

# Seguros

elEconomista

Revista mensual

9 de abril de 2015 | Nº 23

## VUELOS MÁS SEGUROS Y PROTEGIDOS

¿Qué pólizas nos protegen cuando viajamos? Analizamos las coberturas más útiles si elije el avión [En portada](#) | [P36](#)

Los coches eléctricos se imponen en todas las carreteras

[P26](#)

La tecnología más moderna e inteligente, a salvo

[P40](#)



## 6. ¿Sabías qué...? Conozca qué pasos dar para reclamar al seguro

Desvelamos el proceso a seguir para solventar las reclamaciones con las aseguradoras

## 22. Con pasión Descubrimos el Mercado Moncloa de Madrid

Hablamos con sus fundadores, Pedro Gómez y Charo Sánchez, de su innovador proyecto

## 30. Seguro y deporte El balonmano da cancha a las aseguradoras

Cada vez más compañías del sector apuestan por este deporte que levanta pasiones

## 44. Ocio Pueblos del norte de Madrid, la paz a un paso

La sierra norte de la Comunidad de Madrid encierra numerosos pueblos por descubrir

**Edita:** Editorial Ecoprensa S.A. **Presidente de Ecoprensa:** Alfonso de Salas  
**Vicepresidente:** Gregorio Peña **Director Gerente:** Julio Gutiérrez **Director Comercial:** Juan Pagán **Relaciones Institucionales:** Pilar Rodríguez  
**Subdirector de RRII:** Juan Carlos Serrano **Jefe de Publicidad:** Sergio de María

**Director de elEconomista:** Amador G. Ayora  
**Diseño:** Pedro Vicente y Marta Camos **Fotografía:** Pepo García **Infografía:** Nerea Bilbao  
**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)  
**Directora comercial y publicidad de 'elEconomista Seguros':** Concha Aliende (concha.aliende@segurostv.es)

## Entrevista Andrés Romero, director general de Santalucía Seguros

"El valor de la cercanía y la proximidad al cliente forman parte de nuestro ADN desde hace 93 años"



14



26

## Motor Los coches eléctricos se imponen en la carretera

Son más limpios y ecológicos, más baratos de mantener y pueden llegar a abaratar las pólizas de seguros en un futuro

## Ahorro y jubilación La clave está en la planificación

Un buen asesoramiento y una correcta planificación financiera le permitirán disfrutar de una jubilación sin riesgos



24



36

## Reportaje Viajar en avión es seguro y cada vez más asegurado

El avión es uno de los medios de transporte más seguros y cuenta con la protección extra del seguro



# Más protegidos que nunca, también cuando viajamos

Analizamos todos los seguros que están implicados en un vuelo, desde los obligatorios que deben contratar las compañías aéreas, hasta los personales que tienen contratados los viajeros por su cuenta, así como sus principales coberturas

La primavera es una de las épocas del año más propicias para viajar. Los días son más largos, las temperaturas templadas y apetece descubrir nuevos destinos. De sobra sabemos que el avión es el medio de transporte más seguro, pero los accidentes aéreos -muy escasos si se comparan con la siniestralidad de otros medios de transporte, como por ejemplo, el coche- recuerdan que volar no está exento de riesgos. Tras el trágico accidente del Airbus A320 de Germanwings, hemos querido analizar todos los seguros que están implicados en un vuelo, ya sean los obligatorios que debe suscribir la compañía aérea que opera el vuelo, como los voluntarios y personales que contratan los viajeros.

También dedicamos un espacio de la edición de abril de *eEconomista Seguros* a conocer las novedades que imponen en las carreteras los vehículos eléctricos. Más limpios, seguros y fáciles de mantener, es lógico que cada vez se vean más en las carreteras de las ciudades y en un futuro podrían también contribuir a abaratar el coste de los seguros de coches.

Sin salir de la innovación, descubrimos los últimos *gadgets* tecnológicos, desde una cámara que también es un teléfono -y no al revés-, hasta la nueva generación de dispositivos

inteligentes, como relojes y gafas, que dan un paso más en la conectividad. Y no nos olvidamos de cómo protegerlos, ya que suponen en muchos casos una importante inversión económica para el consumidor.

Precisamente, estar cerca del consumidor y de sus necesidades de protección es el objetivo de Santalucía Seguros. Su director general, Andrés Romero, habla con nosotros acerca de los planes de futuro de la compañía, que hará del seguro de vida su producto estrella en su nuevo plan estratégico.

En el número de abril de la revista no faltan útiles consejos y trucos para hacerle más fácil su relación con el sector asegurador; desde cómo hacer una reclamación a su compañía de seguros hasta cómo evitar que se produzcan fugas de agua e inundaciones en su hogar. Y en el mes en que se celebra el *Día Mundial de la Salud*, no nos olvidamos de ella: de cómo cuidarla de cara a los meses de verano, de cómo proteger a nuestra familia en caso de accidente y de las últimas ofertas lanzadas por las compañías del ramo.

Y como no todo va a ser trabajar, le proponemos que descubra los pueblos de la Sierra Norte de Madrid en nuestra sección dedicada al ocio. Buena lectura.

1<sup>o</sup>

## Direct Seguros

La empresa aseguradora se consolida como la compañía más valorada por los lectores de *elEconomista Seguros* por segundo mes consecutivo. Direct ha hecho de la sencillez y la transparencia sus señas de identidad tras la rebovación de su imagen.

## Previsión Sanitaria Nacional (PSN)

La mutualidad repite en el segundo puesto del *ranking* de las compañías mejor valoradas por los asegurados. Nuestros lectores han mantenido su apoyo a la compañía que está especializada en asegurar a los profesionales sanitarios y a otros profesionales universitarios.

2<sup>o</sup>3<sup>o</sup>

## Adeslas

La compañía que lidera el *ranking* de volumen de negocio de los seguros de Salud elaborado por Icea se coloca de nuevo en la tercera posición del podio. Adeslas, compañía del Grupo Mutua Madrileña es la tercera aseguradora mejor valorada por los lectores de la revista.

## Generali Seguros

La filial española del grupo asegurador italiano irrumpe con fuerza en el *ranking* este mes. La compañía que en España dirige Santiago Villa adelanta dos puestos y desbanca a Agrupación Mutual Aseguradora (AMA) como la cuarta aseguradora más valorada por sus asegurados.

4<sup>o</sup>5<sup>o</sup>

## Helvetia Seguros

Otra novedad en las votaciones realizadas a lo largo del mes de marzo es la irrupción de Helvetia Seguros en el quinto puesto del *ranking*. La compañía que en España dirige Josñe María Paagman ha hecho de la pasión su identidad en 2015, algo que ha contagiado a sus asegurados.



ISTOCK

## Direct se proclama, un mes más, la entidad más valorada

Aunque las votaciones han estado muy ajustadas, Direct Seguros, la compañía directa del Grupo AXA, se ha colocado por segundo mes consecutivo en lo más alto del *ranking* de compañías más valoradas por los asegurados. En el segundo puesto repite Previsión Sanitaria Nacional (PSN) que no se ha visto afectada por los problemas de su socio financiero, Banco Madrid. Cierra el podio Adeslas. La compañía de seguros de Salud del Grupo Mutua Madrileña se consolida como la tercera aseguradora más valorada por los lectores de *elEconomista Seguros* en

abril. En el cuarto y quinto puesto hay novedades: Generali adelanta varios puestos hasta colocarse en la cuarta posición del *ranking*, que desplaza a AMA hasta el sexto puesto. Helvetia Seguros baja una posición, hasta colocarse en la quinta plaza de las aseguradoras mejor valoradas. Cierran el grupo de las diez primeras compañías Mapfre en séptima posición; Reale Seguros, octava; Liberty Seguros, novena; y AXA, décima. En el número de mayo volveremos a pedir la participación de los lectores para elaborar un nuevo *ranking*.



## Un grupo asegurador multicanal y cada vez más diversificado

Desde su fundación en 1930, Mutua Madrileña ha sufrido un profundo cambio. De ser una mutua centrada en el seguro de coche y ámbito regional, ha pasado a convertirse en el tercer grupo asegurador del mercado español por volumen de primas con 4.165 millones de euros, con una cuota de mercado total del 7,51 por ciento. La alianza con CaixaBank para hacerse con el 50 por ciento de Segurcaixa Adeslas ha permitido al grupo asegurador que preside Ignacio Garralda ampliar su presencia geográfica a todo el territorio nacional y diversificar su negocio. De esta forma, entra de lleno en ramos como salud y aprovecha la fuerza comercial de la red de oficinas de La Caixa.

### ■ Año de fundación:

1930

### ■ Sede social:

Paseo de la Castellana, 33. Madrid

### ■ Número de Empleados totales:

6.647

### ■ Distribución por género en Mutua Madrileña:

Mujeres: 51 por ciento

Hombres: 49 por ciento

### ■ Distribución en puestos directivos y mandos intermedios en Mutua Madrileña:

Mujeres: 27 por ciento

Hombres: 73 por ciento

### ■ Incorporaciones a la plantilla en 2014:

290



### Ignacio Garralda

Presidente de Grupo Mutua Madrileña



### ■ Ramos en los que opera:

Autos, motos, asistencia sanitaria, vida, hogar, accidentes y decesos

### ■ Volumen de primas:

4.165 millones de euros al cierre de 2014 (+7,5 por ciento)

### ■ Cuota de mercado en facturación :

7,51 por ciento (Vida y No Vida)

### ■ Número de oficinas (Grupo Mutua):

144

### ■ Página web:

<http://www.mutua.es>

### ■ Perfiles en Redes Sociales:

**Twitter:** @SalaPrensaMutua; @Mutua\_responde @fundacionmutua @Mutuactivos

**LinkedIn:** <https://es.linkedin.com/company/mutua-madrilena>

**Google +:** <https://plus.google.com/+mutuamadrileña>

**YouTube:** <https://www.youtube.com/CanalMutua>

**Facebook:** <https://www.facebook.com/lamutua> (perfil de Mutua Madrileña)

<https://www.facebook.com/fundacionmutuamad> (perfil de la Fundación Mutua Madrileña)

### ■ Canales de venta:

presencial en oficinas, atención telefónica e internet ([www.mutua.es](http://www.mutua.es))

### ■ Contacto:

91 557 83 22

902 555 550

# CONOZCA QUÉ PASOS DAR PARA RECLAMAR AL SEGURO

Tener un desacuerdo con la compañía de seguros es algo que puede ocurrir en cualquier momento de la relación con la aseguradora. Tiene derecho a reclamar si hay discrepancia. Conozca dónde y cómo hacerlo

CARMEN LANCHO

**E**n un año las compañías de seguros gestionan más de 100 millones de siniestros. Estas son cifras que ofrece Unespa, la Asociación Empresarial del Seguro, y tal y como recuerdan desde la asociación, son 100 millones de oportunidades de que no todo salga como se espera.

Cuando se sufre un siniestro y se cuenta con un seguro, lo normal es notificarlo esperando que éste solucione el problema y aquello para lo que se contrató la póliza. El inconveniente viene cuando la respuesta de su aseguradora es tomar una decisión contraria a la que usted esperaba.

