto no supone otra cosa sino una bajada considerable del poder adquisitivo per cápita, lo que, traducido a las entidades aseguradoras, implica un descenso importante del porcentaje destinado al ahorro y demás productos financieros. Desde el inicio de la pandemia de la Covid-19 los españoles ahorramos más de un 13%, sin embargo, desde el pasado mes de enero y durante el primer se-



mestre de 2022 las inversiones en el sector cayeron un 5,4%. Unos datos que contrastan de manera drástica con el 5% de crecimiento total del año 2021 y después de la fuerte caída del 10% durante el 2020 debido a la crisis sanitaria. Si somos algo más positivos, debemos tener en cuenta que la previsión de crecimiento a largo plazo es de un 3% anual de cara a la próxima década.

De todas formas, el sector asegurador puede presumir de buena salud. Los activos más demandados son los planes de pensión privados: el 16% de la población española tiene uno, a pesar de la reducción de la aportación máxima este 2022, que ha pasado de los 8.000 a los 2.000 euros. La diferencia en ellos reside, como en otros tantos activos, en si son productos mixtos y variables o por el contrario de renta fija. La delicada situación de los mercados financieros vuelve a imponer una gran incertidumbre que no deja márgenes a grandes rentabilidades. Por eso destaca el aumento en 1,71% de los Planes de Previsión Asegurado y del 8,71% en los Planes Individuales de Ahorros Sistemático, según el último informe de Unespa con respecto al primer semestre del año, ya que se trata de productos financieros de tipo fijo.

No obstante, es cierto que en los últimos meses los servicios de renta fija ofrecidos por las entidades aseguradoras han constituido una apuesta segura en términos de inversión y de reorganizar carteras. Es más, en estos tiempos de alta inflación los depósitos a plazos comienzan a asomar la cabeza como una de las inversiones más fiables a la hora de asegurar el valor del dinero, mientras, por su parte, las rentas variables siguen la senda de la incertidumbre dentro de un contexto que no parece coyuntural a medio plazo y en el que el VIX no consigue estabilizarse. Con la depreciación que la moneda europea ya está sufriendo. Es demasiado evidente que mantener una excesiva liquidez, de manera especial en perfiles de ahorro a largo plazo, vinculados esencialmente con renta fija, es un gran error y la única alternativa para ello es la inversión. Lo más importante en estos momentos de crisis económica es encontrar los mecanismos correctos que mantengan en continuo movimiento nuestro dinero y, sin duda, el sector asegurador es la clave.



## Las aseguradoras deben de procurar activos de protección económica que aseguren el bienestar de los interesados

De hecho, serán los productos financieros de ahorro los más beneficiados después de la última subida de los tipos de interés por parte del Banco Central Europeo y de las previsiones de recesión a corto plazo. Es más, el BCE ha afirmado que esperan otras dos subidas más con altas probabilidades de que los tipos de interés acaben el año en un 2% e, incluso, un 2,5%. El objetivo final: enfriar la economía en términos crediticios como pueden ser las hipotecas, créditos personales, etc., para incentivar por el contrario los servicios de ahorro. Si ahorramos no consumimos y, en consecuencia, la demanda se vuelve a equilibrar produciendo una bajada inmediata de los precios. Así, uno de los ejemplos más esclarecedores en los últimos meses ha sido el referente a la crisis de carburante, si bien en pleno verano llenar el depósito de gasolina podría superar los 2 euros por litro, a día de hoy apenas supera 1,70 euros.

En tanto, el reto prioritario es combatir la inflación, pero sin perder de vista el mayor reto del s. XXI, el cambio climático. En este sentido, es fundamental continuar respetando los Objetivos de Desarrollo Sostenible marcados por la ONU y que coinciden con el mantenimiento equilibrado entre economía y sostenibilidad, como es el caso del ODS número 8 y 13, en referencia al trabajo decente y crecimiento económico y a la acción contra el clima, respectivamente.

En medio de este contexto económico coyuntural tan inseguro y junto con los acontecimientos geopolíticos actuales, y no solo la guerra de Ucrania sino también la crisis del gas y del petróleo, protagonistas principales de ese 7,3% de inflación del último mes, las entidades aseguradoras deben de procurar activos de protección económica que aseguren el bienestar de los interesados. Después de unos años de total incertidumbre es casi una obligación la adquisición de productos de seguro de vida, médicos o inversión que garanticen cierta rentabilidad, beneficios futuros y una valorización segura de nuestro dinero. La recesión económica que asola Europa y España aún no es un hecho, pero de seguro se atisba un periodo algo turbio y con demasiadas incertidumbres.

Las entidades aseguradoras tenemos la obligación de permanecer firmes ante el compromiso para con nuestros aseguradores que, en tiempos de crisis, apostaran al doble o nada con los productos financieros más rentables del momento.

## Mercado

## Salud, empresas y hogar tiran del seguro hasta septiembre

Los ingresos de las aseguradoras por primas a cierre de septiembre se situaron en 47.481 millones de euros, un 5,67% más que en el mismo periodo de un año antes. De la facturación lograda en los primeros nueve meses del año por el seguro español, 30.060 millones de euros correspondieron al ramo de no vida y los 17.422 millones restantes al de vida, según muestran los datos provisionales recabados por Investigación Cooperativa de Entidades Aseguradoras (ICEA).

El ramo de salud, las coberturas para empresas, así como los seguros de multirriesgos son los que muestran un mayor dinamismo, explica Unespa.

La facturación del ramo de no vida se sitúa claramente en positivo. Anota un repunte interanual del 5,72% si se compara con el final del verano de 2021. Los seguros de salud crecen de un año para otro un



Pilar González de Frutos, pta. de Unespa, la patronal del seguro. Ana Morales

7,30% y aportan 7.915 millones de euros.

Por su parte, los seguros empresariales, englobados en la categoría "resto no vida", suman 7.251 millones de euros y repuntan otro 6,89% en los últimos 12 meses. Entre tanto, las coberturas de multirriesgos suben un 5,94% en términos interanuales, hasta los 6.374 millones.

## Mercado asegurador

## Los precios de los ciberseguros se disparan un 53% en el tercer trimestre, según un informe de Marsh

Según el *Índice Global del Mercado de Seguros* de Marsh, los precios de los seguros comerciales en el mercado mundial aumentaron un 6% durante el tercer trimestre de 2022, lo que supone una caída con respecto al aumento del 9% registrado en el trimestre anterior y continúa con una tendencia moderada de aumento de tarifas que comenzó en el primer trimestre de 2021.

Marsh advierte de que, aunque se trata del vigésimo trimestre consecutivo de subidas, los precios se moderaron en la mayoría de las regiones impulsados por la primera disminución producida en el ramo de líneas financieras y profesionales desde el tercer trimestre de 2017. El aumento de precios en la mayoría de las regiones se moderó debido a un menor ritmo de incremento en las líneas financieras y profesionales, especialmente en el caso de las pólizas de D&O (consejeros y directivos). EEUU, con un aumento de precios compuesto del 5% experi-

mentó la mayor moderación en los aumentos de precios promedio. Las tarifas aumentaron en el Reino Unido un 7%, en zona Pacífico un 5% y en Asia un 2%. En América Latina y el Caribe los precios aumentaron un 5% y un 6% en Europa Continental.

El precio global de los seguros de daños materiales aumentó un 6%. Y los precios de los seguros de accidentes aumentaron un 4%. Por primera vez, el índice de Marsh publica una cifra global de precios de seguros de ciberriesgo. A nivel mundial, los precios de los seguros de ciberriesgo aumentaron un 53% en el tercer trimestre. En los principales mercados de este tipo de pólizas, la tasa continuó moderándose con precios que subieron un 48% en EEUU y un 66% en Reino Unido. La valoración sigue siendo un punto central para las aseguradoras en el momento de la renovación, impulsada por las preocupaciones sobre la inflación, explica la firma de consultoría, gestión de riesgos y seguros.





## ¿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



La tasa de mortalidad en España se dispara un 16% tras la pandemia sin una causa aparente.

# El incremento de muertes en España aumenta la preocupación en el sector

La tasa de mortalidad crece un 16% en el país, aunque los expertos no dan una explicación definitiva a esta insólita cifra.

Olga Juárez Gómez. Fotos: iStock

**L**a tasa de mortalidad en España sigue sin volver a los datos habituales prepandémicos. Administrativamente, nadie quiere desarrollar por qué se produce este contundente fenómeno descubierto por Eurostat. Según revelan los últimos datos publicados por la oficina estadística europea, España ha experimentado un aumento del 16% en la tasa de mortalidad registrada en junio, por detrás de Portugal, con un alza del 24%.

Sin duda, unos datos preocupantes y escandalosos sobre los que ninguna institución del Gobierno ha querido dar una explicación. Tal y como refleja Mo-Mo, el sistema de monitorización que mide la mortalidad diaria por todo tipo de causas en España, el mes de julio registró 10 veces más muertes que el de 2019. Francisco Martínez Aguilar, director general de Asisa Vida, aporta una serie de razones que pueden llegar a justificar cierta parte de estas defun-

ciones. “Diversos estudios explican los factores que influyen en este comportamiento; entre ellos se encuentran las consecuencias a largo plazo de la pandemia, el efecto de las olas de calor de los últimos meses o las consecuencias de la crisis económica”, explica.

Deteniendo la atención en las diferentes casuísticas, el aumento de las muertes en estos meses podría incitar las diversas tesis antivacunas. No obstante, si las vacunas Covid-19 no hubieran atenuado la alta tasa de mortalidad, la subida en el número de muertes habría sido significativa en toda Europa. Por otro lado, la llegada de la pandemia ha provocado un gran colapso sanitario, el sistema sanitario no estaba preparado para afrontar una emergencia sanitaria de esta envergadura. Las secuelas de esta grave crisis se reflejan en citas suspendidas, retrasos en el diagnóstico, interrupciones de tratamientos y muertes.

También, es importante señalar que la mayoría de defunciones se han producido en personas mayores de 90 años. En este baremo de edad, las enfermedades crónicas están muy presentes, por ello, necesitan una mayor atención y cuidados sanitarios. Por otra parte, algunos expertos sanitarios alegan que el Covid-19 tiene analogía con diferentes patologías cardiovasculares y que, además, el confinamiento derivó en el incremento de enfermedades crónicas como diabetes o hipertensión. En conclusión, en estos meses, casi sin restricciones ni mascarillas, la población estaría viviendo las consecuencias de la mala gestión sanitaria, agravada por la pandemia.

#### Consecuencias en el sector asegurador

El asegurador es un sector que se ve directamente afectado por esta situación, puesto que dependen de las personas y sus hábitos de vida. “En todo ca-

so, aunque el aumento de la mortalidad tendrá efectos distintos en los diferentes ramos, no esperamos que afecte directamente a la disminución de pólizas o a la estabilidad del sector”, comenta Martínez Aguilar. Las aseguradoras y sus departamentos técnicos cuentan con previsiones a largo plazo, por lo tanto, están preparadas para hacer frente a estos desajustes puntuales de la dinámica poblacional. Del mismo modo, las normativas establecidas por el sector obligan a mantener reservas para poder afrontar estas desdichas, por ello, no existe una preocupación aparente en el sector.

Por lo general, las aseguradoras son grandes previsoras, sin embargo, este aumento de muertes no afecta a todos los ramos de forma semejante. Como indica Martínez Aguilar, en decesos han sufrido un importante aumento de la siniestralidad derivado de la gran ola Covid-19. “Sin embargo, este incremento de la siniestralidad se ha visto compensado por el aumento de la demanda de estos seguros por parte de muchas familias que han percibido la necesidad de protegerse. En el caso del seguro de Vida, que también ha visto como aumenta su siniestralidad, se observa también un incremento del aseguramiento: muchas personas entienden la ventaja de contar con estos seguros e incluso ha descendido la edad de contratación por esa percepción de vulnerabilidad que todos hemos sufrido en nuestra propia realidad”.

#### El seguro responde a una sociedad envejecida

Este repunte de mortalidad ya ha afectado a la esperanza de vida. Según el último informe recogido por el INE, que todavía no tiene datos de 2021, en



2020 se encuentra en 79,6 años en varones, mientras que en mujeres se sitúa en 85,1 años. Comparando con datos de 2019, en varones se ve un ligero descenso, la esperanza de vida se situaba en 81,3 años. A pesar de esta bajada, España todavía ocupa un puesto muy relevante entre los países con mayor esperanza de vida, colándose en lo más alto junto a Japón, Corea del Norte, Francia y Suiza.

