

Entorno

De Sanitas a Juaneda: las aseguradoras que juegan en LaLiga

Assistència Sanitària, Vitaldent, Sanitas, Juaneda, Clínica de Navarra o IMQ son algunos nombres de las compañías más importantes que pasan reconocimiento médico a los integrantes de los equipos de la máxima categoría del fútbol español.

J. Vera
13 ago 2021 - 05:00



Con la llegada de agosto, LaLiga da comienzo y las aseguradoras se preparan nuevamente para enfundarse las elásticas de los equipos del campeonato de la regularidad. Esta temporada arrancará con el retorno a Primera de **Espanyol**, **Mallorca** y **Rayo Vallecano**, que también han aupado a sus aseguradoras hacia la máxima categoría.

Assistència Sanitària, Vitaldent, Sanitas, Juaneda o Clínica de Navarra son algunas de las compañías más importantes que pasan reconocimiento médico a los integrantes de los equipos de la Primera División del fútbol en España.

Los futbolistas del RCD Espanyol ya hace unos años que pasan los reconocimientos

PlantaDoce.

médicos de sus futbolistas en la **Clínica Corachan**, ubicada en el barrio de Sarrià de Barcelona. Esta empresa invertirá 40 millones de euros en los próximos diez años.

Otro recién llegado a la máxima categoría es el RCD Mallorca. Los baleares confían sus servicios médicos a **Juaneda**. Esta compañía, nacida en 1964, ha trazado una hoja de ruta e invertirá seis millones de euros entre tecnología y electromedicina hasta 2023 y también quince millones en un nuevo hospital. Por su parte, Rayo Vallecano, que sacó su billete hacia la máxima categoría en el último momento, pasa las revisiones médicas en la clínica **Fremap de Majadahonda**.

En el País Vasco, Athletic Club y el Deportivo Alavés están patrocinados por IMQ

El actual campeón, Atlético de Madrid, trabaja con la **Clínica Universidad de Navarra** como proveedor de sus servicios médicos. El partner médico del Real Madrid es **Sanitas**. La alianza entre ambas entidades ya lleva vigente más de una década. La compañía cuenta con más de 11.000 empleados y facturó 1.464 millones de euros en el año de la pandemia, lo que significó un 3,3% más que en 2019. Sanitas forma parte de Bupa, una empresa que cuenta con más de diez millones de pacientes.

Por su parte, el FC Barcelona sigue confiando sus servicios médicos a un clásico: **Assistència Sanitària**. El club, presidido por Joan Laporta, tiene contrato con la compañía hasta 2024. Esta aseguradora cubre los servicios de medicina general, atención de enfermería, pediatría, radioterapia y servicios de urgencias, entre otros. Las empresas vinculadas a Assistència Sanitaria son Autogestió Sanitària, Biopat, Fundació Espriu y Gravida.

Athletic Club y el Deportivo Alavés están patrocinados por **IMQ**. Esta compañía ofrece en Euskadi cobertura sanitaria a más de 300.000 personas y a más de un millar de empresas. El área asistencial del grupo cuenta con dos hospitales en Bilbao y una docena de clínicas en la región y una facturación anual superior a los 150 millones de euros. En junio, los accionistas de IMQ aprobaron la venta de acciones de a SegurCaixa Adeslas.

El Valencia CF deja la salud de sus jugadores en

PlantaDoce.

manos del grupo sanitario valenciano, de origen alicantino, Imed Hospitales

Otro grande del campeonato, el Sevilla FC, confía sus servicios médicos a **Quirónsalud**. Fresenius, dueño de Quirónsalud desde finales de 2016, cerró 2020 con un incremento del 6% en el mercado español, rebasando los 3.400 millones de euros. Quirónsalud es el mayor grupo hospitalario privado de España y dispone de 46 hospitales, 70 centros ambulatorios, más de 6.000 camas y cerca de 300 centros de prevención de riesgos laborales.

El Valencia CF deja la salud de sus jugadores en manos del grupo sanitario valenciano, de origen alicantino, **Imed Hospitales**, mientras que paralelamente el club también confía la salud dental de sus jugadores a Vitaldent. Esta compañía está desplegando un plan de crecimiento y expansión y ya dispone de cerca de 300 clínicas en toda España. Vitaldent cerró 2020 con una facturación cercana a 200 millones de euros, un 20% menos que en 2019, y confía en incrementar sus ventas hasta 325 millones en 2021.