Lo primero de todo es ser consciente de que las compañías de seguros y las corredurías están formadas por profesionales, pero que en un momento dado pueden cometer un error. Por tanto, antes de realizar una reclamación formal, hable con su agente o corredor de seguros. En muchos casos, el problema con la aseguradora se resuelve así.

## La mediación

Si siente que sus derechos han sido vulnerados, deberá contactar con su compañía y poner la reclamación pertinente a través del departamento de atención al cliente. Si en este departamento no le facilitan una respuesta o una solución satisfactoria, el siguiente paso será acudir a la figura del defensor del asegurado. La ley exige a las aseguradoras que pongan a disposición de sus clientes un profesional al que acudir en caso de discrepancia. Se trata de un servicio de mediación. Si acude al defensor del asegurado es porque el seguro ya ha dado una respuesta formal con la que no está conforme. Lea detenidamente el tipo de quejas que quedan



ISTOCK

excluidas de la tramitación del defensor de su compañía. Al poner la reclamación por escrito, deberá incluir todas las pruebas de las que disponga y explicar su demanda. La compañía deberá resolver la queja en un plazo no superior a dos meses y, una vez resuelta, tiene que comunicar su decisión en un plazo máximo de diez días.

## Buenas prácticas

El camino de la mediación es la mejor manera de resolver cualquier problema, antes de tener que llegar a instancias mayores. Y evitar incluso procesos más complejos, como puede ser el hecho de acudir al servicio de reclamaciones de la

Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP). También puede poner la reclamación en cualquier oficina del Banco de España o de la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV). La DGSFP depende del Ministerio de Economía y Competitividad y se encarga de proteger al asegurado y a aquellas personas que tienen contratado un fondo de pensiones; además fomenta las buenas prácticas en el sector financiero y asegurador.

La Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones atiende a las consultas, quejas y reclamaciones y regula el procedimiento de cómo presentar dichas quejas y consultas, todas ellas por escrito.

nuevo

seguro de auto  
Pago como  
conduzco

**Lo lógico es que si eres joven y conduces bien, pagues menos por el seguro.**

¿Por qué tiene que pagar más un joven solo por el hecho de ser joven?

Por eso nace "Pago como conduzco" de GENERALI. El primer seguro inteligente de coche, que gracias a la tecnología de Movistar instalada en tu vehículo, nos permitirá:



Dispositivo telemático inteligente

- Reducir hasta un 40% el precio de tu seguro en función del uso que le des al coche y de tu forma de conducir
- Llamar automáticamente a Emergencias en caso de accidente
- Localizar tu coche en caso de robo

**Haz con nosotros la simulación y compruébalo.**

[www.generalis.es](http://www.generalis.es)

Cualquiera de las oficinas o mediadores de GENERALI





## 'GLOBAL GRADUATE PROGRAM'

# GENERALI IMPULSA A LOS JÓVENES TALENTOS

El grupo asegurador italiano pone en marcha un proceso de selección de 20 jóvenes en todo el mundo para captar talentos y desarrollar su carrera dentro del grupo

REDACCIÓN

**G**raduados y estudiantes universitarios con perfil internacional y competencias integrales, especializados en economía, finanzas, empresa, IT, marketing digital o asignaturas científicas como matemáticas o estadística. Este es el perfil de los 20 jóvenes que Generali busca en todo el mundo para participar en la primera edición de su *Generali Global Graduate Program*, un programa de excelencia que tiene como objetivo reclutar nuevos talentos para crecer y desarrollar una carrera profesional internacional dentro del grupo asegurador italiano.

El programa tiene una duración de 18 meses y comenzará en septiembre de 2015. Los jóvenes interesados en participar pueden enviar sus solicitudes hasta el 12 de abril. Los 20 jóvenes talentos seleccionados trabajarán en un sistema de rotación internacional en el que pasarán por diferentes sectores empresariales, en los 60 países en los que opera el Grupo Generali.

La iniciativa también incluye su incorporación al curso de formación *Generali MIB Master in insurance management*,

desarrollado en colaboración con la MIB School of Management de Trieste, en Italia.

El grupo asegurador italiano explica que los participantes en el programa serán contratados como empleados por la casa matriz de Assicurazioni Generali durante la vigencia del programa y, posteriormente, se integrarán en una de las múltiples empresas que el Grupo Generali tiene en los mercados en los que operan en todo el mundo.



EE



EE

## REORGANIZACIÓN INTERNA

# LIBERTY SE CENTRA EN LOS CLIENTES

El grupo asegurador crea tres áreas de negocio en España: oferta, servicio y comercial

REDACCIÓN

**E**l Grupo Liberty Seguros ha completado un proceso de reorganización interna, durante el cual ha adaptado las áreas existentes hasta el momento y ha creado algunas nuevas con el objetivo de mejorar y adaptar su oferta y servicio a clientes y mediadores. Para ello, la compañía que en España dirige Enrique Huerta ha creado tres grandes áreas: oferta, servicio y comercial.

El área de servicio agrupa todos los centros de servicio a mediadores y socios, la postventa a clientes y todas las funciones relacionadas

con siniestros. Para dirigirla ha fichado a Jesús Núñez, procedente de Fedex. Núñez se incorporará también al equipo de dirección y reportará a Josué Sanz, que como director general de desarrollo corporativo, también será responsable de las áreas de estrategia, proyectos, analytics y de la búsqueda de oportunidades de crecimiento inorgánico.

Por otro lado, Liberty Seguro incorpora a Paul Odenhoven como director comercial del grupo. Odenhoven llega de Liberty International. Reportando a Paul y también en el equipo de dirección, seguirán como directores comerciales de los dos principales canales de distribución Álvaro Iglesias en canal mediado y Pablo Robles en canal directo.

En el área de oferta se integran los *product managers*, que le reportan a Carlos Escudero, y marketing y cliente en la que Juan Miguel Estallo seguirá de responsable. Esta área se encargará de "diseñar una oferta de valor única y una experiencia diferenciada para nuestros clientes y mediadores", según señala la compañía.

## NUEVOS PRODUCTOS

# ZURICH LANZA UN SEGURO QUE PROTEGE A EXPATRIADOS

El seguro 'Zurich International Group Risk Solution' incluye las garantías de fallecimiento e invalidez de los empleados trasladados a otro país

REDACCIÓN

El Grupo Zurich ha lanzado al mercado el *Zurich International Group Risk Solution* (ZIGRS), un seguro de vida riesgo dirigido a empresas que garantizan el bienestar de los trabajadores expatriados y apoya el desarrollo profesional internacional.

La compañía explica que la creciente necesidad de desarrollo empresarial a nivel mundial ha desencadenado un aumento global de la movilidad. En consecuencia, las multinacionales de todo el mundo están trasladando profesionales a sus delegaciones en el extranjero. Según indica el Instituto Nacional de Estadística (INE), actualmente

las firmas españolas disponen de alrededor de 20.000 directivos en destinos de todo el mundo. El nuevo seguro de Zurich incluye las garantías de fallecimiento e invalidez del trabajador en un plan único mundial, que ofrece un servicio completo y eficaz. Además, esto permite reducir costes y simplificar los trámites de administración.

“Con este lanzamiento a nivel internacional, el Grupo Zurich refuerza su posición como aseguradora global y ofrece una solución que cubre las necesidades que este nuevo escenario está generando a nivel mundial”, explica el grupo asegurador.



ISTOCK



EE

## TRAS SEPARARSE DE ING

# NATIONALE NEDERLANDEN SE REINVENTA

La compañía vuelve a sus orígenes y centra su nueva estrategia en España en los clientes y la innovación

REDACCIÓN

Nationale-Nederlanden vuelve a sus orígenes. Tras un proceso de transformación, la aseguradora holandesa renace como compañía formando parte del Grupo NN, que aúna el negocio asegurador y de gestión de activos que antes pertenecían al Grupo ING. España continúa siendo un mercado estratégico para el Grupo NN, con un gran potencial de crecimiento. Nationale-Nederlanden cuenta con medio millón de clientes en España, entre ellos 14 compañías del Ibex 35, un total de 500 empleados, una red comercial formada por

1.500 agentes, 40 oficinas, 89 puntos naranja y más de diez franquicias a nivel nacional para atender a sus clientes. Sus responsables en España señalan que la compañía se ha adaptado a un mercado “que demanda una mayor transparencia, soluciones innovadoras y formas distintas de relacionarse con los clientes”. Robin Buijs, consejero delegado de la compañía, señala que “hoy Nationale-Nederlanden es una compañía renovada, muy sólida, con una visión de futuro muy positiva y con un claro enfoque en el cliente, la innovación y la distribución. La satisfacción de nuestros clientes se ha duplicado en el último año y, de hecho, nuestro objetivo en los próximos años es estar en el *top 10* de las aseguradoras más recomendadas por sus clientes y más innovadoras”. En 2014 Nationale-Nederlanden registró un crecimiento de sus ventas del 16 por ciento, gracias al crecimiento en el mercado de vida, su principal línea de negocio, tanto en primas: 467 millones de euros, un 5,5 por ciento más, como en provisiones: 3.394 millones de euros, un 4,1 por ciento más.



# SALUD PROTEGIDA CONTRA TODO RIESGO

La salud es uno de nuestros bienes más preciados. Además de proteger el patrimonio, el sector asegurador ha desarrollado diferentes productos y servicios para mantener y proteger la buena salud de las familias

REDACCIÓN

**G**ozar de buena salud es fundamental para poder hacer frente al día a día y sacar adelante el resto de las parcelas de nuestra vida, ya sean los estudios, en el caso de los más pequeños; o el trabajo, en el caso de los adultos. Aprovechando la celebración del *Día Mundial de la Salud* el 7 de abril, queremos dedicar esta sección a los diferentes productos y servicios con los que cuenta el sector asegurador para protegerla.

Según recoge Unespa, la patronal del sector, en la última edición de la *Memoria Social del Seguro*, el seguro atiende cada año más de 31,2 millones de asistencias relacionadas con la salud, con un desembolso global entre gasto sanitario e indemnizaciones de 5.491 millones de euros. Además de los

seguros que ofrecen cobertura de asistencia sanitaria, hay que tener en cuenta que una enfermedad o un accidente también pueden tener secuelas importantes y causar perjuicios en las economías de los hogares. Prevenir una enfermedad no siempre es posible.

Aparte de la asistencia sanitaria, existen seguros con coberturas que van más allá de la mera atención sanitaria y que se complementan con otras garantías, como el adelanto de una cantidad de dinero en el caso de sufrir una enfermedad grave. En muchas ocasiones, la llegada inesperada de una enfermedad supone un importante impacto económico para el hogar, sobre todo si quien enferma es uno de los progenitores.

Para estos casos, las aseguradoras han lanzado seguros de enfermedad y accidentes que incluyen una prestación económica en forma de subsidio en el caso de que el asegurado tenga que ser intervenido quirúrgicamente u hospitalizado. De esta manera, se garantiza un nivel suficiente de ingresos en el hogar hasta que el paciente esté recuperado y pueda reincorporarse a su vida laboral.

Este tipo de seguros de enfermedad están especialmente indicados para los profesionales autónomos, ya que sus ingresos dependen directamente de su capacidad de estar al frente de su negocio. En su caso, una enfermedad puede suponer un importante descenso de sus ingresos mensuales, e incluso la dificultad de hacer frente a sus gastos habituales ya que, por una incapacidad temporal, los trabajadores por cuenta propia reciben una prestación mínima por parte de la Seguridad Social.