Esta buena noticia tiene notables consecuencias y retos sociales. Principalmente, es importante reconocer que España envejece y pierde población. En 2017, según datos del INE, ya hubo más muertes que nacimientos, con un resultado negativo de 31.245 personas. La clave para entender esta situación demográfica se encuentra en la inexistencia del relevo generacional. La tasa de fertilidad se sitúa en 1,31 hijos por mujer, muy lejos de los 2,1 hijos necesarios para asegurar este relevo. Este hecho conduce a la llamada "pirámide invertida", es decir, una población envejecida. Según estimaciones elaboradas por sociólogos, se calcula que a mediados de siglo, el 35% de la población tendrá una edad igual o mayor a los 65 años.

En este contexto, es crucial conocer el rol que desempeñan las aseguradoras para dar respuesta a

### El seguro debe adaptarse para seguir siendo útil en una sociedad envejecida

las necesidades de una sociedad cada vez más envejecida. "La principal misión de las aseguradoras es atender las necesidades de las personas y responder a sus demandas. En una sociedad cada vez más envejecida, el seguro se adaptará para seguir siendo útil a sus clientes, integrando en sus productos a los asegurados más mayores, adecuando las primas a la evolución demográfica y la esperanza de vida o lanzando nuevos seguros para cubrir necesidades distintas. En definitiva, las aseguradoras jugaremos un papel cada vez más destacado en el cuidado de las personas y en el sostenimiento del Estado del Bienestar", asegura Martínez Aguilar, desde Asisa.

La longevidad puede suponer un reto para las aseguradoras, puesto que ya afecta al abaratamiento en los seguros de vida y decesos. "Aunque las tasas de mortalidad varían lentamente y los cambios se producen a largo plazo, es previsible que en el futuro nos enfrentemos a escenarios en los que la prevención, la mejora en los índices de salud, la alimentación, la seguridad en el trabajo, etc., acaben favoreciendo la disminución de las tasas de riesgo y, por lo tanto, un abaratamiento de las pólizas", concluye Martínez Aguilar.



# CUÍDATE COMO SOLO TÚ SABES



Con el Seguro de Salud de GENERALI, el mejor según los consumidores. Con el mejor cuadro de médicos especialistas, atención médica 24h y un equipo de agentes que trabaja para ofrecerte soluciones únicas especialmente pensadas para ti.

**CONTIGO, TODO**



## NIKHIL DA VICTORIA LOBO

Director de Mercado para Europa Occidental y Meridional de Swiss Re



*“Si no predecimos correctamente la inflación estamos infraasegurando a las personas”*

Durante su carrera, Nikhil ha trabajado en proyectos como el Fondo de Emergencia para Pandemias del Banco Mundial, el Fondo de Seguros contra Riesgos de Catástrofes del Caribe; y en la Uruguay Drought Hedge, la primera póliza de seguro que cubre la exposición de un gobierno a la volatilidad del clima y los precios de la energía.

Por V.M.Z. Fotos: eE/Leonardo Finotti

Nikhil da Victoria Lobo es el responsable de Mercado para Europa Occidental y Meridional desde julio de 2020. Comenzó su carrera en Securitas Capital en 2001, y se unió a Swiss Re en 2003 a través del Programa Internacional de Graduados. Trabajó en Reaseguros de América Latina y como suscriptor en el equipo Facultativo de Propiedad de América Latina. En 2008, Nikhil se unió al equipo de soluciones para el sector pú-

blico de Swiss Re como uno de sus primeros administradores de clientes. En este cargo, ha iniciado y fomentado relaciones con líderes gubernamentales y empresariales en EEUU, Canadá y América Latina, y ha desarrollado la franquicia del sector público de Swiss Re desde cero. En 2017 fue nombrado director general y jefe de Soluciones del Sector Público para las Américas de la compañía. Además, ha intervenido en el Fo-

ro Económico Mundial y en las reuniones Anuales del FMI.

### ¿Cómo afecta la incertidumbre generalizada actual al mercado mundial de seguros?

El mercado mundial de seguros y reaseguros viene a ser el amortiguador de la sociedad. En un mundo incierto en el que nos vemos afectados por el clima, los conflictos bélicos, los retos económicos, etc., no debería sorprendernos que esto se manifieste en los resultados del sector de los seguros y reaseguros. Hilando más fino, si nos fijamos únicamente en las catástrofes naturales, en 2021, impulsados por el calentamiento climático, se produjeron pérdidas económicas por valor de 270.000 millones de dólares, de los que el sector asegurador se hizo cargo de 111.000 millones. Una factura muy elevada para hacer frente a un único riesgo, que el sector asume y paga. Así que, en mi opinión, hay una necesidad absoluta del sector en estos tiempos inciertos y, francamente, es una misión que debemos cumplir.

vos productos innovadores de nuestro sector y en la tecnología porque nos permite, si la aprovechamos bien, hacer que los seguros sean más accesibles y comprensibles y, por tanto, más utilizables por los consumidores finales.

### ¿La guerra en Ucrania afectará a las renovaciones de seguros en 2023? ¿Qué líneas de negocio son las más afectadas por este conflicto?

Indudablemente la guerra en Ucrania afectará al sector. Lo hará claramente de manera más pronunciada a ciertas líneas que llamamos de especialidad: aviación, transporte marítimo, etc. Pero también destacaría que va a afectar a otras líneas en las que la gente no piensa a priori. Así, hay que pensar en el impacto de la guerra en las cadenas de suministro. Estas son clave para el sector manufacturero, lo que a su vez significa que cuando un bien sufre un siniestro, el tiempo de perturbación es mayor y esto puede afec-

*“Hay una necesidad absoluta del seguro en estos tiempos inciertos y, francamente, es una misión que debemos cumplir”*

*“La guerra de Ucrania repercutirá en todo el sector, o más bien acelerará las tendencias que ya eran evidentes”*



### ¿Cuáles son los principales riesgos a los que se enfrenta el seguro actualmente?

Destacaría dos riesgos que, de alguna manera, a la vez son oportunidad. El primero es el clima. Creo que cuando se observa la frecuencia y la gravedad de los acontecimientos provocados por el clima, en particular lo que llamamos en el sector riesgos secundarios: inundaciones, sequías, incendios forestales, etc., el coste de estas catástrofes es cada vez mayor y, obviamente, lo vemos en nuestra vida cotidiana, pero no es una sorpresa que afecte al sector de los seguros. El segundo es la tecnología que, obviamente, está cambiando la forma en que pensamos en el riesgo, en el acceso a los datos y en la calidad de estos.

En ambos casos, en el clima y en la tecnología, también veo una oportunidad. En el clima porque va a haber más demanda de nue-

tar a las coberturas de daños a bienes y de interrupción de la actividad. Igualmente, Ucrania está ejerciendo una clara presión sobre la inflación económica que afectará a las líneas de contingencias. Así que, en cierto modo, con la excepción de algunos ramos muy específicos, la guerra de Ucrania repercutirá en todo el sector, o más bien acelerará las tendencias que ya eran evidentes.

### ¿El cambio climático y el aumento de la frecuencia de catástrofes naturales relacionadas con el clima cambiarán la forma de asegurar los daños más habituales como hogares o coches?

Aquí hay dos partes. En primer lugar, habría que señalar que llevamos más de 30 años hablando del cambio climático, y aunque el periodo de tiempo es muy amplio, proporcionalmente a nivel mundial, ha habido relativamente poca acción. Así pues, no de-

bería sorprendernos que ahora estemos pagando de algún modo la factura. Si nos fijamos en Francia, donde al igual que ocurre en España con el Consorcio de Compensación de Seguros, cuentan con un programa de cobertura de catástrofes naturales apoyado por el gobierno, las tormentas convectivas y de granizo de 2022 costaron 5.000 millones de euros de daños al sector y una sola tormenta en junio costó 4.000 millones de euros. Este tipo de daños está cubierto por las pólizas de seguro de los propietarios de viviendas, y también por las de automóviles y las de multirriesgos de empresas. Así que, evidentemente, estas líneas de negocio y estas coberturas subyacentes van a experimentar un cambio en el precio y de retención.

En España, por su parte, tuvo lugar recientemente el fenómeno de Filomena, que fue algo inesperado. Pero no es sólo la frecuencia de este tipo de eventos lo que va a im-

llón de dólares. Swiss Re mantiene una posición cautelosa, dado que estos riesgos no dejan de surgir y evolucionar. Para nosotros es una de las áreas en las que creemos que hay más oportunidades. Una vez más, nos acercamos con cautela a la demanda de seguros cibernéticos por parte de los propietarios de viviendas y también de las pymes. El ciberespacio es un riesgo no sólo para las grandes empresas, sino para la sociedad en su conjunto. Por lo tanto, el seguro tendrá que dar un paso adelante, pero tenemos que ir con cuidado dado lo nuevo de estos riesgos y su continua evolución.

**Ha mencionado el impacto en la inflación y cómo puede obligar a los seguros a subir los precios de las primas. ¿Hay algo más que pueda añadir sobre las tendencias en ese ámbito?**

Cada uno de nosotros está experimentando el alcance de la crisis económica en su propio bolsillo. La inflación en la Eurozona ha al-

*“Ciberriesgos es, para nosotros, una de las áreas en las que hay más oportunidades para el sector asegurador y reasegurador”*

*“La estructura de las coberturas de reaseguro también tendrá que evolucionar con la inflación y las retenciones”*



pactar en el sector asegurador español, sino también la tipología de los mismos, algunos de los cuales quedan fuera de la cobertura del Consorcio, sin ir más lejos, los dos tipos de siniestros mencionados, el granizo y las grandes nevadas en España están cubiertas directamente por las compañías, no por el Consorcio. Así que, en resumen, está muy claro que los riesgos están aumentando. Las asociaciones público-privadas tardan más en evolucionar y, por lo tanto, hay que afrontar el coste para el sector y el coste para los propietarios.

**¿Los ciberriesgos son motivo de preocupación para el sector asegurador?**

Sí, lo son. Y, obviamente, es una línea de negocio que está creciendo en el sector de los seguros en paralelo con el coste de los ciberriesgos. Si se mira la factura para la economía mundial, el año pasado fue de casi 1 bi-

canzado el récord del 10% en 19 países y las aseguradoras se enfrentan a diferentes tipos de inflación. Con la inflación, suben las sumas aseguradas y aumenta el coste de reparación de los siniestros. Por lo tanto, las primas de los seguros tendrán que adaptarse para cubrir estas mayores pérdidas.

La estructura de las coberturas de reaseguro también tendrá que evolucionar con la inflación y las retenciones de las aseguradoras, es decir, la cantidad relativa de riesgo que retienen, tendrán que subir. No olvidemos tampoco que si no predecimos correctamente la inflación en nuestra evaluación de riesgos, estamos infraasegurando a las personas, que van a confiar en el seguro en momentos de necesidad. Por lo tanto, predecir la inflación con precisión en todas las líneas de negocio es también crucial para cerrar la brecha en la protección.



## Aseguradoras

## Generali y Sanitas sellan un pacto por la salud

**G**enerali y Sanitas firman un acuerdo estratégico que refuerza a ambas compañías en el sector de salud. De esta manera, Sanitas se convierte en el socio estratégico de salud de Generali. Garantizará a sus 150.000 clientes de salud el acceso a la mejor calidad asistencial y la más alta oferta en salud. Entrará en vigor el 1 de enero de 2023 y tendrá una duración de diez años, según explican ambas aseguradoras en un comunicado.

Sanitas, que opera en el mercado español desde 1954, ofrecerá a los clientes de Generali un cuadro médico con alrededor de 51.000 profesionales, 240 hospitales y una red de 4.100 centros médicos concertados. Incluye su propia red: cuatro hospitales, tres en Madrid y uno en Barcelona, además de un quinto centro en construcción en la capital, 20 centros médicos multiespecialidad y 16 centros de bienestar.



Santiago Villa (Generali) e Iñaki Peralta (Sanitas) en la firma del acuerdo. eE

Generali continuará comercializando su oferta de seguros de salud a través de su red de agentes y corredores de seguros. Los clientes de Generali se beneficiarán del acceso a elevados estándares de gestión de la salud, ventajas digitales en el campo asistencial, servicios mejorados de videoconsulta y trámites asociados a la prestación de los servicios médicos y hospitalarios.