Contar con un seguro de estas características garantiza a los profesionales el mantenimiento de un adecuado nivel de vida mientras se recuperan de sus dolencias, dándoles una protección integral, tanto de su salud como de su protección financiera. Este colectivo de trabajadores, cada vez más numeroso en el mercado laboral español es, además, uno de los más vulnerables, ya que cuentan con un menor grado de protección pública. Por eso, conocer las coberturas que ofrecen determinados seguros puede ayudarles a aumentar su nivel de protección personal y el de sus familias.







Protección **autónomos**  
Seguridad **integral para ti**

**MetLife**<sup>®</sup>

MetLife. Ayudando a las personas a  
SACARLE MÁS PARTIDO A LA VIDA

metlife.es  
**900 374 100**





# UN 'CÓDIGO QR' CON EFECTO SALVAVIDAS

Toda protección es poca cuando se coge la moto. En la actualidad, con el ánimo de añadir un plus de protección, Mutua Madrileña ofrece un servicio gratuito de identificación sanitaria para motoristas a través de un código QR -o de respuesta rápida- que se coloca en el casco

EL ECONOMISTA

M. M.

U sar el casco es tener cabeza. El extendido mensaje de que este equipamiento puede salvarte la vida está cada vez más asumido por el colectivo motorista, que en una amplia mayoría considera este elemento como indispensable cada vez que coge su vehículo. Gracias a la mayor concienciación de los conductores y a la efectividad de las numerosas campañas, públicas y privadas, sobre seguridad vial, en la actualidad el uso del casco alcanza cotas superiores al 85 por ciento de los motoristas.

Casco es, sin duda alguna, sinónimo de protección, concepto que se amplía aún más en el caso de algunas compañías aseguradoras que, con



ánimo innovador, están ampliando su gama de ventajas con interesantes servicios. Buen ejemplo de ello es el de Mutua Madrileña, que ha lanzado un nuevo servicio gratuito de identificación sanitaria para sus asegurados de moto. La compañía proporciona un código QR adhesivo para el casco que permite que los servicios de emergencia accedan a la información médica de todos sus asegurados de moto que lo soliciten en caso de accidente.

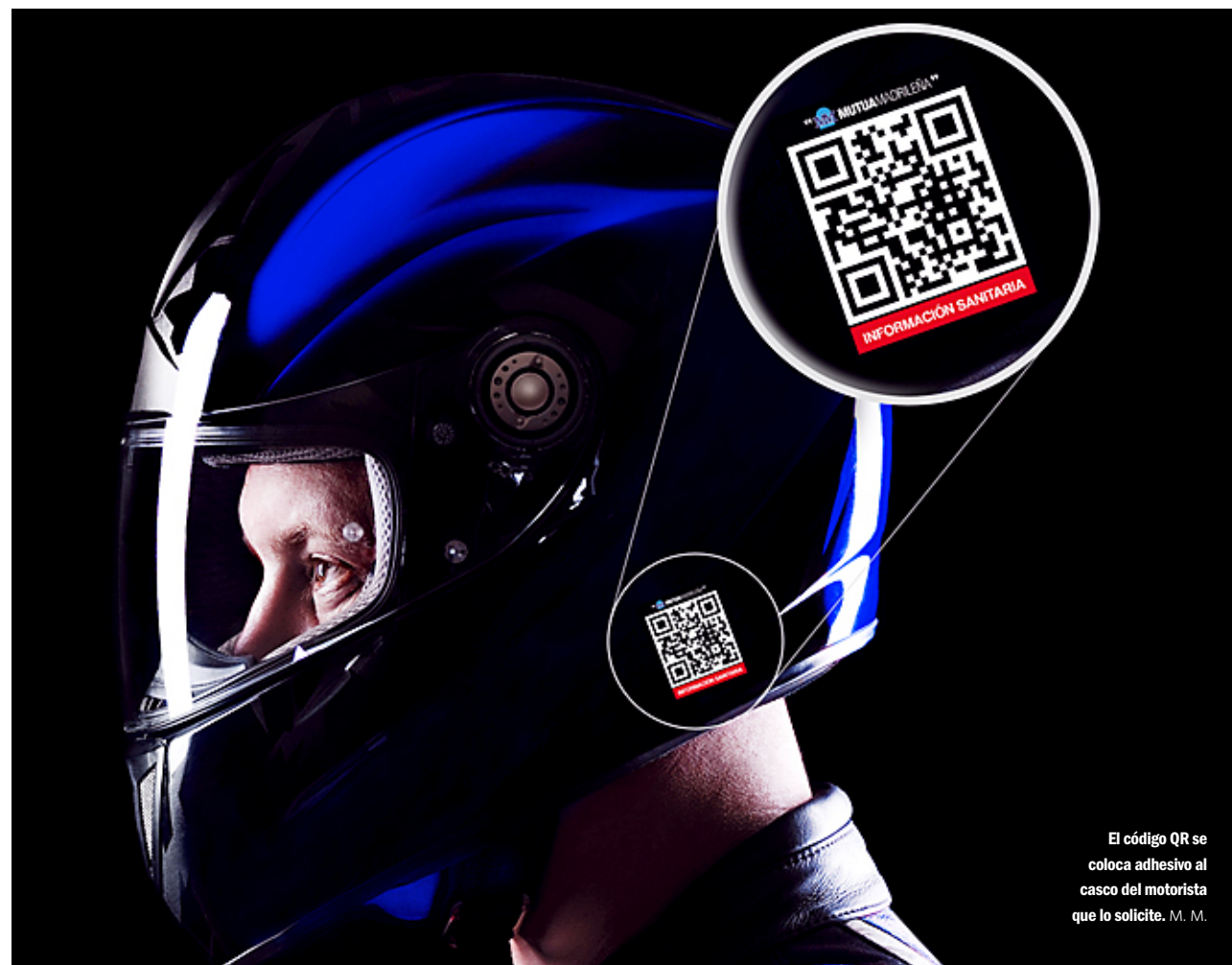
Gracias a este código, a la hora de atender a un motorista accidentado los servicios sanitarios podrán saber su identidad y ponerse en contacto con su familia o allegados, así como conocer sus características clínicas de cara a poder comenzar a tratarle con la seguridad de que no se le vaya a administrar medicación o tratamiento que le pueda ser contraproducente. Disponer de este código, que ofrece Mutua Madrileña de forma gratuita, puede ayudar, así, a salvar vidas y a tomar las decisiones sanitarias de una forma rápida y sin incertidumbres, al tener acceso al historial médico del accidentado. Para que los servicios sanitarios puedan disponer de esta información los motoristas han debido previamente colocarse en su casco el código QR que les ha facilitado la compañía, por lo que es fundamental haberlo solicitado.

### Cómo conseguir el código

Todos los asegurados de moto de Mutua Madrileña pueden solicitar estos códigos QR de forma gratuita en [www.clubsoymotero.com](http://www.clubsoymotero.com), la web para asegurados de moto de la aseguradora. En un plazo de 30 días recibirán de manera totalmente gratuita en su domicilio cuatro códigos válidos durante cinco años. Posteriormente, cada asegurado tendrá que completar a través de Internet qué datos médicos desea incluir en el servicio. El código dará acceso sólo a aquellos datos que el titular haya autorizado. Para ello, y para garantizar la privacidad de sus datos, tendrá que logarse, incluyendo la contraseña *iD* que aparecerá en su *pack* de códigos. Una vez cumplimentados los datos, los códigos quedarán activados. Dado el carácter personal y sensible de la información, es fundamental que el casco sea utilizado exclusivamente por el motorista titular de los datos incluidos en el código QR.

### Descuento del 50 por ciento en seguros de moto

En la actualidad, Mutua Madrileña cuenta con una promoción para nuevos motoristas. Los nuevos mutualistas recibirán 50 euros en la contratación de su seguro de moto y se beneficiarán de un descuento en su póliza de hasta el 50 por ciento. En el segmento de motos, Mutua Madrileña cuenta con más de 70.000 asegurados y ofrece cuatro productos, creados para satisfacer todas



## Gracias al código, los servicios sanitarios pueden tener acceso al historial médico del accidentado

las necesidades de los motoristas.

**Todo Riesgo** es el seguro más completo. Además de las coberturas de daños, robo e incendio, incluye también daños en el casco.

**Terceros Plus**, por su parte, es un seguro a terceros mejorado que incluye coberturas por incendio y robo, además de asistencia en viaje, gestión de multas, defensa jurídica y reclamación de daños.

**Terceros** es, también, un producto muy competitivo y con las coberturas básicas.

**Terceros Mini**, por último, contempla las coberturas indispensables para los motoristas a un precio reducido.



# ANDRÉS ROMERO

Director general  
de Santalucía Seguros

V. M. Z.

A punto de cumplir un año como director general de Santalucía, charlamos con Andrés Romero sobre el futuro del sector y de la compañía aseguradora.

## ¿Cómo ha quedado el sector después de la crisis económica?

El sector asegurador, gracias a estar tradicionalmente bien gestionado, ha afrontado la crisis con solvencia y solidez. Prueba de ello es que tiene más o menos el mismo volumen de primas que en 2007, a pesar de la desaceleración de los tres últimos años. Es un sector fuerte, con una solvencia que ha superado con creces los test de estrés del supervisor europeo y que goza de una experiencia importante en la gestión de los patrimonios y riesgos de los asegurados, generando beneficios y rentabilidad a las compañías, gestión que se verá reforzada con *Solvencia II*.

## ¿Cómo se acerca Santalucía al cliente? ¿Puede hacer un balance de su programa 'Santalucía contigo'?

Santalucía es una empresa con gran capilaridad, con casi 400 agencias repartidas por toda España, que le permiten mantener una estrecha relación con los clientes, además de conocer las dificultades que ha vivido la sociedad española. Es por esto que nuestro trabajo se basa en situar al cliente en el



SANTALUCÍA

“El seguro ha  
superado la crisis  
**con solvencia  
y solidez**”

“Nuestro trabajo es  
situar al cliente en el  
**centro de la  
estrategia**”

centro de la estrategia para ofrecerle una experiencia única en su relación con nosotros. Y en ese afán de estar cerca, seguimos apostando por la multicanalidad, haciendo que se ponga en contacto a través del medio que elija y cuando él quiera: redes sociales, aplicaciones móviles, web o a través de nuestro *call center* y nuestras agencias. A finales de 2014 pusimos en marcha una nueva ficha de cliente con mayor información con la que nuestra red comercial puede dar un mejor servicio y de mayor calidad. Esto es lo que hace que el valor de la cercanía y la proximidad al cliente forme parte de nuestro ADN desde hace ya 93 años. Con ese deseo de estar cerca hemos desarrollado el programa *Santalucía contigo*, en el que apoyamos al pequeño comercio, el más afectado por la crisis, y contribuimos a que nuestros casi 7

**“El valor de la cercanía y la proximidad al cliente forman parte de nuestro ADN desde hace 93 años”**

millones de clientes puedan ahorrar en sus compras diarias. Esta propuesta está cristalizando poco a poco en toda España y ya ha superado los 30.000 comercios adheridos.