## Vida

## Las búsquedas de seguros de vida con el banco como beneficiario pasan del 25% al 40%

**C**ontratar un seguro de vida con la hipoteca es algo muy recomendable para no dejar cargas a tu familia si faltas antes de haber terminado de pagar la deuda. Pero eso no significa que sea obligatorio contratar seguros de vida con la hipoteca. Ni es obligatorio contratarlo ni tienes que hacerlo necesariamente con el banco al firmar la operación. PuntoSeguro, comparador especialista en seguros de vida, explica las ventajas de la contratación de seguros de vida *online* al margen de las entidades financieras, desgranando cuáles son las obligaciones legales a las que, tanto quienes contratan, como quienes proporcionan el servicio están sujetos por ley.

Es frecuente que los bancos trasladen a sus clientes que tienen que contratar con ellos un seguro para conseguir una hipoteca, un préstamo o crédito. El seguro de vida suele ser el preferido; especialmente el seguro de vida a prima única financiada

(PUF). PuntoSeguro revela que no existe ninguna ley que obligue a los usuarios a contratar un seguro de vida con la hipoteca.

La ley hipotecaria es muy clara en lo que se refiere a seguros vinculados a hipotecas. La Ley 5/2019, de 15 de marzo, reguladora de los contratos de crédito inmobiliario prohíbe expresamente las ventas vinculadas. Los bancos no pueden obligar a que el cliente contrate ningún otro producto. La concesión de la hipoteca no puede estar supeditada a la contratación de un seguro de vida obligatorio.

Lo que sí permite la ley son las ventas combinadas, que el banco ofrezca condiciones especiales en la operación, como un interés reducido, al contratar un seguro de vida u otro tipo de póliza. De hecho, el banco debe ofrecer al cliente dos ofertas, una con la bonificación y otra sin ella, para que pueda comparar precios y decida si la oferta le interesa o no.

# El 82% de los viajeros ha visitado algún destino de 'turismo oscuro'

El seguro de viajes se adapta a las nuevas tendencias del turismo tras la pandemia. Una que no para de crecer es visitar destinos o lugares marcados por la tragedia. Una modalidad de hacer turismo que ya han probado ocho de cada diez viajeros.

V. M. Z. Fotos: iStock

**T**odos conocemos a alguien que haya viajado alguna vez a enclaves, históricos o actuales, señalados por la tragedia. Belchite, localidad marcada por la Guerra Civil Española, el Museo de la Tortura en Santillana del Mar, las catacumbas de París o los campos de concentración de la Alemania nazi. Se trata del *turismo oscuro* -o tanatoturismo- que atrae cada vez a más turistas y viajeros dispuestos a adentrarse en el lado más oscuro de la historia de la humanidad.

Esta práctica ha existido siempre, pero en los últimos años se ha puesto de moda gracias a diversas series de televisión, entre ellas, Chernobyl, de HBO, y El otro turismo, de Netflix, según señala Passport Photo Online en un estudio.

## ¿Por qué engancha el 'turismo oscuro'?

De acuerdo con la encuesta de Passport Photo Online, el 82% de los encuestados han visitado al me-

nos un destino de turismo negro. Del 18% restante de viajeros que aún no han hecho turismo macabro, el 63% dijo estar interesado en él. Las principales motivaciones para viajar a destinos de *turismo oscuro* son el aspecto educativo que conlleva (52%) y el deseo de rendir homenaje a las personas afectadas por los eventos tristes (47%).

Los tres destinos más populares del turismo macabro son el Memorial Nacional de Pearl Harbor (45%), la Zona Cero (44%) y las Catacumbas de París (43%).

La mayoría de los encuestados tienen una actitud positiva (46%) o muy positiva (18%) hacia el turismo oscuro: sólo el 9% está en contra. Y al 57% de los viajeros no les gusta que sus compañeros de viaje se hagan *selfies* en destinos macabros.

**El Campo de concentración de Auschwitz es uno de los destinos más buscados.**





Las catacumbas de París están entre los destinos preferidos de los viajeros que practican el 'turismo oscuro'.

Estos destinos son especialmente populares entre las generaciones más jóvenes. El 91% de los viajeros interesados en el *turismo oscuro* son la *generación Z* -menores de 25 años-. Pero las demás franjas de edad no se quedan lejos. El 83% de los *millennials*, el 80% de la *generación X* y el 71% de los *baby boomers* han optado alguna vez por este tipo de destinos turísticos.

#### Más datos sobre el turismo oscuro

El turismo de guerra y campo de batalla, viajes recreativos a zonas de guerra activas o antiguas, resulta atractivo al 56% de los encuestados. Por su parte, el turismo de catástrofes -visita a lugares en los que se produjeron catástrofes medioambientales, ya sean naturales o provocadas por el hombre- también atrae al 56% de los viajeros.

Otros destinos morbosos, como los cementerios -tipo de viaje destinado a explorar los cementerios por su patrimonio artístico, arquitectónico, histórico y paisajístico- conquista al 53%. El turismo de fantasmas -cualquier forma de viaje que implique el encuentro o el aprendizaje de fantasmas o embrujos- atrae al 52%.

#### Cómo ha evolucionado el seguro de viaje

Aunque el destino sea oscuro, el viajero no debe olvidarse de la importancia de contratar un seguro de viaje. El fin de las restricciones por la pandemia de Covid-19 ha impulsado al sector turístico y ya se han registrado más viajes hasta el tercer trimestre que en todo 2019. Tras dos años de restricciones de la movilidad, el viajero está ansioso por vol-

ver a viajar. Así lo constata Iris Global, que ha participado recientemente en una edición de *Foro Inade*.

En el encuentro, los representantes de la compañía explicaron que los seguros de asistencia en viaje se han adaptado a las nuevas formas de viajar, con nuevas coberturas como las que incluyen el covid, o el auge de la telemedicina. Una de las peculiaridades del seguro de viaje es que puede construirse a medida del viajero, del tipo de viaje y del destino visitado, para no dejar nada al azar y estar cubierto

# 47%

El 47% de los turistas 'oscuros' visitan estos lugares para rendir homenaje a las víctimas

ante prácticamente cualquier imprevisto.

Zsuzsanna Bodo, responsable del Departamento de Asistencia en Viaje de Iris Global, señala que "la consecuencia positiva del Covid-19 es que los clientes están más concienciados con protegerse frente a los riesgos de viajar, estudian mejor las coberturas y no tanto el coste de la prima". Desde la compañía recuerdan la importancia de conocer las normas de viaje de cada país, tanto respecto al Covid-19 como a otras enfermedades. Así como la necesidad de viajar bien asegurado, teniendo en cuenta tanto el destino del viaje como el objetivo: ocio, trabajo, deporte, etc.



El asesoramiento y la gestión eficiente son dos pilares de la filosofía de Mutuactivos. Mutua Madrileña

## Mutuactivos crece en planes de pensiones individuales y de empleo

La gestora de planes de pensiones de Mutua Madrileña prevé cerrar 2022 con crecimientos superiores al 30% tanto en patrimonio como en clientes.

elEconomista.es

**M**utuactivos va contracorriente. Pese al complejo entorno de mercados en el que nos movemos este año, con subidas de los tipos de interés y con una inflación desbocada, y la reducción de incentivos fiscales, la gestora de Mutua Madrileña continúa creciendo en el ámbito de los planes de pensiones. Mutuactivos Pensiones prevé cerrar 2022 con crecimientos superiores al 30%, tanto en patrimonio como en clientes. Desde la gestora de Mutua atribuyen los buenos resultados a su propuesta de valor, centrada tanto en la gestión eficiente como en el servicio y el asesoramiento. El crecimiento viene, además, tanto por el ámbito de los planes de pensiones de empleo co-

mo del segmento individual, lo que choca con la tónica del mercado, que está viendo caer las aportaciones brutas en ambos grupos.

En los nueve primeros meses del año el volumen de aportaciones brutas al sistema individual registró un descenso del 17% respecto al mismo periodo de 2021, según datos de Inverco a cierre de septiembre. La reducción del límite de aportaciones con deducción fiscal hasta los 1.500 euros (desde los 2.000 de 2021) justifica el descenso (que se une al de 2021, cuando se registró una disminución de las aportaciones a planes individuales del 40% en comparación con el ejercicio 2020).

En el ámbito de empleo, por su parte, los datos generales del mercado tampoco son buenos. Según las cifras globales de Inverco a cierre de septiembre, las aportaciones brutas en este segmento se redujeron un 12% en los primeros nueve meses del año frente al mismo periodo del año anterior. Mutuactivos, sin embargo, está siendo capaz de captar nuevo patrimonio en ambos segmentos, el individual y el de empleo.

### Planes de empleo

En el ámbito de los planes de pensiones de empleo, Mutuactivos está creciendo con fuerza, cumpliendo así con los objetivos de su actual plan estratégico que contempla dar un impulso al negocio de productos de ahorro dirigidos principalmente al segundo pilar, esto es, los planes de pensiones para empresas. Ricardo González Arranz, director general de Mutuactivos Pensiones, asegura que en este ámbito están teniendo unos resultados muy buenos este año. "Las empresas valoran especialmente la experiencia y solidez del Grupo Mutua y las capacidades de gestión de Mutuactivos", comenta.

En la gestora están centrados, sobre todo, en la comercialización de planes de pensiones para empresas gestionados bajo la filosofía de ciclo de vida, lo que permite ir modificando las inversiones y el perfil de riesgo de la cartera con el paso del tiempo. Dentro de este segmento, Mutuactivos cuenta con Fondomutua Empresas PP, un plan de promoción conjunta dirigido a todo tipo de empresas, sea cual sea su tamaño y gestionado bajo la filosofía del ciclo de vida.

### Crecimiento en el segmento individual

En el segmento individual Mutuactivos también está obteniendo buenos resultados, si bien en este caso el crecimiento viene, sobre todo, de movilizacio-

nes de clientes que están llevando su ahorro a la gestora de Mutua desde otras entidades.

En este ámbito de negocio, igualmente, Mutuactivos pone el foco en la comercialización de sus productos de ciclo de vida. En este caso, la gestora comercializa sus planes Generación 60s PP, Generación 70s PP y Generación 80s PP.

Para los inversores nacidos en la década de los 60 (1960-1970) Mutuactivos ofrece el plan de pensiones Generación 60s PP. En este caso, los inversores previsiblemente se jubilarán entre 2025 y 2035. Puesto que los partícipes se encontrarán cerca de su edad de jubilación, el plan cuenta en su cartera con un porcentaje elevado de renta fija (en torno al 75%), Es la opción más conservadora, con un nivel de riesgo 3 en una escala de 1 a 7.

Para los inversores nacidos en la década de los 70 (1970-1979), Mutuactivos ha diseñado Generación 70s PP, con una cartera de activos más equilibrada y que cuenta con un 50-50 de renta fija y renta variable. Este plan presenta un riesgo de nivel 4 en una escala de 1 a 7.

Por último, para los nacidos en la década de los 80 (aquellos que nacieron entre 1980 y 1989) y cuya fecha de jubilación se situará entre 2045 y 2055 Mutuactivos ha preparado Generación 80s PP. Es la opción más dinámica y con un mayor nivel de riesgo, calificado con un nivel de 5 en una escala de 1 a 7. El plan parte con una inversión de en torno al 75% en renta variable y en torno a un 25%, en renta fija. En este caso, los gestores tratan de aprovechar al máximo el potencial de la renta variable a largo plazo.

### Plan de Previsión Asegurado para los más conservadores

Al margen de los productos de ciclo de vida, Mutuactivos completa su oferta de instrumentos de ahorro para la jubilación con otros seis planes de pensiones (Fondomutua, Fondomutua Conservador, Fondomutua Flexibilidad, Fondomutua Moderado y Fondomutua RV Internacional) y con un Plan de Previsión Asegurado. Este último producto es apto para inversores conservadores que buscan un vehículo con capital e interés garantizado en todo momento.

En Mutuactivos consideran que los planes de pensiones y los PPA (planes de previsión asegurados) continúan siendo vehículos adecuados para ahorrar de cara a la jubilación. No obstante, en la gestora señalan también que lo importante es contar con el asesoramiento adecuado para elegir las mejores soluciones de ahorro, en función del perfil de riesgo del inversor, edad, expectativas, necesidades de liquidez a corto plazo...