### Llevan tiempo planeando diversificar su negocio tanto en España como en el extranjero, ¿de qué manera?

Si algo estamos haciendo bien las empresas españolas en esta crisis es saber mirar hacia afuera. Nuestro plan estratégico 2014-2016 no solo fija las prioridades en el cliente, también en la internacionalización de la compañía, pues hay muchas posibilidades de exportar nuestro modelo de negocio. Estamos en Argentina, pero también exploramos posibilidades en países como Perú, Colombia y México. En España estamos potenciando el ramo de Vida, elegido producto *estrella* en el plan estratégico. Actualmente supone el 25 por ciento de nuestro negocio y aspiramos a que en 2020 represente el 50 por ciento. También habría que mencionar el lanzamiento de nuevos productos, como el *Seguro de Empresas*; y destacar nuestra diversificación de canales: potenciamos el canal agencial como base de nuestro negocio, sin dejar de apostar por el resto: el directo; el de corredores y grandes cuentas, además de reforzar el de agentes exclusivos para completar nuestra presencia en toda España, potenciar nuevos productos y acceder a nuevos clientes.

### Como comentaba, en su plan estratégico contemplan apostar por los ramos de Vida y Ahorro ¿Han desarrollado alguna acción concreta?

#### ¿Tienen previsto lanzar algún producto?

Tenemos mucho que decir en materia de previsión social. La situación socio-económica que vivimos y la evolución de la pirámide poblacional están concienciando a los ciudadanos acerca de la necesidad de complementar las pensiones públicas con instrumentos de ahorro privado que permitan un nivel de vida en la jubilación similar al que disfrutaban en la actualidad. A finales de 2014 entramos en los planes de pensiones individuales, lanzando el plan de pensiones *Santalucía Polar Equilibrado*, que se sitúa en los fondos de pensiones de renta variable mixta y que tiene como objetivo de gestión combinar las ventajas de la inversión nacional e internacional en renta variable y renta fija para obtener un equilibrio entre rentabilidad y riesgo. También lanzamos el *Maxiplan Inversión Estructurada*: un seguro estructurado cuyo activo subyacente son acciones de cuatro empresas líderes en su sector. En los próximos meses, lanzaremos otros dos planes de pensiones con perfiles de riesgo diferenciados por tipo de cliente.



M. M. P.

“Potenciaremos el ramo de Vida para que en **2020 represente el 50% del negocio**”

“Nuestra vocación es atender las necesidades de **protección de las familias**”

“Exploramos posibilidades en países como **Perú, Colombia y México**”

### ¿Qué papel juega la RSC dentro de la compañía aseguradora?

Nuestra vocación natural es atender a las necesidades de protección de las familias. Desde 1922 trabajamos para estar cerca de nuestros clientes, nuestros empleados, colaboradores y de la sociedad. Cuidar esta cercanía requiere mantenernos muy atentos a las demandas y necesidades de las personas en un mundo en vertiginosa transformación. La RSC, como estrategia de diálogo y vinculación con los grupos de interés, nos permite enfocarnos en la forma de hacer el negocio. Nos brinda las claves para mantener el pulso con ellos, saber qué esperan de nosotros y cómo poder ofrecerles los servicios y soluciones que necesitan para sentirse protegidos.

### ¿Qué proyectos desarrollan en España dentro de ese ámbito?

Desde 2013 sistematizamos la gestión de la RSC en la compañía, creando los órganos necesarios para integrarla en el negocio, con un Comité de RSC y un departamento transversal para promover los proyectos. A nivel corporativo, hemos implantado un código ético y de conducta. Con nuestros clientes llevamos a cabo una gran transformación en la política con los asegurados, con proyectos como la revisión interna de las cláusulas de contratación y criterios de exclusión para actualizarlos a la realidad actual. Con nuestros empleados tenemos iniciativas como la 2ª edición del proyecto *Tú eliges a quién ayudamos* en el que proponen y votan los proyectos sociales con los que colaboramos, y estamos desarrollando un programa de voluntariado corporativo. Este año publicaremos nuestro primer Informe Integrado, como un esfuerzo por reportar los resultados económicos junto con la política y el desempeño en la gestión responsable del negocio.

### Haciendo balance... ¿Cómo han finalizado 2014? ¿Y cómo prevén que sea este nuevo año para el grupo asegurador?

En cuanto a cifra de negocio, el año ha finalizado con un volumen de primas devengadas de 1.273 millones de euros, con un crecimiento del 1,33 por ciento y un incremento de nuestra cuota de mercado hasta el 2,29 por ciento. Esto nos sitúa como la décima aseguradora en el *ranking* de Icea. Podemos afirmar que el proyecto económico de los últimos años nos ha permitido mantener un nivel de crecimiento constante. Razón que nos impulsa a cuidar la tendencia, a ser optimistas de cara a 2015 y a cumplir nuestras aspiraciones de crecimiento, internacionalización y mejora de la eficacia en el modelo operativo, además de potenciar el ramo de Vida, adaptar nuestros productos a la realidad del mercado y reforzar la multicanalidad.



GETTY

## PARA UNA PROTECCIÓN GARANTIZADA CONTRATE DEFENSA JURÍDICA

¿A quién acudir cuando se tiene una duda o problema legal? Lo lógico es visitar a un abogado. Y si puede contar con un profesional que defienda los derechos de su familia por una cuota fija, simplificará su vida

CARMEN LANCHO

**P**roteger sus intereses y los de su familia y contar con el conocimiento legal para reclamar sus derechos puede ser muy costoso. Un seguro de defensa jurídica -o protección jurídica- le protege frente a los litigios que pueda tener en su entorno personal o profesional, dependiendo de las condiciones que contrate en su póliza. También le da asesoramiento legal.

Los ámbitos más habituales de conflicto para las familias son los relativos a la vivienda, bien sea por contratos de alquiler o por renegociación de hipotecas, con la comunidad de vecinos, protección de derechos como consumidor, la

contratación de servicios y suministros y, últimamente, están aumentando los conflictos relativos al ámbito laboral.

Principalmente, un seguro de defensa jurídica cubre los gastos que puedan surgir en este tipo de situaciones y presta servicios de asistencia jurídica, judicial y extrajudicial: abogado, procurador, tasas judiciales, gastos de peritaje, fianzas penales y costas procesales, dependiendo del tipo de problema legal. Pero no sólo eso. Este tipo de pólizas aportan tranquilidad y ahorro. Tranquilidad, ya que defienden el entorno familiar sin renunciar a sus derechos. Y ahorro en costes y tiempo al tener siempre disponible apoyo legal para resolver conflictos de la manera más efectiva, evitando en muchos casos llegar a los tribunales, con el desgaste económico y personal que supone en las familias.

Una de las coberturas más valoradas por los usuarios según indican desde Arag Seguros es la de asistencia jurídica telefónica. Los asegurados pueden llamar siempre que lo necesiten y un abogado especialista les atiende y resuelve sus dudas. "Este es un servicio muy valorado, ya que tiene un índice de satisfacción superior al 87 por ciento".

Desde DAS Internacional subrayan la conveniencia de la prevención de conflictos a través del asesoramiento legal y apoyan la resolución de conflictos a través de métodos extrajudiciales, "que son efectivos en la resolución de más del 85 por ciento de los asuntos", antes de acudir a los tribunales.


La defensa jurídica puede contratarse como una ampliación de cobertura dentro de otro seguro, por ejemplo un multirisgo de hogar, o contratarse como una póliza específica desde precios muy asequibles. DAS Internacional destaca que son seguros que se adaptan a todo tipo de personas con necesidades específicas para cada etapa de su vida.

A pesar de ello, son seguros poco conocidos en España, ya que, como señalan desde Arag Seguros, "no estamos tan concienciados en defender nuestros derechos hasta que tenemos un problema legal". Aunque, en otros países de Europa son pólizas muy comunes, esta situación aquí va cambiando poco a poco gracias a las aseguradoras y al trabajo de asesoramiento efectuado por las corredurías.



MÁS DE 70 AÑOS  
Cerca de **ti**

 **METROPOLIS**  
S E G U R O S

SIGJENOS EN  /metropolis-seguros.sa

<http://www.metropolis-sa.es>

Ponemos a su disposición toda nuestra experiencia  
y la de nuestros más de 2.000 mediadores.

**5<sup>a</sup>**

COMPañIA MÀS  
SOLVENTE DEL  
MERCADO ESPAÑOL  
Fuente: DGS FP



# HOGARES A PRUEBA DE DAÑOS POR AGUA

Los siniestros provocados por un mal mantenimiento de tuberías y desagües son los más habituales en los hogares españoles. Siga estos consejos para conservar la buena salud de las instalaciones de su vivienda

REDACCIÓN

Una de las averías más habituales que puede sufrir una vivienda son las relacionadas con la fontanería. De acuerdo con la *Memoria Social del Seguro* que publica cada año Unespa, patronal del sector, en España se presentan cada año cerca de dos millones de partes al seguro por goteras o inundaciones, con un coste global para las compañías de seguros de cerca de 677 millones de euros.

En muchos casos, las averías de fontanería las provoca un uso deficiente de la instalación o su falta de mantenimiento. Estas averías tienen un coste medio de 180 euros, según señala Reparalia, compañía especializada en la gestión integral de siniestros y reparaciones. Pero este coste puede dispararse si de la avería se generan humedades, filtraciones y otro tipo de complicaciones que hagan más costosa la reparación. Todos estos daños podrían evitarse con una revisión periódica y con algunos consejos fáciles de seguir.

## ¿Qué hay que evitar?

Reparalia aconseja, en primer lugar, evitar algunas prácticas habituales, como tirar restos de alimentos, aceite y grasas por el fregadero; arrojar desperdicios o





una gran cantidad de papel por el inodoro. Estas acciones pueden provocar que las tuberías y desagües se atasquen y terminen teniendo consecuencia en el entramado de las tuberías.

Para evitar las fugas de agua, Reparalia aconseja: cerrar las llaves del agua y comprobar si sigue saliendo de los grifos. Si es así, debe llamar al fontanero para que repare la fuga. Asegúrese siempre de saber dónde está la llave de paso para poder cerrarla en una emergencia. Si escucha una gota que cae, es recomendable averiguar de dónde procede para que pueda ser reparada la posible fuga cuanto antes. Es bueno dejar cerrados todos los grifos y observar el contador del agua. Si la rueda del contador se mueve, significa que tenemos una fuga interna en la instalación. En caso contrario, no existe peligro de filtración.

### Evite los atascos

Entre las causas más comunes de atascos de cañerías y tuberías están las deficiencias en la instalación. Estas pueden ser desde la poca pendiente en las tuberías -que debe ser como mínimo del 2 por ciento-, que la instalación tenga una menor sección de la recomendada, o que las derivaciones estén mal

## 2

### Son los millones de partes al seguro que se presentan cada año relacionados con daños por agua

hechas. También pueden atascar las tuberías de la vivienda los restos de jabón de detergentes y lavavajillas. Esto se debe a que los detergentes que se usan en lavadoras y lavavajillas producen una espuma que provoca sedimentaciones que producen el taponamiento de tuberías y el atasco. Y el deterioro por el paso del tiempo: Reparalia explica que con los años, las tuberías y las arquetas ganan adherencia en sus superficies, lo que provoca retenciones porque el agua no discurre con la misma facilidad y puede producir atrancos y filtraciones.

Para evitar atascos y obstrucciones en los hogares, la compañía recomienda: Verter la grasa en recipientes y llevarla a un punto limpio.

Verter una olla de agua hirviendo por la tubería una vez por semana, para fundir la grasa acumulada.

Verter periódicamente media taza de levadura química y media de vinagre blanco: Si las tuberías se obstruyen con frecuencia, tapar el desagüe y dejar que la mezcla se asiente durante unos minutos.

No tirar nunca papeles no degradables al inodoro: el exceso de papel puede obstruir la taza e incluso el drenaje entero.

No arrojar nunca sustancias químicas como pintura o disolventes por las tuberías, ni verter cera caliente u otras sustancias similares.

Para una mejor conservación de tus tuberías, te mostramos:  
**CÓMO DESATASCAR UN FREGADERO**



# Reparalia

**Expertos en reparaciones del hogar**



# GASTOS ELÉCTRICOS BAJO CONTROL

Calentar leche, enchufar el cargador del móvil o conservar alimentos durante más tiempo. La vida funciona gracias a la electricidad. Y siempre la misma queja, su precio. Aprenda a ahorrar con estos pequeños gestos

CARMEN LANCHO

**E**l precio de la electricidad en España es algo que preocupa a todos. Tanto es así que incluso la Defensora del Pueblo, Soledad Becerril, ha pedido un IVA reducido para este tipo de servicios, y ayudar así a que no siga creciendo la llamada pobreza energética. Y es que el IVA de la electricidad en España está por encima de la media de países de la UE.

Además, el consumo de electricidad no sólo conlleva unos costes económicos. También tiene costes para el medio ambiente. Y son costes negativos por las emisiones de CO2 que se deben controlar entre todos.

Según el Ministerio de Industria, Energía y Turismo, el 30 por ciento de la energía consumida en España se realiza en los hogares. El consumo de electricidad más habitual en los hogares viene de los electrodomésticos, la iluminación, la calefacción y la refrigeración, el agua sanitaria caliente, etc. Pero la electricidad en este país es cara. Así que, hasta que los precios no bajen, lo mejor que se puede hacer es intentar ahorrar el consumo en el hogar. Para empezar a ahorrar es importante no tener encendido ningún aparato si no se está utilizando: los radiadores por la noche, las luces al salir de una estancia, el ordenador, etc.

Los aparatos en *stand by* también consumen electricidad,



porque no están completamente apagados. El consumo en este caso es más bajo, obviamente, pero a lo largo del año, muchos pequeños consumos van sumando.

Procure ir cambiando todas las bombillas convencionales -incandescente- que pueda tener por otras de bajo consumo o LED. Y mejor si son LED. Estas son algo más caras, pero más eficientes a largo plazo. No necesitan calentarse por lo que el encendido es inmediato y no queman. Además son más seguras ya que no contienen ningún componente tóxico como el mercurio.

Cuando adquiera un electrodoméstico asegúrese de que sea eficiente. Consulte las características que ofrece el fabricante en el etiquetado energético. Elija siempre aquellos que tengan clasificación A+++, A++ y A+.

Ponga siempre la lavadora y el lavavajillas con la carga completa y en el programa adecuado al uso que le vaya a dar.

No se exceda en la temperatura ambiente de su casa. Recuerde que en verano la temperatura ambiente de confort -dependiendo también de cada persona- debe situarse entre los 23 y los 25 grados, y en invierno entre los 18 y los 22 grados, dependiendo del uso que se de a cada estancia.

Consulte periódicamente las ofertas y precios de los distintos suministradores de electricidad, compare los precios tanto de la potencia contratada o término de potencia como del consumo realizado o término de energía, contrate el término de potencia que más se adecue a su hogar. No contrate de más ni de menos. En cuanto a la tarifa contratada, infórmese bien de los precios y características que tiene cada una. Recuerde que en julio de 2014 hubo cambios en las tarifas que pueden afectar a la factura.

Revisar las instalaciones de su hogar también es una buena medida. Todo funcionará correctamente y evitará averías.

Algunas organizaciones trabajan por un consumo responsable. También de electricidad. Una de las iniciativas más importantes, a nivel mundial, es la *Hora del Planeta*, que cada año organiza WWF-Adena. Este evento se celebra el último sábado de marzo y propone un apagado eléctrico voluntario tanto en hogares como en empresas de todo tipo durante una hora. Una hora sin emisiones de CO2 ¡para ahorrar y cuidar del planeta!



# CONCEPTOS CLAROS PARA CONDUCIR SIN RIESGOS

El seguro del automóvil puede que sea el más habitual en los hogares españoles, pero esto no evita que esté plagado de términos complejos y excesivamente técnicos que hacen más complicado elegir bien la póliza que necesite

v. m. z.

**S**i algo tenemos claro es que el seguro de coche es obligatorio. En el momento de elegir la póliza que mejor se adapte a nuestras necesidades nos encontramos con una maraña de términos y modalidades que tenemos que descifrar. Más allá de las modalidades del seguro: A terceros -básico o ampliado- y Todo Riesgo -con o sin franquicia-, estos son algunos de los términos más habituales en las pólizas de autos:

**Carta verde:** a este documento también se le denomina Certificado Internacional de Seguro. Garantiza la responsabilidad civil en que pueda incurrir el usuario de un vehículo por su conducción en los países en los que está vigente el convenio. En pocas palabras, es como un pasaporte para la póliza.

**Franquicia:** cuando un seguro incorpora una franquicia, el asegurado se hace cargo de una parte del riesgo que cubre el seguro. De esta manera, la compañía supone que el asegurado extremará la precaución en la conducción, por lo que es posible reducir el coste de la prima anual.

**Peritaje:** se trata de la función que desempeñan los profesionales que se dedican a la tasación o a la determinación de las consecuencias económicas derivadas de un siniestro. El perito es el encargado de averiguar porqué se han producido los daños en un siniestro y es quien calcula el importe de las indemnizaciones a las que debe hacer frente la aseguradora en el caso de que estén cubiertas en la póliza contratada.

**Responsabilidad Civil (RC):** la práctica totalidad de los seguros tienen cobertura de responsabilidad civil. En los de coche esta cobertura es obligatoria. La RC es la obligación que tiene una persona -en este caso el conductor de un vehículo- de reparar los daños y perjuicios que cause a un tercero.

**Siniestro:** es un acontecimiento que provoca un daño, ya sea a un objeto o a una persona. En el caso de los seguros de coche, los más habituales son los accidentes de tráfico. La compañía de seguros tiene la obligación de responder en función de las garantías contratadas en la póliza y en función de la causa del mismo.

## Las coberturas que necesita tu coche por el precio que quieres tú.

En DIRECT nos esforzamos para que ni pagues de más ni te asegures de menos.

**Si no se entiende no es DIRECT.**



# MERCADO MONCLOA

Sus directores, Pedro Gómez y Charo Sánchez, nos cuentan los secretos de este proyecto lleno de pasión

V. M. Z.

El madrileño barrio de Moncloa alberga un espacio único en su especie: la combinación de un hotel con un mercado gastronómico capaz de satisfacer las necesidades de un amplio abanico de público con sus propuestas de ocio. Pedro Gómez y Charo Sánchez, promotores y directores del Mercado Moncloa, cambiaron su vida para liderar esta propuesta pionera y llena de pasión. Ellos nos cuentan su historia.

## ¿Cómo surgió el proyecto?

Siempre hemos estado vinculados al negocio inmobiliario y financiero. En 2006 comenzamos a invertir en otros sectores de la economía productiva, porque veíamos que el *boom* inmobiliario y financiero tenía un límite. Ahí es cuando nuestra empresa comienza a entrar en un sector apasionante, que es el de los mercados gastronómicos, de los que no teníamos ninguna referencia entonces. Es cuando un grupo de empresarios decide reformar el Mercado de San Miguel y decidimos invertir en él como empresa, sin saber dónde íbamos. El concepto de mercado gastronómico se definió



V. M. Z.

mucho más tarde de abrir ese mercado. Después de convertirse en una referencia nos encontramos con un edificio como este, en una ubicación tan espléndida, y queríamos hacer apartamentos. Al estallar la burbuja inmobiliaria, nos dimos cuenta de que era una buena ubicación para hacer el hotel y se nos ocurrió unir los dos servicios básicos de la economía española: turismo y gastronomía. Nos inventamos un hotel con un espacio gastronómico, una idea absolutamente nueva y apasionante que no había en otra parte del mundo. Es un concepto apasionante -el de hotel *gourmet*- que hemos tenido que desarrollar en este tiempo.

## ¿Qué es la pasión para ustedes

La pasión es creerte lo que haces y pensar mañana cómo lo puedes mejorar, si no no eres apasionado. Te tiene que gustar, si no no tiene ningún sentido.

## ¿Cómo era su vida antes de que se embarcaren en esta aventura?

Un poco más tranquila y ordenada (ríen). Nuestra empresa lleva 25 años y en ese tiempo eres capaz de ordenar muchas cosas. Con este reto se abre una línea de negocio completamente nueva y tienes que romper para que vuelva a

“Nos inventamos un hotel con un espacio gastronómico,  
**una idea absolutamente nueva y apasionante**”



surgir la creatividad. Estamos haciendo muchas cosas a la vez, no es abrir un bar... Tenemos que elaborar una propuesta y formar un equipo humano que sea capaz de defenderla.

**¿Cuáles son los principales riesgos a los que se exponen?**

**¿Cómo os se protegen de ellos?**

Aquí hay dos riesgos fundamentales: el primero es de carácter financiero, este sigue siendo un negocio inmobiliario y estás expuesto a un sistema financiero que es el que te soporta y en los últimos años ningún empresario ha podido estar tranquilo porque el sistema financiero no era estable ni predecible. Ahora nuestro riesgo es dejar de creer en lo que hacemos. La gente que nos apoya financieramente exige que haya un seguro. Luego tenemos una responsabilidad civil importante, estamos jugando con la alimentación y temas muy delicados y lo tenemos que tener siempre cubierto. También los trabajadores.

**¿Qué les inspira en su día a día?**



El hacerlo mejor. Mejorar cada día. El reto de sacar esto adelante y hacerlo cada vez mejor, seguir avanzando.

**¿Qué fue lo más difícil al dar este paso?**

Lo más difícil fue elaborar conceptualmente el modelo que íbamos a desarrollar y lo más complejo en el sector de la gastronomía es crear un equipo humano que haga las cosas como tú tienes en la cabeza. Es lo más complejo de crear un negocio en el sector servicios.

**¿Qué aconsejarían a los emprendedores que quieran poner en marcha su proyecto?**

Que abran los ojos, que miren las referencias, que se preparen y empujen. Es necesario que tengan conciencia de su propia capacidad y se preparen para lo que viene. La formación es la base, pero lo siguiente es esfuerzo, esfuerzo y esfuerzo continuado. Y es imposible que dediques mucho esfuerzo a una cosa que de verdad no te apasiona.