"En Mutuactivos prestamos un servicio de asesoramiento de alta calidad, tanto para particulares como para empresas, para poder cubrir las necesidades y características de cada ahorrador con las mejores fórmulas de ahorro", afirma Ricardo González Arranz.



Mutuactivos pone el foco en la comercialización de sus productos de ciclo de vida. iStock

# Pros y contras de viajar seguro con la 'casa a cuestas'

La pandemia ha impulsado una nueva forma de viajar en España. La demanda de campers se ha disparado, pero hay algunos factores que sus usuarios deben tener en cuenta.

Virginia M. Zamarreño. Fotos: iStock



Libertad, independencia y la conveniencia de viajar con la casa a cuestas. Esa son las razones por las que Bernardo Duce decidió, hace un año, apostar por la camper como medio de transporte y alojamiento cuando viaja. Eso, y que viajar con su perro de 40 kilos y encontrar alojamiento en hoteles era algo complicado. Bernardo es uno de los miles de españoles que ha apostado en los últimos años por una forma de viajar sin horarios ni imposiciones -más allá de las legales-.

La crisis de componentes ha afectado de lleno a la industria del *caravanning*, pero no ha supuesto una limitación para que el sector crezca un 5,7% en lo que llevamos de 2022. Además, ante las interminables esperas para la entrega de un vehículo de recreo nuevo, el mercado de segunda mano se ha disparado un 20%, según los datos de Aseicar, la Asociación Española de la Industria y Comercio del *Caravanning*. En 2021, el crecimiento fue del 7%, con 8.575 matriculaciones en el mercado español de autocaravanas y campers -furgonetas adaptadas- que son las verdaderas protagonistas del auge de este nuevo estilo de vida viajero que ha calado entre los españoles.

Ahora, la crisis de componentes y la inflación amenazan con frenar la expansión de las casas rodantes, a las que también desafían otros factores, como el comportamiento de algunos usuarios, que no son todo lo respetuosos que debieran con el entorno y con las normas de convivencia impuestas por los municipios que visitan, como alerta Bernardo Duce, "lo que hace que nos miren a todos con malos ojos, y hay gente que lleva 30 años viajando en autocaravana sin ningún problema".

## El problema de viajar seguro

Como todo vehículo, las autocaravanas y campers deben contar con un seguro para poder circular. Aquí llegan los problemas para muchos usuarios. Bernardo fue uno de ellos. Por las peculiaridades de su camper, le costó encontrar un seguro adecuado. "Y a un precio desorbitado". Ante la elevada demanda de este tipo de vehículos, firmas como WTW o lati Seguros han lanzado productos específicos, y hay corredurías de seguros especializadas en buscar la mejor solución aseguradora para los camperos, como *Campercover.es*.

*lati Camper*, el seguro de lati Seguros, cubre tanto a los vehículos campers, caravanas y autocar-



La libertad y la independencia de viajar con la casa a cuestas a conquistado a miles de españoles desde la pandemia de Covid-19.

ravanas, como a los viajeros. Según Alfonso Calzado, CEO de Iati, "además de toda la libertad e independencia que supone este estilo de vida, nuestros clientes pueden disfrutar de toda la tranquilidad de saber que sus *casas con ruedas*, sus mascotas y sus equipajes estarán perfectamente cubiertos durante todo el viaje, y, además, pueden tener asistencia médica y sanitaria en cualquier momento".

Por su parte, WTW lanzó en el verano de 2020 *Campercare*, un seguro de garantía mecánica dirigido a profesionales de la venta de campers y autocaravanas de ocasión y semi nuevas con el que pueden asegurar los vehículos que venden a particulares, ofreciéndoles protección contra las posibles averías que puedan surgir relacionadas con la mecánica, el sistema eléctrico y/o la electrónica del vehículo y del habitáculo.

#### Mantenimiento adecuado contra las averías

Debido a su reciente auge, muchos usuarios no están acostumbrados a lidiar con un vehículo que precisa de atenciones diferentes a las de un turismo. Euromaster ha elaborado una guía para que estos viajeros hagan un mantenimiento correcto de campers y autocaravanas. Lo primero es revisar la presión y estado de los neumáticos. Si el dibujo está muy desgastado o el neumático está agrietado, hay que cambiar las gomas. También es conveniente arrancar el vehículo y moverlo con cierta periodicidad, para que la cubierta recupere la forma.

Asimismo, Euromaster recomienda utilizar nitrógeno a la hora de inflar las ruedas para mantener de forma más estable la presión al resistir mejor los cambios de temperatura. Otra acción básica es controlar el nivel del aceite para evitar un desgaste por la fricción de diversos elementos del motor.

Comprobar el líquido refrigerante es fundamental, especialmente en verano. Igualmente, es importante revisar el funcionamiento de las luces. Por otro lado, chequear el sistema de frenado también es muy relevante. También se recomienda revisar vi-



El sector del 'caravaning' crece un 5,7% en lo que llevamos de 2022, según datos de Aseicar

sualmente pastillas y discos. Además, estos vehículos implican un mayor esfuerzo de la parte eléctrica y de las baterías, por ello es recomendable controlar el sistema de carga.

Por último, es importante prestar especial atención a los filtros. El del habitáculo puede introducir suciedad en el interior restando eficacia al sistema. Sucede lo mismo con el filtro del aire del motor. Si se satura, el rendimiento del motor se verá comprometido, derivando en un mayor consumo de combustible e, incluso, en averías muy costosas.

**Alfredo Hernández**

Ejecutivo de Cuentas de Marítimo y Aviación de March RS

## ‘Trade Disruption Insurance’, el seguro estrella y poco conocido en tiempos de crisis

La economía mundial se sustenta en un comercio internacional imparable, que ha derivado en altas exigencias al transporte de mercancías, lo que hace prever que las cadenas de suministro se verán expuestas a cada vez más riesgos.

Globalmente vivimos tiempos convulsos, hemos entrado en una espiral de desgraciados acontecimientos donde la característica principal es la incertidumbre. Nos resulta imposible predecir el futuro a corto y medio plazo, no sabemos cuál será el siguiente evento crítico ni cuándo ocurrirá, nuestro modelo no logra anticipar los ciclos económicos.

Aunque los problemas vienen de lejos, la pandemia supuso un antes y un después. Las restricciones a la movilidad y el confinamiento impidieron el correcto tránsito de las mercancías a nivel mundial, causando fuertes disrupciones en las cadenas de suministro.

En todo el mundo, aunque especialmente en China, la secuencia se repetía; un buque llega a puerto y descarga las mercancías, estas se quedan almacenadas en puerto debido a las restricciones a la movilidad, causando congestión en los puertos, lo que impide descargar a los nuevos buques que arriban a destino, obligándoles a fondear a la espera de turno. Los contenedores vacíos tampoco logran retornar a origen vacíos, resultando virtualmente en escasez de contenedores y buques. El transporte mundial de mercancías queda gravemente alterado, ocasionando retrasos y una repentina subida en los precios de los fletes que llegan a multiplicarse por 10, situación que a día de hoy no se ha revertido, y se duda de que se vuelva a los bajos precios de los fletes prepandemia.

La guerra de Ucrania y las sanciones impuestas a Rusia han supuesto otra vuelta de tuerca al problema, a lo que hay que añadir el aumento de los precios de la energía en Europa, cuyo modelo energético está siendo cuestionado, y no nos olvidemos de los problemas derivados del cambio climático con eventos de la naturaleza cada vez más extremos.

Ante esta sucesión de amenazas para las empresas, la pregunta que cabe hacerse es cuál es la mejor forma de proteger sus inversiones, sus ingresos, incluso su viabilidad.

Las grandes empresas disponen de impresionantes planes de evaluación de riesgos y continuidad de negocio, sin embargo, es igual de importante una correcta transferencia de los ries-





gos a la industria aseguradora, y es aquí donde hay productos menos conocidos que en estos tiempos adquieren especial importancia como el seguro de *Trade Disruption Insurance* (TDI).

El seguro TDI se suscribe por primera vez en los mercados de Londres en los años 90, buscando proteger a las empresas de contratiempos financieros ajenos a su control. La característica clave de este seguro es que no necesita que haya un daño material físico para activarse como es el caso de los seguros clásicos de BI (*Business interruption*), ALOP & DSU (*Advance loss of profits & delay in start-up*) o CBI (*Contingent business interruption*).

TDI es un seguro de riesgos nominados, es decir, solo se cubren los riesgos definidos en póliza, siendo los más habituales: riesgo político (embargo, confiscación, nacionalización, pérdida de licencia, expropiación, cierre de fronteras), riesgo físico (eventos de la naturaleza, daño físico), violencia política (huelga, conmoción social, guerra, terrorismo), riesgos del transporte (bloqueo de puertos, aeropuertos, vías fluviales, carreteras, ferrocarriles, daño al buque) y pandemias, en cualquier caso este listado se puede negociar con la aseguradora, ya que este tipo de pólizas se personalizan para cada asegurado y actividad comercial.

Los límites de indemnización habituales oscilan entre los 20 y 60 millones de euros y se suscriben por un periodo máximo de 5 años. En caso de activarse la cobertura, se puede indemnizar por los siguientes conceptos (o cualquier otro que se acuerde): pérdida de beneficio, pérdida de ingresos, gastos y sobrecostos incurridos, incumplimientos de contrato y penalizaciones (*liquidated damages*) y multas contractuales. También se puede adaptar el seguro para cubrir riesgos distintos a la cadena de suministro como son la industria manufacturera, hoteles, construcción, bancos, *traders, oil and gas*, servicios, etc.



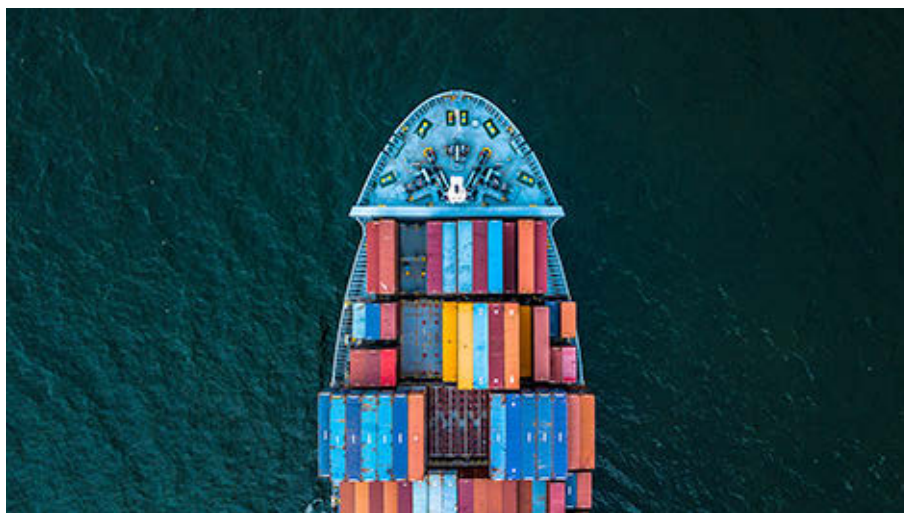
■

**El TDI es un seguro de riesgos nominados y el límite de indemnización habitual oscila entre los 20 y 60 millones de euros**

■

Existen numerosos ejemplos de riesgos no cubiertos actualmente por los gerentes de Riesgos de muchas empresas por el mero desconocimiento de este producto y su dificultad de acceso a él, ya que se comercializa por mercados europeos principalmente. Puede ser el caso de una fábrica de coches en Europa, dependiente de piezas y chips fabricados en China, que tiene que interrumpir su producción debido al retraso y/o no disponibilidad de *stock*, otro ejemplo, una empresa en Alemania, dependiente del gas de Rusia (energía, siderurgia, etc.), que se ve obligada a interrumpir su producción debido al corte de suministro de Rusia.

Los beneficios para el asegurado van desde la reducción de inventarios, protección de la cuenta de resultados, rápida recuperación tras un evento, hasta la retención y atracción de clientes, proporcionando acuerdos comerciales robustos.