**¿Pasión?**  
**“Pasión es hacer que mis clientes se sientan seguros”.**  
 Javier, empleado de Helvetia Seguros.

**Sea cual sea tu pasión, estaremos siempre a tu lado.**

**helvetia**  
 Tu aseguradora suiza.

# JUBILACIÓN: LA CLAVE ESTÁ EN LA **PLANIFICACIÓN**

¿Cuándo se debe empezar a ahorrar? ¿Qué cantidad es necesaria? ¿Qué productos son los más adecuados para cada persona? El asesoramiento y la planificación financiera son claves para garantizar un nivel de vida adecuado una vez retirados

V. M. Z.

La preocupación de los españoles por poder mantener un adecuado nivel de vida una vez jubilados es cada vez mayor. De acuerdo con los datos reflejados en algunos estudios del sector, el 57 por ciento de los españoles lo están, una cifra tres puntos por encima de sus anteriores ediciones. A pesar de ello, las dificultades para mantener un ahorro estable y a largo plazo son numerosas, entre otras razones, por el desempleo, la precariedad laboral y la inestabilidad de los salarios.

Todos estos factores hacen que se retrase el comienzo del ahorro sistemático, que es el encaminado a complementar la pensión pública para así poder mantener el nivel de vida previo al cese de la actividad laboral. Muchos españoles se preguntan cuál es la edad adecuada para comenzar a ahorrar.

## El asesoramiento es clave

Si en algo coinciden los expertos del sector asegurador es en que cada persona y familia es un mundo, con sus necesidades y características propias, que necesitan soluciones capaces de cubrir sus expectativas. Por eso, el asesoramiento profesional se hace imprescindible a la hora de elaborar una planificación financiera.

En ella se analiza su situación actual, con su capacidad de ahorro y se realiza una estimación de la pensión pública que recibirá para así calcular la cantidad que necesita ahorrar para no perder calidad de vida una vez jubilado.

La planificación financiera, además, para ser completa y un fiel reflejo del momento que vive de cada ahorrador, debe repetirse cada cierto tiempo, puesto que la situación laboral y personal de cada ciudadano varía a lo largo de los años. No tienen las mismas necesidades de ahorro una persona de 35 años que una con 55 años, ni de protección las personas sin hijos que aquellas que ya han formado su propia familia.

En este sentido, aunque lo bueno sería empezar a ahorrar en cuanto se



## El asesoramiento es clave para una adecuada planificación de la jubilación

accede a la vida laboral -así se cogería el hábito de dedicar una pequeña parte del salario a cubrir las necesidades financieras del futuro- los expertos del sector asegurador señalan que, si no se ha empezado a ahorrar antes, los 35 años es la edad adecuada para comenzar a hacerlo, ya que en el ahorro a largo plazo prima más el tiempo que se dedique al ahorro que la cantidad ahorrada cada mes.

Un adecuado asesoramiento permitirá, además, elegir el producto que mejor se adapte a las necesidades de cada ahorrador. Cuando pensamos en



ahorrar para la jubilación, la primera herramienta que viene a nuestra cabeza es el plan de pensiones. Pero este producto no es siempre el más adecuado para todos los perfiles de ahorradores.

La reforma fiscal aprobada por el Gobierno de Mariano Rajoy, además, ha introducido importantes cambios en las características de estos productos, que ahora pueden rescataarse a partir del décimo año de vida, y no sólo una vez cumplida la edad legal de jubilación o en caso de extrema necesidad, como ocurría antes. Además, se han limitado sus ventajas fiscales. La fiscalidad es importante, pero no debe ser la base de la decisión de ahorrar a largo plazo, ya que ésta puede variar en los años que faltan hasta que se accede a la jubilación.

### Protegidos frente a imprevistos

Una adecuada planificación financiera, además, debe cubrir las necesidades de ahorro también a corto y medio plazo.

En este sentido, de nada sirve dedicar una parte importante de la capacidad de ahorro mensual a la jubilación si no se mantiene la suficiente liquidez para hacer frente a los imprevistos que puedan surgir en el día a día.

Por eso es necesario contar con el asesoramiento de un profesional cualificado. A grandes rasgos, una adecuada planificación financiera es aquella que combina ambos factores: el ahorro a largo plazo con el mantenimiento de una adecuada capacidad financiera en el presente.

Muchos expertos recomiendan que un tercio de la capacidad de ahorro mensual se dedique a complementar la pensión o a crear un colchón para el largo plazo y dos tercios se destinen a cubrir imprevistos -si los hubiera-.

Otra forma de contar con un respaldo en caso de sufrir un imprevisto grave que trastoque los planes de ahorro es contar con un seguro de vida o accidentes. A la hora de establecer un ahorro a largo plazo es necesario contar con la posibilidad de sufrir un accidente o una enfermedad que nos obligue a interrumpir nuestra actividad laboral. En estos casos, la capacidad de ahorro disminuye de forma notable y puede que en muchos casos hasta sea preciso tomar parte de esos ahorros. Incluir este extremo en la planificación financiera es necesario para evitar futuros disgustos.

### ¿Cómo ahorran los españoles?

De acuerdo con la última edición de la Encuesta Financiera de las Familias (EFF) elaborada por el Banco de España, el ahorro medio de los españoles en planes de pensiones es de 8.200 euros. Esta es una cifra insuficiente si se compara con el nivel de ahorro de nuestros vecinos europeos, pero la tasa



ISTOCK

## El ahorro medio de los hogares españoles en planes de pensiones es de 8.200 euros

de ahorro de las familias españolas ha crecido casi un punto desde la última edición de la encuesta, realizada en 2008, del 25,6 por ciento de entonces, al 26,5 por ciento actual.

De acuerdo con los datos, el 26,5 por ciento de los hogares españoles tiene un plan de pensiones o un seguro de Vida de Inversión o Mixto. Por franjas de edad, los hogares más previsores son aquellos cuyos cabezas de familia tienen entre 55 y 64 años. Además, los trabajadores por cuenta propia son más previsores, cuentan con más productos de ahorro a largo plazo que los asalariados, según los datos del supervisor del sistema financiero español. Esto se explica por la cercanía a la jubilación y porque los trabajadores autónomos tienen, de media, pensiones de jubilación más bajas.

Según se desprende de la encuesta, a pesar de que cada vez más hogares ahorran para la jubilación, la cantidad media depositada en estos productos ha caído un 1,7 por ciento, como consecuencia de la crisis y de la inestabilidad laboral. Con todo, la EFF muestra un dato esperanzador: aumenta la tasa de hogares formados por personas menores de 35 años con planes de pensiones o planes de ahorro y también lo hace su inversión media.

SECCIÓN PATROCINADA POR



# LOS COCHES ELÉCTRICOS SE IMPONEN EN LA CARRETERA

El desarrollo de los vehículos eléctricos ha vivido un fuerte impulso en los últimos años, con la irrupción en el mercado de modelos de alta gama como los Tesla o BMW. Estos coches, además de ser más limpios, podrían ayudar a abaratar el coste anual del seguro

ANTONIO FAJARDO

Estos últimos meses ha sido noticia la alta contaminación por dióxido de nitrógeno (NO<sub>2</sub>) en el área urbana de Madrid, ya que en varias ocasiones se han superado los límites máximos permitidos por la normativa. Este gas procede principalmente de los escapes de los vehículos que circulan por la capital, en su mayoría se genera por los que usan motores diésel. El Ayuntamiento de Madrid ya tenía un protocolo de actuación para estos casos de alta contaminación, pero ahora lo ha revisado e incluye medidas tales como restricciones del tráfico por matrículas pares e impares, el cierre de zonas al tráfico, o la reducción de la velocidad, entre otras.

Estas medidas son temporales -hasta que desciendan los niveles o por un número de horas o días-, pero vamos a hablar de otra opción de futuro que cada día tiene más fuerza y una serie de ventajas añadidas al de poder reducir la contaminación de NO<sub>2</sub> o de otros productos contaminantes de la combustión de carburantes; hablamos de los vehículos eléctricos.

Estos vehículos utilizan la carga de las baterías como *combustible* y sus motores son eléctricos. Su eficiencia media es de alrededor del 90 por ciento -sólo el 10 por ciento de la energía de las baterías se pierde por el camino hasta el motor-, frente al 40 por ciento al que llegan los motores diésel. No emiten ningún gas, no vibran y el ruido que generan es apenas perceptible. De hecho, son tan silenciosos que algunos vehículos generan ruido artificial por debajo de los 30km/h para reducir el riesgo de atropello.

## Ventajas para el medio ambiente y el bolsillo

Los motores eléctricos que se utilizan tienen una serie de ventajas frente a los de combustión. Por ejemplo, el par es prácticamente constante e instantáneo durante todas las revoluciones del motor -el coche responderá prácticamente igual de rápido y contundente en cualquier circunstancia-, lo que le hace ganar en comodidad. También su menor complejidad ayuda al bolsillo. Al ser motores menos complejos requieren menos piezas -menos fuente de roturas-, menos mantenimiento -no usan aceite- y menos revisiones que su homólogo de combustión. Su menor tamaño también permite aprovechar más espacio para aplicarlo en los aspectos que considere el fabricante, como podría ser un mayor espacio y confort interior, mayor espacio de carga, mejor deformación



frente a impactos -mayor seguridad-, etc. Otro aspecto del que se beneficiarán en el futuro es de un menor coste del seguro. Actualmente el precio es prácticamente igual al de un vehículo tradicional. Esto se debe en gran medida al valor inicial del vehículo y al precio de las baterías. En algunos casos y dependiendo del fabricante, las baterías se incluyen o no en el seguro del vehículo, o tienen unas condiciones aparte entre el fabricante y el cliente. Aun así, al ser coches con menos propensión al fallo, con piezas más simples y más baratas, los seguros acabarán costando menos.

### Una desventaja: su autonomía

Pero no todo es tan bueno como parece. Hoy en día la autonomía media de los coches eléctricos alcanza los 160 km con una carga -unas 8h a 220V-. Esta distancia para el día a día es más que suficiente, pero echa para atrás a mucha gente frente a los hasta 1.000 km de autonomía de una berlina diésel familiar típica. A esto hay que sumar que para recargar las baterías se necesita bastante tiempo, mientras que para rellenar el depósito bastan unos minutos. Esta baja autonomía sumada al tiempo de recarga genera un fenómeno llamado *ansiedad de autonomía*, la sensación de no tener suficiente carga -lo mismo que pasa con la batería del móvil-. Existen distintas opciones que solucionan este inconveniente, aunque ninguna ha llegado a despegar del todo.

### Opciones de carga

Una de ellas es el cambio completo de la batería. Al llegar a la estación de recarga paramos en un punto concreto. Del suelo aparece un mecanismo que desacopla la batería, se la lleva e instala una cargada al cien por cien. Esta solución se ha probado durante años por la ya extinta empresa Better Place en Dinamarca, Israel o Japón, pero es una solución que aún no se atreven a implementar los fabricantes. Otra opción son las estaciones de recarga ultra rápida. Lo habitual es encontrar puntos de recarga de 330V y 400V, pero la empresa Tesla creó el *Supercharger*, un sistema de recarga para su actual Tesla *Model S* -que tiene de autonomía hasta 480 km- y sus futuros modelos y que es capaz de llegar al 80 por ciento de la carga en 30 minutos. Además, liberalizó sus patentes hace unos meses, con lo que cualquier empresa automovilística puede diseñar sus vehículos para ser compatibles con los *Supercharger* y utilizar su tecnología sin coste.

Otra de las pegadas es el alto desembolso inicial que suelen tener, con precios de compra que suelen rondar desde los 25.000 euros en adelante.



## Los vehículos eléctricos son más limpios y baratos de mantener que los tradicionales

Pero a cambio existen ayudas directas a la compra de vehículos eléctricos, beneficios como que no pagan impuesto de matriculación, descuentos en el de circulación en algunas ciudades, o en algunos casos, aparcamiento gratuito en varias de las zonas de residentes aun sin serlo. Estos precios irán bajando a medida que se asienten más las ventas a particulares y vayan mejorando las tecnologías asociadas a las baterías -con mayor autonomía y menores tiempos de carga-, algo que llevará unos años.

En general, los vehículos eléctricos presentan una serie de desventajas frente a los tradicionales meramente por cuestión de antigüedad y tiempo de desarrollo, pero esto es algo que cambiará con el tiempo, ya que el auge de estos vehículos es cada vez mayor, así como su oferta. Desde bicicletas, pequeños cuadríciclos, turismos, berlinas familiares o incluso superdeportivos como el i8 de BMW o los propios modelos de Tesla se pasan a motores eléctricos, y cada vez más y más fabricantes ofrecen modelos en los segmentos más importantes.

Aun así los vehículos eléctricos -y los de pila de combustible, aunque no los hayamos mencionado en el artículo- son el futuro. Nos permitirán una circulación más respetuosa con el medio ambiente, una mayor calidad de vida en las ciudades, un mayor ahorro y una nueva era en el mundo del automóvil.



ISTOCK

# SEGUROS DE VIDA DISEÑADOS PARA PROTEGER A LA MUJER

La incorporación de la mujer en la actividad laboral y económica ha propiciado la aparición de productos dirigidos a proteger y garantizar no sólo su futuro, sino también el de su familia en caso de fallecimiento, invalidez, accidente o enfermedad grave

R. H.

**E**n España, la participación femenina en el mundo laboral es un hecho contrastable. Según datos de la Encuesta de Población Activa del último trimestre de 2014, su tasa de actividad se ha incrementado en los últimos años, hasta alcanzar el 53,9 por ciento, reduciéndose progresivamente la diferencia con la tasa de actividad de los hombres. Hoy en día, las mujeres desempeñan los mismos roles que los hombres y, en muchos casos, actúan como cabezas de familia, llevando ellas solas la responsabilidad de los hijos. En nuestro país, hay más de 23 millones de mujeres, de las que casi un millón y medio son madres solas por diversas causas como divorcio, viudez o soltería, según datos de la Encuesta Continua de Hogares

realizada por el Instituto Nacional de Estadística (INE) referente a 2013. Para todas ellas, la salud y estabilidad económica del núcleo familiar son aspectos fundamentales; por ello, la contratación de seguros de vida se ha convertido en la mejor solución contra los riesgos a los que habitualmente están más expuestas. Las coberturas de estas pólizas contemplan desde la aparición de ciertos tipos de cáncer u otra enfermedad grave, hasta el fallecimiento por cualquier causa o accidente y la invalidez absoluta o permanente.

## ¿Qué ofrecen las compañías?

Según datos de la Asociación Española contra el Cáncer (Aecc), en España se diagnostican alrededor de 22.000 nuevos casos de cáncer de mama al año, un hecho que genera gran preocupación entre las mujeres. Para ayudar a paliar esta enfermedad, ING ofrece su seguro de protección *ForYouWoman*, una póliza que cuenta con una cobertura especial para el cáncer de mama y una prestación adicional que intenta proteger al paciente, ayudándole a prevenir la enfermedad y a llevar una vida más saludable.

A través de la cobertura de *ForYouWoman*, la asegurada recibe una ayuda de 30.000 euros en el momento en el que se le diagnostica la enfermedad, además de poder beneficiarse de otras prestaciones como el acceso a un servicio doméstico o ayuda en el cuidado de los niños.

El resto de productos existentes en el mercado, en su mayoría, también cuentan entre sus coberturas con un servicio de protección en caso de diagnóstico de cáncer ginecológico u otro tipo de proceso tumoral.

Entre estas pólizas destacan el *Seguro de Protección Familiar en Femenino* del Banco Santander; *Helvetia Mujer* de Helvetia Seguros; *Vida Mujer* de Seguros Lagun Aro; el *Seguro de vida para mujeres* de Zurich; el *seguro de Accidentes de la Mujer de Ocaso*, o el *Plan Vida Mujer* de Santalucía, que cubre el fallecimiento de las amas de casa, ya sea por causa natural o accidente, además de incluir un anticipo de capital en caso de patología terminal y otras coberturas como protección jurídica y segunda opinión médica.



# LOS SEGUROS DE SALUD TAMBIÉN APUESTAN POR LA NUTRICIÓN

Como cada año por estas fechas, vuelve la 'operación bikini', y con ella las dietas milagro y los sacrificios para perder los kilos de más en pocos meses, poniendo, en muchos casos, en riesgo la salud. Las aseguradoras comienzan a ofrecer servicios de nutrición en sus pólizas de salud

R. H.

Cuando se acerca el buen tiempo son muchos los que se ven tentados a seguir dietas estrictas con el objetivo de perder los kilos de más que se han ganado a lo largo del año. Eliminación de comidas, ayuno, regímenes proteicos... son algunas de las técnicas más utilizadas para adelgazar. Sin embargo, esta forma rápida, y a veces inconsciente, de bajar mucho peso en poco tiempo, puede tener consecuencias nefastas en nuestra salud. El verdadero truco, como siempre, es mantener durante todo el año una dieta equilibrada y saludable, además de practicar regularmente ejercicio físico.

Seguir unas correctas pautas alimentarias a lo largo de nuestra vida evita que aparezcan enfermedades muy peligrosas, como la obesidad, considerada como la epidemia del siglo XXI. Sólo en España, la obesidad ha aumentado del 7,4 por ciento al 17 por ciento en los últimos 25 años, según datos del Instituto Médico de la Obesidad, ya que de cada 100 adultos, 17 la padecen y 37 sufren sobrepeso.

## Servicios de salud relacionados con la nutrición

Conscientes de que una nutrición equilibrada es esencial y necesaria para una buena salud, muchas compañías aseguradoras ofrecen como valor añadido a sus pólizas de salud coberturas nutricionales para sus asegurados. Este es el caso de Asisa, compañía de seguros médicos que mantiene un férreo compromiso con la protección de la salud y la promoción de hábitos de vida saludables. En este sentido, fuentes de Asisa explican a *elEconomista Seguros* que "cuidar la nutrición y mantener una alimentación adecuada se convierte a la larga en una decisión beneficiosa tanto para el asegurado como para Asisa. El asegurado, por una parte, evita futuros problemas de salud y

adquiere unos hábitos de vida saludables, esenciales para prevenir un gran número de enfermedades y mantener la mejor calidad de vida".

Es por ello que todas las pólizas de salud que ofrece la compañía permiten al asegurado acceder a una gran cantidad de profesionales relacionados directamente con la nutrición que ofrecen servicios tanto de consulta, diagnóstico y tratamiento de patologías existentes asociadas a la alimentación; como de prevención de posibles trastornos alimentarios a través de consejos y pautas de actuación para obtener unos hábitos de vida saludables.

Estas prestaciones son accesibles a todos los asegurados que tengan contratado cualquier producto de salud, independientemente de sus circunstancias personales -edad, sexo...- y de la situación médica en la que se encuentren.

Además, según fuentes de la compañía, "junto a las coberturas nutricionales específicas en las pólizas de salud, Asisa mantiene una estrecha colaboración con la Real Academia de Gastronomía (RAG) para promover la gastronomía y la alimentación saludable. Para ello, ha impulsado junto a esta Academia la creación de los Premios Nacionales de Gastronomía Saludable y la edición de una serie de publicaciones centradas en el desarrollo de propuestas gastronómicas saludables destinadas a personas que han sufrido alguna patología relacionada con la alimentación -enfermedades cardiovasculares, diabetes, etc.- y en las que participan doctores, expertos en nutrición y algunos de los mejores cocineros españoles".

Con estas coberturas y servicios, Asisa defiende y promueve la importancia de la nutrición como factor clave para llevar una vida plena y saludable y controlar el peso de forma natural y sin riesgos.







ISTOCK

## EL BALONMANO DA CANCHA A LAS ASEGURADORAS

Numerosas compañías, como Helvetia Seguros, apuestan por este deporte que en los últimos años ha cosechado numerosos éxitos deportivos tanto a nivel de clubes como de Selección Nacional

DIEGO FERNÁNDEZ TORREALBA

**D**ada la gran afición al deporte en nuestro país, el patrocinio de clubes es una práctica habitual por parte de las aseguradoras, que llegan a acuerdos con las entidades deportivas que resultan beneficiosos para ambas partes: unos consiguen incrementar su presupuesto, algo necesario y más en tiempos como los actuales, y otros logran la visibilidad y promoción de su compañía de manera sencilla y efectiva.

Dentro del mundo del deporte, el balonmano ha sido un espacio muy utilizado por las compañías de seguros. Estas han apostado por numerosos clubes



profesionales para promocionarse y la liga Asobal ha sido y es el escenario perfecto para su publicidad. Sin gozar de la repercusión del fútbol o el baloncesto, el balonmano cuenta con una importante afición y cosecha numerosos éxitos deportivos, tanto a nivel de clubes como en lo que respecta a nuestra selección nacional, poseedora de numerosos títulos europeos y mundiales. A todo el mundo le sonará el Helvetia Anaitasuna, uno de los clubes más destacados y en la zona alta de la tabla en la máxima categoría del balonmano español. Pues bien, una aseguradora, Helvetia Seguros, está detrás del proyecto y da nombre al equipo. También está detrás de los *hispanos* y las *guerreras*, las selecciones absolutas de balonmano que han cosechado tantos éxitos en los últimos tiempos, finalizando la masculina en la cuarta posición en el pasado Campeonato del Mundo.

Otro de los conjuntos de la División de Honor que cuentan con el patrocinio de una empresa de este sector es el Zamora, patrocinado por MMT Seguros. Estos dos clubes son los que tienen a una aseguradora como patrocinador principal, pero muchas más entidades balonmanísticas cuentan entre sus *sponsors* con empresas de este ámbito.