# Luces y sombras del 'Kit Digital'

**Si es trabajador autónomo seguramente no hará falta que le contemos qué es el 'Kit Digital', pero le refrescamos la memoria: es una iniciativa que otorga subvenciones procedentes de fondos europeos para la implantación de soluciones digitales. Y tiene luces y sombras.**

Diego Fernández Torrealba. Foto: EFE

Las soluciones del *Kit Digital* se orientan a las necesidades de las pequeñas empresas, microempresas y trabajadores autónomos. Pero esta ayuda económica, que puede ser de hasta 2.000 euros, no va directamente para ellos, sino para los agentes digitalizadores a los que estos contratan para que desarrollen el servicio o la solución digital que corresponda. Cada compañía a la que se le concede la subvención percibe un bono digital a canjear por soluciones o servicios concretos. Son estos: gestión de procesos, clientes, proveedores, redes sociales y servicios, *business intelligence* y analítica, factura electrónica, sitio web y presencia en internet, comercio electrónico y herramientas de oficina virtual.

La tercera convocatoria del 'Kit Digital' se abrió el 20 de octubre para autónomos y pymes

La tercera convocatoria de esta iniciativa, destinada a actividades sin empleados o con hasta dos trabajadores, se abrió el 20 de octubre. El *Kit Digital* parece a priori una buena idea, pues busca el desarrollo de la digitalización con los beneficios que eso puede conllevar para los trabajadores por cuenta propia o las pequeñas empresas: conseguir más clientes, reducir costes, mejorar el producto, ofrecer un servicio más rápido y personalizado, automatizar procesos, ganar tiempo, alcanzar nuevos mercados, incrementar la capacidad competitiva frente a otras compañías del sector...

Pero no es oro todo lo que reluce, pues las dos convocatorias anteriores han demostrado varios puntos débiles, que los posibles interesados deben considerar antes de solicitar (o no) la ayuda.

Por ejemplo, que las subvenciones no llegan al instante y se conceden por orden de llegada, por lo que habrá que ser rápido en realizar los trámites, teniendo mucha paciencia para recibir las e incluso contemplar que -por haberse acabado los fondos, una decisión ajena o una parte del proceso fallida o incompleta- no lleguen jamás; que obligan a bastan-



**Nadia Calviño, ministra de Asuntos Económicos y Transformación Digital.**

tes trámites burocráticos, tanto a las compañías que los solicitan como a los agentes digitalizadores que deben desarrollar las soluciones; que suponen aún un mayor control a los autónomos y pequeños empresarios por parte de los organismos políticos, tanto nacionales como europeos, e incluso conllevan promocionar sus logos en la página web; que obligan a informar a éstos de cómo va el proyecto en cada momento y a atender a posibles requerimientos; que debe realizarse una contabilidad aparte para registrar cada transacción relacionada con la actividad subvencionada; o que la inversión recibida puede no contribuir a la adaptación de la herramienta a futuras nuevas necesidades.

# REALE CONTIGO

## Pensado para la protección familiar del mañana.

Reale Contigo es el seguro de decesos cuya garantía principal cubre ampliamente las situaciones ligadas al fallecimiento, ofreciendo un servicio de alta calidad a una tarifa muy competitiva. Además, incorpora una amplia gama de servicios, que nos permitirá cubrir todas las posibles situaciones.

- **Pack Legal Total:** Testamento Vital, Testamento Hereditario, Borrado de Vida Digital...
- **Pack Asistencia:** Servicios Presenciales Ayuda Psicológica, Asistencia Familiar...
- **Pack Salud:** Servicio de Salud, Servicio Dental, Línea Médica Telefónica, Acceso a Servicios de Bienestar y Salud.

**Reale Contigo**, te acompaña en los momentos difíciles.



MÁS INFORMACIÓN EN REALE.ES O  
EN EL 900 455 900

900 455 900

REALE GROUP

 **REALE  
SEGUROS**

TOGETHER MORE

# Elon Musk ya es el dueño de Twitter. ¿Y ahora qué?

Pues para empezar por el final, ahora que Elon Musk se ha hecho con Twitter, lo que vaya a suceder en el futuro es todavía un misterio.

Ana M. Serrano.



Elon Musk, el dueño de Twitter que planea revolucionar la red social. Getty

Era el 28 de octubre cuando el multimillonario sudafricano anunció la adquisición de la red social. Y lo hizo al más puro estilo *muskiano*: "the bird is freed". "El pájaro ha sido liberado", escribió en su cuenta personal. A partir de ese momento se desataron las especulaciones: que si va a echar al 75% de la plantilla, que si se va a intensificar la publicidad, que si la UE va a intentar imponer su legislación (ya ha dicho Thierry Breton, comisario de mercado interior, que el pájaro debe volar bajo la normativa europea), que si habrá menos control, que si...

## Y con él llegó la catarsis

Lo cierto es que en cuanto el magnate abrió la jaula, por ella salió volando el grueso de la dirección: desde el CEO y el CFO -Parag Agrawal y Ned Segal, respectivamente-, hasta el abogado principal de la firma, Sean Edgett. También alivió de sus cadenas a Vijaya Gadde, directora de políticas de la empresa y asuntos legales, y a Sarah Personette, responsable de clientes. 44.000 millones de dólares y unos cuantos pares de alas le han bastado al señor Musk para vaciar la pajarera. Entre las incógnitas, se desconoce si va a continuar la purga de la gerencia y quién va a ocupar los puestos vacantes. En el momento de escribir este texto no hay noticias sobre las sustituciones.

Lo que sí ha afirmado es que le devolverá la cuenta a Trump, que va a reducir las funciones de la policía tuitera respecto a los "discursos de odio" y la desinformación. Todo ello en aras de la libertad de expresión, dice el CEO de Tesla y SpaceX. Aunque también afirma que no va a permitir que la plataforma se convierta en "un infierno de todos contra todos", donde cada cual bromea lo que le venga sin consecuencias legales. Cómo va a lograrlo es otro de los arcanos que sobrevuelan la jaula del pájaro azul.

## Y en primavera se firmó la controversia

Pero regresemos al principio. A aquel incipiente mes de abril, cuando Musk adquirió más del 9% de la empresa, convirtiéndose en su mayor accionista. Al día siguiente ya era miembro de la junta directiva de Twitter. Le duró un cuarto de hora la membresía. Sólo tuvo que pelear un tuit con Agrawal para esfumarse del nido ejecutivo. Claro que no se trataba de una retirada, sino de coger carrerilla.

"Déjenme comprar la empresa o crearé una nueva red social rival". Toda una declaración de guerra que inició el culebrón empresarial *tech* de los últimos meses. Porque al rato, don Elon ya no quería saber nada de Twitter. Total, que entre síes, noes, cuentas falsas, descabalgadas e incumplimientos mutuos, el asunto acabó en los tribunales. Y es que, pese a la negativa inicial de la red y el famoso tuit de la discordia ("¿Twitter se está muriendo?"), la empresa no iba nada bien. Vamos, que despojarse del pajarraco iba a ser a la postre una liberación. Además, la justicia podría obligar a Elon Musk a concretar su ofer-



La sede de Twitter ya ha vivido las primeras consecuencias de la compra de la compañía por parte de Elon Musk. iStock

ta inicial. La que ha sido la final pocos días antes de que ardiera la red en los juzgados de Delaware.

#### La conclusión, por ahora

Los motivos internos (reales) que han llevado al millonario a, según él, restituir las alas al pájaro seguramente no los sabremos nunca. O sí. Pues es posible que sean los que ha declarado en público. Que se trata de una decisión altruista (un poco sólo) provocada por la necesidad de consolidar la libertad de expresión, por el valor de interés público intrínseco de la plataforma. Que es imprescindible que las personas perciban la realidad de comunicarse con soltura e independencia "dentro de los límites de la ley". Que es partidario de abrir el código fuente del algoritmo, que la gente tenga acceso al mismo. Que únicamente pretende devolver a los usuarios la confianza en la red y, atención, "garantizar el futuro de la civilización". Eso ha afirmado. No lo digo yo. Lo publica *The Verge*, un medio estadounidense de noticias tecnológicas, operado por Vox Media.

Que -asegura el mismo medio- no ha tratado de ganar dinero. Si hubiera sido esa su pretensión, no habría adquirido una empresa con pérdidas y otros problemas. Y debe ser cierto, porque según Bloomberg la operación le ha costado a Musk unos 10.000 millones de dólares. Únicamente desea (re)convertir Twitter en la "plaza común digital" que siempre debió ser. Un lugar donde debatir de manera sana y educada, "sin recurrir a la violencia". También él lo cuenta en Twitter. Abiertamente. Como advierte de

los peligros de la polarización y los extremismos ideológicos. Aboga por el diálogo, descalifica la censura, el *clickbait* y el *spam* y defiende la idea de una publicidad relevante.

No obstante, lo de "no ganar dinero" no concuerda con la mente negociadora del empresario. De hecho, se rumorea que para comenzar a rentabilizar la jaulita, Musk pretende tomar ciertas medidas inmediatas. Entre ellas, subir el precio mensual de la verificación de cuentas. Todavía (mientras escribo) no es oficial ni parece haber trascendido lo bastante como para que los privilegiados de la marca azul llamen a las filas de la polémica.

En cuanto a las regulaciones internas, ya se filtran informaciones sobre los recortes inmediatos de personal con el fin de evitar el pago de ciertas compensaciones (en acciones) que se devengarían en este mes de noviembre. De momento, el Chief Twit mantiene discreción al respecto.

Aunque sí advierte de que aún no se ha realizado ningún cambio en las políticas de control del contenido de Twitter. La intención es crear un consejo de moderación formado por personas con puntos de vista diversos. Hasta que no exista este órgano no restablecerán cuentas suspendidas ni se tomarán decisiones vinculantes. Mientras, los usuarios le ponen a prueba y los anunciantes pierden el sueño. Algunos, como General Motors, han retirado la publicidad, al menos de forma temporal.

# Hipertensión. Prevención, diagnóstico y últimos tratamientos

La presión arterial es la fuerza que aplica la sangre al bombear contra las paredes de las arterias. Cada vez que el corazón late, ejerce dicha fuerza. Cuando se encuentra en reposo -entre latido y latido-, la presión desciende.

Ana M. Serrano. Foto: iStock

La presión arterial se mide por dos valores: el valor superior (sistólica) es la presión del flujo sanguíneo cuando el músculo cardíaco se contrae (aprieta) y bombea sangre. El valor inferior (diastólica) es la presión en las arterias medida entre los latidos del corazón.

Es muy importante controlar la tensión arterial, pues la hipertensión es la primera causa de las enfermedades vasculares y de corazón.

En España, esta enfermedad afecta a aproximadamente un 35% de la población adulta. El porcentaje se eleva hasta el 40% en edades medias y llega al 60% en los mayores de 60 años.

## Diagnóstico

La hipertensión o presión arterial alta no tiene síntomas. De ahí que su diagnóstico no sea sencillo. Por ello, la única manera de averiguar si se padece esta patología es a través de chequeos médicos periódicos.

Cualquier persona corre el riesgo de desarrollar hipertensión. Sin embargo, ciertos factores que pueden aumentarlo son:

- **Edad.** La presión arterial tiende a aumentar con la edad.
- **Peso.** Las personas con sobrepeso u obesidad tienen más probabilidades de desarrollar presión arterial alta.
- **Sexo.** Antes de los 55 años, los hombres tienen más probabilidades. Después de los 55 años, las mujeres son más propensas a la tensión alta.
- **Estilo de vida poco saludable.** Consumo excesivo de sal, carencia de potasio, vida sedentaria, tabaco, alcohol... inciden de manera negativa.

■ Los antecedentes familiares de hipertensión arterial aumentan el riesgo de desarrollar la enfermedad.

Cuando se detecta hipertensión, el médico puede indicar otro tipo de pruebas -hemograma, colesterol, glucosa, análisis de la función renal, tiroides- para detectar afecciones que puedan causarla. También puede solicitar un electrocardiograma para comprobar cómo late el corazón.

## Tratamiento

La Sociedad Española de Hipertensión recomienda dieta equilibrada y ejercicio controlado, tanto para prevenir como para tratar la hipertensión. El tratamiento para la hipertensión grave suele incluir inhibidores de ECA, betabloqueantes, diuréticos y medicamentos reguladores del potasio. Las personas con una emergencia hipertensiva necesitan medicamentos de acción rápida por vía intravenosa.





El seguro de crédito comercial ofrece a las empresas herramientas y soluciones para prevenir los impagos y resolverlos si se producen.

## Cómo puede el seguro proteger a su empresa de los impagos

**Todas las empresas se enfrentan al riesgo de impago, que se ha agravado por la crisis. Estas son algunas soluciones para prevenirlos y responder en caso de que se produzcan.**

Diego Fernández Torrealba. Foto: iStock

**L**os impagos a empresas están a la orden del día, y pueden poner en serio riesgo no sólo la salud económica de las compañías, sino incluso su supervivencia. Pero aquí se trata de buscar soluciones, y lo cierto es que existen varias vías tanto para prevenir los impagos como para hacer frente a este tipo de situaciones en caso de que se produzcan.

Como esta es una revista especializada en seguros, empezamos por un producto cuya contratación puede resultar de gran utilidad en el mundo de la empresa. Hablamos del seguro de crédito frente a impagos, una herramienta muy eficaz para la gestión del riesgo comercial que protege a las compañías frente a los costes e inconvenientes derivados de posibles impagos por parte de sus clientes o proveedores.

De esa manera, los empresarios afectados pueden no sólo minimizar el impacto de esta situación si-

no también prevenir que suceda contratando un seguro que les pueda aportar información sobre la solidez financiera de los clientes actuales y potenciales, así como hacerse cargo del recobro de las deudas impagadas e incluso del abono de una indemnización en caso de que se produzca un impago.

El modus operandi de estos seguros es sencillo: si una compañía no cobra una factura después de su fecha de vencimiento debe ponerse en contacto con la aseguradora para notificar el impago. Después, el departamento de recobro se encarga de gestionar el proceso de recuperación del dinero, primero por la vía convencional y si fuera necesario por la judicial. En caso de que se abone la cantidad al cliente, este recupera el importe que se le adeuda; de no ser así en el plazo fijado por lo menos recuperaría (de manos de la aseguradora) una indemnización por el porcentaje establecido en el contrato.

Más allá de los seguros, existen varias maneras de prevenir el riesgo de impago o reaccionar a esa situación si el empresario pone en marcha determinados hábitos. Por ejemplo, conocer al cliente antes de firmar un contrato con él, documentándose al respecto e incluso encargando un informe de riesgo y solvencia; saber cuáles son los plazos de pago y planificarse adecuadamente en caso de que quien vaya a realizar el ingreso de dinero sea una administración pública; disponer de un buen asesor financiero que estudie el caso de la compañía y proponga acciones específicas que ayuden a proteger a la empresa económicamente; gestionar correctamente el dinero propio, disponiendo de liquidez para aguantar en las épocas complicadas; o pedir un crédito si fuera preciso.



Allianz Partners es una de las empresas ganadoras de la VI edición del Premio Supercuidadores 2022. eE

## Allianz Partners se vuelca en el cuidado de las personas

La compañía ha puesto en marcha a lo largo del ejercicio diferentes acciones y campañas para potenciar el bienestar y mejorar la calidad de vida de sus empleados, clientes y colaboradores.

Redacción.

**E**l cuidado de las personas es parte inseparable del ADN de Allianz Partners. La compañía de seguros y asistencia explica que su objetivo es “facilitar la vida de millones de personas, cuidándolas y al mismo tiempo siendo respetuosos con nuestro medio ambiente”. Para lograrlo, la compañía ha centrado sus soluciones y políticas corporativas en el cuidado de las personas y la sostenibilidad.

Allianz Partners ofrece una amplia variedad de servicios en todo el mundo y sus responsables están convencidos de que “construir un negocio sostenible ofrece mayores oportunidades a todos, tanto clientes como colaboradores”. En su afán por cui-

dar de las personas, Allianz Partners ha sido reconocida recientemente como la *Primera Aseguradora Cuidadora en 2022* en los premios Supercuidadores. Allianz Partners explica que esto ha sido posible gracias a *Family Care*, una solución creada para responder a las necesidades que surgen en el hogar cuando uno de sus miembros sufre un problema de salud que le impide continuar con su día a día. Ya sea una enfermedad importante, un accidente o una hospitalización.

Se trata de una propuesta personalizable que permite a los clientes coordinar y gestionar todos los servicios de cuidado doméstico y profesional que



cualquier miembro de la familia pueda necesitar. Allianz Partners ha incluido servicios para los padres, hijos, mayores o incluso para las mascotas. Además, la compañía destaca que esta solución cuenta con una oferta de servicios para la salud, el hogar, la movilidad o la formación, con servicios diseñados para ser usados por toda la familia.

### Viajes protegidos y sostenibles

Ahora que el sector turístico comienza a recuperarse de los estragos causados por la pandemia, Allianz Partners también ha reforzado su apuesta por proteger a los viajeros. La compañía ha renovado en los últimos meses su compromiso con la Organización Mundial del Turismo (OMT) para contribuir con un turismo más seguro y responsable. Los seguros de viaje de Allianz Partners incorporan la garantía Covid. "Queríamos devolver la confianza a las personas, en especial cuando los viajes empezaron a retomarse después del confinamiento", explican fuentes de la compañía especialista en asistencia y seguros.

Otra iniciativa de Allianz Partners para hacer más seguros los viajes es Allyz, un asistente de viaje que facilita al viajero toda la información necesaria para que pueda disfrutar su viaje sin sobresaltos, con alertas de información actualizada del destino, acceso a la sala vip del aeropuerto si su vuelo se retrasa más de dos horas, acceso a la contratación de seguros de viaje, y posibilidad de contactar a un médico desde la web.

### Soluciones para la movilidad sostenible

Otra de las principales preocupaciones de Allianz Partners es contribuir a lograr una movilidad más sostenible. La compañía ha desarrollado diferentes soluciones para el coche eléctrico, para fomentar el uso de un transporte seguro y sostenible. De igual forma, cuenta con seguros, fáciles de contratar, para bicicletas y patinetes, etc. "Con ello buscamos impulsar el uso de un vehículo que no contamina y

que, además, contribuye al cuidado de la salud física de las personas", añaden. Además, la compañía ha incorporado la bicicleta eléctrica dentro de sus actividades internas, como en los últimos Juegos AES, donde sus colaboradores disfrutaron de una jornada de sensibilización para conocer más sobre los beneficios de la movilidad en bicicleta en entornos personales y laborales. Esto fue posible gracias a una colaboración con Mobility by Cycling Friendly, organización centrada en el fomento de nuevas formas de movilidad más sostenibles.

La compañía no se olvida del vehículo compartido, otra forma de impulsar la movilidad más sostenible, gracias a los acuerdos firmados con Cooltra para ofrecer el seguro de responsabilidad civil a sus



**Allianz Partners desarrolla numerosas iniciativas para el cuidado de las personas**

clientes, y el firmado con Lime para proporcionar el seguro de accidentes a sus usuarios.

Este compromiso de cuidado y protección, la compañía también lo traslada a sus empleados a través de diversas acciones, como la Semanal Bienestar Emocional, la Certificación EDGE (Economic Dividends for Gender Equality), en su segundo nivel de certificación, EDGE MOVE, como empresa proactiva en torno a la Igualdad de Oportunidades entre géneros y la certificación EFR, al nivel B. por sus políticas de conciliación familiar, salud, ayudas económicas y retribución flexible. Además, la compañía cuenta con la certificación 'Espacio Cerebroprotegido' otorgado por la Fundación Freno al ICTUS. Más de 250 colaboradores de Allianz Partners cuentan con esta formación que les permite activar el código Ictus al reconocer cuando una persona está sufriendo un ataque, incluso mientras la atienden por teléfono.



Allianz Partners impulsa el uso de la bicicleta dentro de una movilidad más sostenible y respetuosa. F. Domínguez

# Alternativas a los planes de pensiones para complementar la jubilación

La ausencia de incentivos fiscales favorece decantarse por otras herramientas de ahorro más allá de los planes de pensiones ahora que regresan con fuerza los productos garantizados.

V.M.Z. Fotos: iStock



El asesoramiento es clave a la hora de elegir un producto de ahorro finalista.

Los últimos meses del año suelen ser los elegidos por los ahorradores para hacer aportaciones de última hora a sus planes de pensiones y recibir, de paso, alguna bonificación en la tradicional campaña de ahorro en la que bancos y compañías de seguros se lanzan a captar ahorro. Pero con el recorte de los incentivos fiscales a estos instrumentos de ahorro finalista, esto es, para complementar la pensión pública de jubilación, aprobados en los últimos años por el Gobierno, el ahorrador está evitando apostar por los planes de pensiones.

De acuerdo con los datos de Inverso, hasta septiembre, las aportaciones brutas a los planes de pensiones individuales cayeron un 17% sobre el mismo mes del año anterior, hasta los 1.308 millones de euros. Además, en ese mes, las aportaciones sumaron 127 millones y las prestaciones ascendieron a 175 millones de euros, por lo que los ahorradores drenaron del sistema más capital del que aportaron. El sector de la gestión de activos ve la causa de este descenso del ahorro en la reducción del límite de aportaciones exento de IRPF de 2.000 euros en 2021 a 1.500 euros en este ejercicio.

En este contexto, una encuesta de Inverco constata el creciente desinterés de los ahorradores por estos instrumentos de ahorro. Así, el 18% de los partícipes ha trasladado parte de su ahorro a fondos de inversión, un 12% de ellos se ha decantado por otro tipo de instrumento de ahorro y un 11% confiesa haber reducido sus aportaciones a planes de pensiones. La conclusión de Inverco es que el 51% de los partícipes han cambiado su forma de invertir por el recorte de los incentivos fiscales de los planes de pensiones.

## La alternativa para ahorrar

Los ahorradores que mantengan su apuesta por los planes de pensiones como fórmula de ahorro para complementar su pensión, pueden aprovechar la campaña de ahorro de final de año para rasgar más incentivos y bonificaciones a sus aportaciones. Pero aquellos que quieran otra solución, no se preocupen, hay vida más allá de los planes de pensiones.

La subida de los tipos de interés, además, ha dado alas de nuevo a los productos garantizados. Varias compañías de seguros han lanzado en las últimas semanas diferentes productos de ahorro garantiza-

do o han revisado al alza la rentabilidad de sus productos. Es el caso de PSN, que recientemente su consejo de administración ha aprobado un incremento en los tipos de interés técnico garantizado que ofrece en cuatro de sus productos: Vida Total, Sialp 20, MAS, Rentas y Rentas Reinversión.

Además, cualquier ahorrador que quiera planificar su jubilación debe tener en cuenta la importancia de contar con un asesoramiento adecuado para elegir el instrumento de ahorro o inversión que mejor se adapte a sus necesidades y a su perfil de riesgo. Dicho esto, el sector asegurador comercializa una amplia gama de soluciones alternativas a los planes de pensiones.

Los dos más habituales son los PIAS y los *Unit Linked*. Los planes individuales de ahorro sistemático (PIAS) son productos diseñados para fomentar el ahorro a largo plazo. Al igual que los planes de pensiones, los SIALP funcionan con aportaciones periódicas y tradicionalmente se trata de productos conservadores con capital garantizado y rentabilidad limitada y la posibilidad de recuperar la inversión en cualquier momento. Ahora, la oferta de SIALP ha cambiado y las entidades comercializan productos para perfiles de inversión más variados.

Por su parte, los *unit linked* son seguros de vida ligados a un producto de inversión. Esto hace que parte del riesgo recaiga en el tomador del seguro. Los *unit linked* invierten en cestas de fondos de inversión constituidas en función del perfil de riesgo del inversor. Al tratarse de un seguro de vida ahorro, tributará en función de los rendimientos obtenidos en la inversión. Y,

también, por tratarse de un seguro de vida, queda fuera de la masa hereditaria, por lo que también pueden contratarse para planificar la herencia.

### Evolución del ahorro

Estas son solo dos alternativas a los planes de pensiones, pero el seguro de vida ahorro comercializa otras modalidades de productos que pueden ayudar a los ahorradores a planificar su jubilación. El sector asegurador gestionaba al cierre del pasado mes de junio -últimos datos disponibles al cierre de esta edición- 192.001 millones de euros de sus clien-



**El seguro de vida gestiona  
192.001 millones de euros  
en ahorro de sus clientes**

tes, un 1,41% menos que un año antes. A esta cifra hay que sumar 54.828 millones, el patrimonio de los planes de pensiones gestionados por compañías de seguros, que aumentó un 7,2%.

En los seis primeros meses del año, los *unit linked* crecen un 9,02%, hasta los 19.912 millones de euros y los SIALP cayeron un 5,90%. Otros productos que reducen su actividad son las rentas vitalicias y los capitales diferidos, con un descenso del 1,79% y del 2,64%, respectivamente. Los planes individuales de ahorro sistemático (PIAS) descienden un 4,14% y la mayor caída la registra la transformación de patrimonio en renta vitalicia, con un 7,28%.



Los planes de pensiones son solo una opción para los inversores y los ahorradores que quieren planificar su jubilación.

# ¿Hay seguros de decesos para mascotas?

**Todos conocemos la existencia de los seguros para mascotas, y que entre sus coberturas pueden estar incluidos los servicios, gestiones y gastos funerarios. Pero... ¿existen los seguros de decesos específicos para mascotas?**

Diego Fernández Torrealba. Foto: iStock

La muerte de una mascota, con la que se ha compartido tanto durante muchos años, deja habitualmente un gran dolor, pero además su despedida supone un importante gasto para los responsables del perro o el gato. La creciente preocupación por este último aspecto y el aumento significativo de hogares con animales de compañía en España ha movido a las aseguradoras en su objetivo de dar una respuesta a los intereses de los clientes y, como es lógico, de ampliar su oferta para mejorar su negocio.

Hace cuatro años que este cambio se hizo realidad. No a través de la creación de seguros específicos de decesos para mascotas, sino mediante la inclusión de una o varias coberturas opcionales en los seguros de decesos que incluyen a los animales de compañía. De alguna manera, un seguro de decesos dentro de otro seguro de decesos.

Este seguro de contratación no obligatoria tiene el objetivo de ayudar a su tomador a hacer frente al fallecimiento de su animal, al modo de un seguro de defunción para mascotas en el que la póliza corre con los gastos del entierro o la incineración del perro o del gato.

De esta manera, en el momento en el que el animal fallece, la aseguradora puede encargarse de los servicios funerarios, desde la recogida del cuerpo hasta su incineración o entierro en un cementerio de mascotas, así como los trámites oportunos para la realización de estas gestiones. Y, al igual que los seguros de decesos, también puede proveer atención sanitaria -habitualmente a modo de una revisión veterinaria anual para comprobar el estado de salud del animal- o incluir otra serie de garantías: residencias caninas, información, servicios de transporte de animales, descuentos en tiendas especializadas, peluquerías para mascotas, etcétera.

Como dijimos antes no es obligatoria su contratación, pero hay que tener en cuenta que de no tener seguro el dueño deberá correr con todos los gastos cuando se produzca el fallecimiento del animal. Como no está permitido enterrarle por cuenta propia, deben estudiarse otras opciones como su recogida por los servicios municipales o por una empresa especializada.



Para concluir, resumimos recordándoles las dos grandes opciones aseguradoras para quienes tengan un animal de compañía: un seguro específico para mascotas o un seguro de decesos que cuente con cobertura de asistencia para animales de compañía. No hay una opción mejor que otra, en la mano del cliente está estudiar las diferentes posibilidades y elegir la que considere apropiada.

Seguros<sup>tv</sup>

**TODO  
SOBRE  
TU  
COMPAÑÍA  
DE  
SEGUROS.**

Expertos en Comunicación Audiovisual para el sector asegurador

**iVISÍTANOS!**

[segurostv.es](http://segurostv.es)

## Aseguradoras

## Santalucía y Unicaja amplían su alianza de bancaseguros

Unicaja Banco y Santalucía han firmado recientemente la ampliación de su acuerdo de bancaseguros para la comercialización en exclusiva de Seguros de Vida Riesgo, Vida Ahorro, Accidentes y Planes de Pensiones. Con este paso, una vez cumplidos todos los requisitos legales y regulatorios, se culmina el acuerdo entre ambas entidades anunciado el pasado mes de mayo, explican en un comunicado ambas entidades.

La operación supone la extensión de la alianza, iniciada en 2017, a la red de Liberbank incorporada a Unicaja Banco tras la fusión de ambas entidades, e incluye la adquisición por parte de Santalucía del 50% de CCM Vida y Pensiones y el 50% del capital de Liberbank Vida y Pensiones. Unicaja banco mantendrá el 50% restante, del mismo modo que en Unicorp Vida y Pensiones, la *joint venture* sobre la que se ha desarrollado el negocio conjunto desde 2017.



Santalucía y Unicaja Banco firmaron su primer acuerdo en 2017. eE

“El acuerdo consolida el posicionamiento de liderazgo de Santalucía en el negocio de Vida y Pensiones, y le abre nuevas oportunidades en el canal bancario”, indican. Para Unicaja Banco, este acuerdo “permite aportar valor añadido y dar continuidad a la potenciación del negocio de distribución de seguros de vida y planes de pensiones, una de las líneas que recoge su Plan Estratégico 2022-24”.

## Productos

## InterMundial lanza un seguro de cancelación de comidas y cenas de empresa con Uppereat

Uppereat, la plataforma B2B de reservas y de comercialización que conecta restaurantes con empresas, anuncia la creación del primer seguro de cancelación de comidas, cenas y eventos corporativos, en colaboración con InterMundial. De esta manera, los restaurantes podrán ofrecer a sus clientes esta solución en el momento de la reserva de mesa.

Ambas entidades afirman que el proyecto es visto con buenos ojos también por los hosteleros. “Esta solución responde a una problemática y a una demanda del sector de la hostelería, muy castigado por la pandemia, en el que es necesario implantar políticas de cancelación que ayuden a los restaurantes a dinamizar su actividad y contener pérdidas ante situaciones imprevistas, dando además a sus clientes un extra de tranquilidad”, avanza José Luis Yzuel, presidente de la Confederación Empresarial de Hostelería de España. Por el lado de las empre-

sas, este seguro refuerza la confianza de cara a volver a celebrar reuniones de grupos en restaurantes -como las inminentes comidas y cenas de Navidad- sin preocuparse por eventuales contratiempos, entre ellos un positivo por Covid.

El seguro garantiza a las empresas el reembolso de los gastos de anulación de sus eventos siempre que esta se produzca por determinadas causas justificadas. Además, la opción VIP incluye gastos de asistencia médica y sanitaria de urgencia, traslado sanitario al lugar de origen, prolongación de estancia y servicios de ayuda, asistencia y asesoramiento.

Uppereat detectó esta necesidad en un escenario postpandemia que ha cambiado muchos hábitos de contratación y consumo y que exige flexibilidad. Decidieron presentar la iniciativa a InterMundial, y crear juntos una alianza beneficiosa para todos los actores del sector, explican.

## Resultados

**VidaCaixa gana un 6% más hasta septiembre: 625,2 millones de euros**

El total de primas y aportaciones registradas en VidaCaixa en estos nueve primeros meses del año ha sido de 7.242,4 millones de euros, un 0,2% menos que hace un año.

Este ligero descenso se atribuye al negocio de ahorro, como consecuencia de la reducción de los límites máximos de aportación a planes de pensiones, pero queda compensado por la evolución favorable

de las primas de seguros vida-riesgo, concretamente el impulso del segmento de particulares (+30,2%) y el de pymes (+19%). La entidad explica en un comunicado que los recursos gestionados por VidaCaixa han crecido un 1,9%, hasta situarse en 111.890,2 millones de euros. Del total, 64.592 millones de euros corresponden a seguros de vida, 40.104 millones de euros se concentran en planes de pensiones y EPSV, y 7.194 millones son de BPI Vida e Pensões.

## Aseguradoras

**Hiscox apoya a sus empleados frente la inflación**

Con el fin de paliar los efectos de la inflación, Hiscox ha realizado un pago único de 1.500 euros a sus empleados en la nómina de octubre. El aumento del coste de la vida ha impactado en todos los ciudadanos.

La aseguradora ha realizado un pago único de 1.500 euros a sus empleados en España para compensar la pérdida de capacidad financiera.

El pago único se ha incluido en la nómina de octubre a los empleados contratados antes del 30 de septiembre de 2022. Esta acción se llevará a cabo en el resto de los países en los que opera la aseguradora de origen británico. La medida se suma al resto de beneficios de RRHH de Hiscox para asegurar el bienestar de sus empleados. Entre ellas, la flexibilización de los espacios y horarios de trabajo, dos días extras de vacaciones o la adjudicación de acciones a empleados.

## Aseguradoras

**Sanitas y el Real Madrid celebran sus primeros 20 años juntos**

Sanitas cumple 20 años como proveedor médico oficial del Real Madrid. Dos décadas de alianza en las que los jugadores de fútbol y baloncesto han recibido la mejor asistencia sanitaria. Desde que iniciaron juntos este camino, Sanitas ha acompañado al Real Madrid en sus competiciones y logros deportivos.

La aseguradora ha puesto a disposición de jugadores y cuerpos técnicos la mejor asistencia sanitaria.

A ello se suman las ventajas de la digitalización para el cuidado de la salud.

El presidente del club blanco, Florentino Pérez; Iñaki Peralta, consejero delegado de Sanitas; e Iñaki Ereño, CEO de Bupa, han presidido la celebración. En la misma ha estado presente Emilio Butragueño, director de Relaciones Institucionales del Real Madrid, y José Ángel Sánchez, director general del club.

## RSC

**Preventiva Seguros vuelve a apoyar a la AECC con 'Cadena 100 Por Ellas'**

Preventiva Seguros vuelve a sumarse a la iniciativa "Cadena 100 Por Ellas" para apoyar a la Asociación Española contra el Cáncer (AECC) 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.

Preventiva, que tiene más de 80 años de experiencia acompañando a las personas en uno de los momentos más delicados de la vida, cuando tienen que despedir a sus seres queridos, explica en un comunicado que hace suya la causa de Cadena 100 Por Ellas, ya que colabora activamente con la Asociación Española Contra el Cáncer (AECC) en diferentes proyectos en una colaboración que ya dura más de 20 años.

# 'Picasso Chanel': cuando Pablo conoció a Gabrielle

El Museo Thyssen-Bornemisza explora la relación de los dos grandes creadores del siglo XX: Pablo Picasso y Gabrielle Chanel. Vuelve así a reunir arte y moda en el mismo espacio.

Ana M. Serrano. Foto: Patrimonio de Chanel

El recorrido se estructura de manera cronológica en cuatro secciones que abarcan las décadas de 1910 y 1920. Ambos creadores eran ya bien conocidos en la escena artística parisina. La diseñadora frecuentaba al pintor, entonces casado con la bailarina rusa Olga Khokhlova. Coinciden con frecuencia en *Le Bœuf sur le Toit*, el club nocturno de moda.

El cubismo y el estilo Chanel presenta la influencia de este movimiento en las creaciones de la diseñadora desde sus inicios. El lenguaje geométrico, la reducción cromática o la poética del collage se traducen en trajes de líneas rectas y angulosas, en su predilección por el blanco, el negro y el beige.

"Las mujeres piensan en todos los colores menos en la ausencia de color. Yo he dicho que el negro lo contiene todo, y el blanco también. Son de una belleza absoluta". Así entendía ella la armonía cromática y el tratamiento de las texturas.

La sección Olga Picasso está dedicada a los numerosos y bellos retratos que Picasso realizó de su primera mujer. Ella, devota de Chanel, lució algunos de los vestidos de este periodo inicial. "Hoy en día no es posible saber si el traje que Olga luce en la fotografía de 1917 era de Chanel", dice Dominique Marny. "Sin embargo, no cabe duda de que refleja el estilo de la diseñadora, de la que la esposa de Picasso fue cliente habitual desde 1920".

Antígona reúne la adaptación moderna de la obra de Sófocles realizada por Coc-

teau. Se estrenó en París en 1922 con decorados y máscaras de Picasso y vestuario de Chanel. Las obras muestran la común inspiración en la Grecia clásica. El proyecto coincide con la etapa de retorno al orden del pintor. La diseñadora se inspiró en

'Picasso Chanel' evidencia la afinidad formal y artística entre ambos creadores

la Grecia arcaica para crear la indumentaria de lana escocesa en tonos marrón, crudo y rojo ladrillo, que armonizaban con el decorado y demás accesorios.

*El tren azul*, título del cuarto apartado y del ballet producido por Diaghilev en 1924, se inspira en el deporte y la moda de baño. *Dos mujeres corriendo por la playa* (un *gouache* que Diaghilev descubrió en el taller de Picasso) se convierte en el telón de la obra, mientras Chanel creaba los trajes de los bailarines. El ballet recibió ese título en alusión al tren nocturno que hacía el trayecto entre la capital y la Costa Azul.

*Picasso Chanel* evidencia la afinidad formal y artística entre ambos creadores, así como los lazos que unen sus respectivos trabajos. Ella creó el uniforme de la mujer moderna del siglo XX e impuso el atractivo de lo repetitivo. Él logró formular un nuevo canon de belleza plástica que convierte en su estilo.

Una muestra de los diseños de Chanel en la exposición. Chanel





# Cómo empezar a decir ‘no’ sin fustigarse

**Aún recordaba su comentario: “Pues qué quieres que te diga, a mí DECIR NO es de las cosas que más me cuesta. Haga lo que haga, siempre me quedo mal: Si digo sí, y lo que en realidad quería decir es no, siento que no me estoy cuidando ni queriendo, que me traiciono a mí.**

Elena Fernández, CEO de N-Acción. Foto: iStock

**O**tras veces, cuando me lleno de valentía y digo “no”... y me queda incluso bien cómo se lo he dicho... pues oye, qué mal me voy a casa... qué pena me da, qué runrún tengo todo el rato. Y por si esto fuera poco, ya cuando me escribe algún mensaje, ahí me ves, leyendo todo con más detalle, como para intentar adivinar si se ha enfadado conmigo... parece de niños, pero así me siento, por eso digo: pues para esto, casi que prefiero decir sí y ya está... menos líos.

Y yo te respondo: “Sí... quizá menos líos sería algo más satisfactorio... al menos a corto plazo. Porque a largo plazo ya no hay tanta satisfacción, y más bien esas consecuencias deben ser subrayadas para evitar daños mayores.

¿Cómo me atrevo a decir esto? Verás, en mi trayectoria laboral de 20 años como formadora en competencias emocionales y coach senior he visitado numerosos centros por toda España, conversando con equipos y sus mandos (directivos e intermedios), además de empleados llenos de ilusión o desmotivación. Y cuando presento este tema de aprender a decir “no” la respuesta es casi idéntica: “Cómo me cuesta”.

## ¿Qué te parece si empiezas a darte prioridad?

Si lo deseas puedes conseguirlo como muchas otras personas hicieron. Si tú no sabes, busca a quien sí y te acompañe. Siente que va a poder darte impulso para encontrar esos “cómo lo hago entonces” y diseña tu plan de acción sin olvidar tres hitos.

El primero, comunica a las personas a quienes afectará el cambio que en esta nueva etapa te vas a cuidar mejor en algunos aspectos y por eso tendrás que decir no más de una vez y quizá alguna coincida con la respuesta que les dabas otras veces a sus peticiones, así estarás informando a los demás de tu cambio y puede que éste sea más ecológico.

Después, piensa y calibra cómo comunicar lo que necesitas: a nivel verbal (palabras a utilizar), no verbal (gestos faciales y posturas corporales) y paraverbal (el tono que me ayudará a transmitir lo que necesito y alejarme de aquello que no deseo ya).

Y, en tercer lugar, permanece perseverante y no decaigas en el primer intento, sabes que no hay fórmulas mágicas inmediatas. Sé realista y camina hasta alcanzar la meta deseada.

Recuerda: Decir “No” amplía nuestro crecimiento personal, se puede hacer y sin fustigarse.



# Seguro, deporte y solidaridad

Las aseguradoras continúan patrocinando numerosas carreras solidarias, una práctica que sirve para contribuir a mejorar la sociedad y apoyar a los sectores más desfavorecidos y a consolidar y mejorar su imagen de marca. Les contamos algunas de las pruebas que se han realizado o se celebrarán en 2022.

Redacción. Foto: eE

Cada año es más habitual ver cómo las compañías de seguros se implican activamente en la promoción, patrocinio y organización de este tipo de pruebas que combinan deporte y solidaridad. Tenemos un ejemplo muy próximo en Madrid, donde el 20 de noviembre la Fundación AXA y Atresmedia apadrinarán una competición más del Circuito de Carreras Ponle Freno, que en este 2022 ha batido el récord de ciudades organizadoras.

Además de la capital, Badalona, Valencia, Zaragoza, Málaga, Pontevedra, Vitoria, Santander y Las Palmas de Gran Canaria son las sedes de estas pruebas que pretenden concienciar respecto a la seguridad vial. La recaudación conseguida gracias a las inscripciones de las carreras se destina de manera íntegra a proyectos en apoyo a víctimas de accidentes de tráfico, con el fin de que éstas puedan tener una mayor calidad de vida e impulsen proyectos de prevención y concienciación. Se trata de una iniciativa veterana, pues arrancó en 2008, y desde entonces ha recaudado más de dos millones de euros.

Pero no es la única iniciativa que une deporte, solidaridad y seguros que se ha celebrado este año, ni mucho menos. Por ejemplo, en la pasada primavera se celebró la séptima edición del 15 KM Metlife Madrid Activa, prueba que se celebró en Madrid con la presencia de más de 4.000 corredores y en la que

está implicada no sólo la aseguradora, sino el bicampeón mundial Abel Antón como director deportivo.

La competición, que se va convirtiendo con el paso de las ediciones en un clásico, sirve como apoyo a la labor de la Fundación Educación Activa, y las aportaciones en modo de donativos se destinan a becas para el tratamiento del TDAH en familias sin recursos.

También en la pasada primavera tuvo lugar en Madrid la XIII Carrera Liberty, iniciativa impulsada junto al Comité Paralímpico Español en la que participaron atletas y aficionados con y sin discapacidad. La recaudación, que ascendió a 10.877 euros, se destinó al Equipo Liberty Jóvenes Promesas Paralímpicas de Atletismo.

Por último, el pasado 16 de octubre se celebró en Zamora la XIV edición de la carrera Mucho por Vivir, evento solidario organizado por la Asociación Española Contra el Cáncer en el que MMT Seguros toma parte como colaborador y patrocinador desde hace nueve años. El fin de la carrera es contribuir a la realización de diferentes programas contra el cáncer de mama que están orientados a la prevención y rehabilitación, así como atender y orientar psicológicamente al enfermo de cáncer y a su familia.



La Carrera Ponle Freno tuvo su séptima parada en Santander, ciudad en la que reunió a cerca de mil corredores solidarios.

# El Teatro Real de Madrid inaugura la temporada lírica con 'Aida'

**El Teatro Real de Madrid abrió el telón de la nueva temporada con 'Aida'. Al estreno oficial de la grandiosa ópera de Verdi le precedió un preestreno para menores de 36 años.**

Ana M. Serrano. Fotos: Javier del Real | Teatro Real

**E**l Real ha programado 19 funciones de la producción concebida por Hugo de Ana para la inauguración de la segunda temporada del nuevo Teatro Real, en 1998. Casi 25 años han transcurrido desde aquel estreno que dirigió Luis Antonio García Navarro (1941-2001). Las ocho funciones de esa temporada se sumaban a las 353 que tuvieron lugar en las temporadas anteriores al cierre del teatro, en 1925.

Durante ese periodo el popular título verdiano fue el más representado en el Real y Verdi (1813-1901) el compositor preferido del público madrileño. Durante esta temporada 2022-2023, el teatro celebra su historia y repone *Aida* como un simbólico auto-homenaje, tras el éxito de esta misma producción a lo largo de los últimos 25 años.

Cuando Verdi estrenó *Aida* en El Cairo, en 1871, llevaba en su haber profesional 25 óperas. Culminaba con esta composición una carrera prolífica (que se prolongaría dos décadas más). La partitura, efusiva, honda e intimista, se tiñe de todos los temas recurrentes en su obra: el triángulo amoroso, el trasfondo político y social, la prepotencia de los dictadores, la humillación de los oprimidos, los sentimientos paterno-filiales, los celos, los amores prohibidos, la traición, la soledad, la muerte...

Desde el punto de vista compositivo, *Aida* también refleja la veteranía de Verdi: su dominio de la escritura vocal, los dúos y números de conjunto en detrimento de las arias, el uso de la orquesta para obtener efectos dramaturgicos, la yuxtaposición de momentos de recogimiento y de esplendor y la pericia en la articulación de grandes números corales y coreográficos.

Hugo de Ana opta por una producción de fuerte poder simbólico. Una colosal pirámide alude a la magnificencia del poder político y religioso. Mientras, los paisajes desérticos enfatizan la profunda soledad de los personajes, que se debaten entre sentimientos, dudas y contradicciones. Para la actual reposi-



Verdi es el compositor preferido del público madrileño.



'Aida' es la ópera más representada en el Real.

ción introduce pequeñas modificaciones actualizando algunos elementos.

Tres repartos se alternarán en la interpretación de los papeles protagonistas de *Aida*. Con casi 300 artistas entre solistas, coro, bailarines, actores y orquesta y una escenografía histórica, el estreno trae al escenario del Real a intérpretes capaces de dar a la obra de Verdi su dimensión universal.

El teatro, además, prepara una versión reducida de *Aida*, con libreto de Antonio Ghislanzoni, dirigida por Isabel Rubio y Davide Garattini Raimondi. Serán los días 12 y 13 de noviembre. Con motivo de la representación de la ópera de Verdi, el Museo del Romanticismo ofrecerá el 2 de diciembre una función gratuita de cuentacuentos: *Las mil y una noches: la sensual y exótica fantasía de los cuentos orientales*.

# Este otoño, la belleza es verde, sostenible y eficaz

**El Hotel H10 Villa de la Reina fue el escenario elegido para crear un espacio dedicado a la belleza. La que cuida todo el universo que se proyecta en la piel y el bienestar.**

Ana M. Serrano. Fotos: eE

La belleza tiene mucho más de armonía y sensibilidad que de perfección. Y es el esplendor de los detalles, la búsqueda de la excelencia y el respeto absoluto por la naturaleza el suelo sobre el que se construye la belleza del futuro (y del presente): inteligente, orgánica, sostenible, verde y muy eficaz. Pero el presente y el futuro no se sostienen sin el pasado y la solidez de la ciencia y la investigación sobre los nutrientes y las propiedades naturales de los ingredientes empleados.

De esa devoción por el medio y la riqueza de la tierra nace uno de los laboratorios cosméticos innovadores del momento. Hablamos de Ecopozo, cuya línea de CBD es un regalo para la piel. Sobre todo para las pieles irritadas, acnéicas, atópicas y maduras. La ciencia avala el papel del Cannabidiol como un potente antiinflamatorio, nutritivo y regenerador. Por ello, la estrella de la firma es el Sérum bifásico reafirmante con vitamina C. Es antioxidante y tensor e ilumina, proporciona elasticidad y mejora la textura de la piel.

De lo más profundo del Ártico proviene el principio activo de la línea Nuit Polaire, de Polaar. Se trata de un alga boreal misteriosa y protegida que vive en las aguas abisales del océano Glacial. La plantita se alimenta de la luz de la luna y genera la sustancia -fitomelatonina- responsable de la regeneración celular nocturna. De ahí los superpoderes de este alga: descongestionante, calmante y revitalizante. De textura rica y cremosa, penetra rápido en la piel. Su fragancia aporta el hechizo de las auroras árticas.

Ella Bache era una visionaria. La húngara, pionera en investigaciones cosméticas, fue la primera mujer en obtener un título universitario en su país natal y la primera creadora (en 1936) de una fórmula con ácidos frutales AHA: la crema de tomate natural. Su novedad: el Super Serum Micro Filler y el Riodoki de Obsidiana inspirada en las técnicas dermoestéticas de microrelleno cutáneo.

Mila Bonis es natural, sostenible y española. Sus fórmulas se basan en activos vegetales puros y potentes contra la oxidación y el envejecimiento cutáneo. Novedad: Crema de noche nutritiva (apta para día y embarazadas). Repara, reafirma, y nutre. Para piel seca, madura o dañada. 99,99% ingredientes de origen natural (ISO 16.128).

La Estrella Negra de Emocosmética es una bomba de más de treinta activos. Entre ellos, el polvo de diamante negro. Así es la fórmula de una crema facial restauradora cuyo efecto tensor es natural e inmediato. La acción iluminadora, energizante y estimulante del diamante reforzado por la potencia de la trufa negra, aumenta entre un 36% y un 46% la vitalidad celular.

Recuerden consultar con el dermatólogo cualquier duda respecto a productos y afecciones de la piel. Los seguros médicos proporcionan especialistas acreditados.



Las novedades cosméticas del otoño vienen marcadas por los ingredientes naturales y texturas ricas y nutritivas para la piel.