## Toda una vida

Pero si hay una compañía de seguros que se asocia indisolublemente al nombre del balonmano es Helvetia Seguros. Y no sólo en el presente, sino desde hace casi dos décadas, como nos cuenta el director de marketing y responsabilidad corporativa de la compañía, Javier García: “En el origen Helvetia era -y es- la aseguradora de la Real Federación Española de Balonmano desde hace casi 20 años. De ahí surgió primero el patrocinio de las selecciones nacionales, hace cerca de una década, y después el patrocinio de los demás equipos: Helvetia Anaitasuna y Helvetia Balonmano Alcobendas”. En la marca están contentos por los convenios sellados: “En su momento surgió un acuerdo de aseguramiento de la RFEBM (Real Federación Española de Balonmano). Fue una cuestión de negocio, no de *sponsorización* o patrocinio. Hace nueve o diez años se creó la dirección de marketing y dinamizamos y activamos un acuerdo de negocio que no nos reportaba nada en marca. Firmamos el primer acuerdo de patrocinio con ellos y después Anaitasuna vino a buscarnos. Ahora, tras 28 años de ausencia en Primera División, ya es su cuarta temporada en Asobal, por lo que estamos contentísimos; el Balonmano Alcobendas, de División de Honor Femenina, vino a buscarnos también. Nunca habían tenido un sponsor principal ni incluido en el



ISTOCK

nombre del equipo y también estamos muy satisfechos con ese patrocinio”. Es cierto que es complicado calcular los beneficios que reporta a la firma su intensa presencia en el mundo del balonmano: “Es difícil medir ese retorno en cuanto a negocio, pero sí que es más fácil en cuanto a marca. En cuanto a negocio también tenemos acuerdos de distribución tanto con la RFEBM como con el Anaitasuna y el Alcobendas y un retorno de éste en todos nuestros patrocinios. El retorno de marca sigue siendo importante, sobre todo dentro de la época de oro del balonmano español, ya que se han conseguido títulos muy importantes, especialmente el Mundial de España. Ahí notamos un retorno muy positivo, muy potente hacia la marca”. Y es que los buenos resultados en la cancha repercuten muy positivamente: “Las selecciones españolas, tanto la de chicos como la de chicas, son muy seguidas. La afición crece también con los éxitos deportivos. Hemos tenido la suerte de empezar en una época en la que los éxitos se han ido sucediendo prácticamente cada año, y eso ha favorecido mucho ese tirón mediático”. ¿Y por qué se decidió Helvetia Seguros por este deporte? García lo explica: “Estamos muy satisfechos de apostar por el balonmano. Los costes no son tan elevados como en otras modalidades y es uno de los deportes con más federados, con una práctica en ciudades medias y pequeñas, en las que no fagocita tanto el fútbol. El balonmano está muy capilarizado, y eso viene bien con una red comercial como la nuestra, con más de cincuenta sucursales en toda España. Así podemos llegar a públicos que de otra manera nos sería muy difícil alcanzar. En cuanto a los costes, la crisis ha sido indirectamente beneficiosa, ya que tanto a Helvetia Seguros como a otras compañías les ha permitido afrontar patrocinios que a lo mejor hace diez años no hubieran sido posibles con los presupuestos actuales. Ahora son más realistas, sensatos y ponderados”. Helvetia Seguros también ha investigado con otras fórmulas de patrocinio: “Estrenamos la sponsorización de comentaristas televisivos en eventos de la Federación. Es una línea de trabajo interesante que creo que le ha dado más prestigio al comentarista de balonmano, que quizás no estaba en un primer plano, y que nos ha ayudado mucho”.

Las aseguradoras “cada vez están más interesadas en el patrocinio deportivo. Nosotros lo vamos consiguiendo poco a poco, ganando cada año un poco más de campo. Invertimos la mayor parte de nuestro presupuesto en balonmano ya que sus valores no están tan contaminados por intereses como en otras modalidades. También en el rugby. Nuestro objetivo no es sponsorizar a grandes estrellas de primerísima línea en deportes de presupuestos estratosféricos. Creemos que la gente asocia la reputación de una empresa a una línea de trabajo, y se dan cuenta de que apoyamos más a los que menos pueden”.

1<sup>o</sup>

## Mapfre

El grupo asegurador que preside Antonio Huertas es la aseguradora que los españoles perciben como más feliz para trabajar. La seleccionó el 35,89 por ciento de los encuestados por Adecco en la *Encuesta Adecco sobre mejores jefes y empresas más felices para trabajar*.

## Sanitas

El 19,68 por ciento de los trabajadores españoles consideran que Sanitas es la compañía de seguros más feliz y, por tanto, la segunda mejor compañía del sector asegurador para trabajar en ella. La encuesta de Adecco se realizó a 2.500 españoles de entre 18 y 65 años.

2<sup>o</sup>

## Las cinco aseguradoras más felices para los trabajadores

ISTOCK

Siempre se ha dicho que la felicidad se alcanza cuando una persona consigue una meta o un objetivo deseado. Esto también se extrapola al mundo laboral. El puesto de trabajo es, posiblemente, el lugar en el que más tiempo pasamos. Y la felicidad para los empleados es fundamental. Con motivo de la celebración del Día Mundial de la Felicidad el pasado 20 de marzo, Adecco, empresa de trabajo temporal y especialista en selección de personal, ha realizado una encuesta para encontrar las empresas más felices para trabajar. Dentro del sector

asegurador, el *ranking* lo conforman Mapfre en el primer puesto, seguida de Sanitas y Mutua Madrileña. Cierran el *ranking* AXA y Segurcaixa Adeslas. La felicidad y el bienestar de los empleados es una de las áreas fundamentales de las políticas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC). En los últimos años, el sector asegurador ha impulsado sus políticas de igualdad y conciliación de la vida laboral y personal dentro de sus programas y actividades de RSC, por eso le dedicamos nuestro *ranking* de RSC del mes de abril.

3<sup>o</sup>

## Mutua Madrileña

El podio de las empresas más felices para trabajar del sector asegurador lo cierra Mutua Madrileña. La compañía aseguradora que preside Ignacio Garralda fue elegida por el 17,63 por ciento de los encuestados por Adecco en la última edición de su informe.

## AXA

La filial española del grupo asegurador francés es la compañía que el 15,28 por ciento de los españoles perciben como más feliz para trabajar dentro del mercado asegurador español. Una votación que la coloca en el cuarto puesto del *ranking*.

4<sup>o</sup>5<sup>o</sup>

## SegurCaixa Adeslas

La compañía aseguradora que comparten Mutua Madrileña y Caixabank cierra el *ranking* de las aseguradoras más felices para trabajar con el 14,06 por ciento de los votos de los encuestados para elaborar el informe de la empresa de trabajo temporal.



## ACCIÓN SOCIAL

# FUNDACIÓN PELAYO LANZA EL CONCURSO DE PROYECTOS

La Fundación dispone de 240.000 euros para impulsar proyectos de ONG y de los propios empleados de Pelayo Seguros centrados en el beneficio de la infancia

REDACCIÓN

**E**l objetivo de Fundación Pelayo es financiar proyectos sociales impulsados por diferentes asociaciones y ONG, especialmente aquellos que estén dirigidos a la infancia, tanto en materia de educación como en sanidad, para lo que dispone de un presupuesto en 2015 de



EFE

240.000 euros. Para repartirlos, la fundación ha celebrado una edición más de su concurso anual de proyectos, en el que se han podido votar diferentes iniciativas.

Fundación Pelayo también ha celebrado un concurso para destinar ayudas económicas a proyectos dirigidos a empleados de Grupo Pelayo, para que aquellos que colaboran con alguna asociación u ONG presenten sus propuestas de proyectos de acción social.

Ambos concursos han estado abiertos hasta el mes de abril, y sus bases se pueden consultar en la página web de la entidad, [www.fundacionpelayo.com](http://www.fundacionpelayo.com).

Tras la recepción de todas las propuestas, el patronato de la Fundación hará una evaluación de cada una de ellas en su próxima reunión, deliberando y comunicando la resolución del concurso.

Fundación Pelayo, que tiene entre sus fines la asistencia e inserción social, la promoción del voluntariado, la promoción de la acción social, la ayuda humanitaria nacional e internacional, así como la promoción y atención a personas en riesgo de discriminación por razones físicas, sociales o culturales, cuenta con un patronato independiente formado por trece profesionales de reconocido prestigio.



J. VALEIRO

## FUNDACIÓN MUTUA MADRILEÑA

# EL FUTURO DE LA SEGURIDAD VIAL, A DEBATE

El envejecimiento del parque móvil es uno de los grandes riesgos de la seguridad en las carreteras españolas

REDACCIÓN

**E**spaña presenta la quinta mejor tasa de mortalidad en carretera del mundo por detrás de Suecia, Dinamarca, Holanda y Reino Unido. Así lo aseguró la directora general de Tráfico, María Seguí, en la jornada *El futuro de la seguridad vial en España*, organizada por la Fundación Mutua Madrileña y Servimedia.

Seguí insistió en que “todos tenemos algo que decir y que hacer en nuestro entorno más inmediato en materia de seguridad vial”. También aseguró que “uno de los factores de riesgo es la flota de vehículos española, que

se ha quedado de lo más obsoleta que circula por Europa”. En este sentido, la directora general de Tráfico detalló que “la edad media de los vehículos de los fallecidos por accidente es de 12 años y medio”.

El único futuro de la seguridad vial en España debe ser de éxito. Por eso “seguiremos luchando para evitar que se den situaciones reales como que el 9 por ciento de los vehículos en circulación da positivo en consumo de drogas ilegales y el 3 por ciento da positivo en alcohol”.

En el acto de inauguración, María Seguí estuvo acompañada por el director general de Servimedia, José Manuel González Huesa, y el director general de la Fundación Mutua Madrileña, Lorenzo Cooklin.

La jornada se completó con la celebración de dos mesas redondas. La primera de ellas, centrada en la responsabilidad pública y privada en la mejora de la seguridad vial, contó con la participación, entre otros, del filósofo y escritor José Antonio Marina. La segunda mesa redonda abordó las nuevas vías para reducir la siniestralidad.

## CONSEJO GENERAL

# SEXTA EDICIÓN DEL 'CAMINO DE LA INTEGRACIÓN'

El Consejo General de los Colegios de Mediadores de Seguros organiza esta iniciativa junto a Santalucía, International SOS y Fundación AMA

REDACCIÓN

El próximo 10 de mayo comienza en Mondoñedo la sexta edición del *Camino de la Integración*, que tiene previsto llegar a Santiago de Compostela el 16 de mayo. Este año los peregrinos recorrerán 97 kilómetros por tierras gallegas, pasando por localidades como Abadín,



REUTERS

Vilalba, Baamonde, Arzua y O'Pedrouzo.

El Consejo General dispone de cinco plazas para mediadores colegiados o familiares de estos que vivan con alguna discapacidad para realizar el *Camino de la Integración 2015*. Las plazas incluirán a un acompañante. Los Colegios de Mediadores de Seguros propondrán los candidatos incluyendo una breve descripción del colegiado y/o familiar, con una reseña sobre las capacidades para la realización del Camino, así como de sus necesidades específicas. La selección de los candidatos atenderá al orden de recepción y a las características físicas y personales de los

candidatos, que serán valoradas por la Comisión de RSC del Consejo y la organización del Camino. La organización se hará cargo del desplazamiento desde Madrid a Mondoñedo y de Santiago de Compostela a Madrid, así como de la manutención y alojamiento. El *Camino de la Integración* nació en el año 2010 para dar la oportunidad a personas con discapacidad de recorrer varias etapas del Camino de Santiago. Los peregrinos van acompañados por voluntarios para quienes también ha supuesto una experiencia inolvidable por lo gratificante de experimentar valores como la solidaridad, el esfuerzo y el trabajo en equipo.

## EXPOSICIÓN DE FOTOGRAFÍA

# PRIMERA RETROSPECTIVA DE GARRY WINOGRAND

Fundación Mapfre reúne hasta el próximo 3 de mayo las obras más emblemáticas del fotógrafo neoyorquino que retrató la Norteamérica de los sesenta y setenta

REDACCIÓN

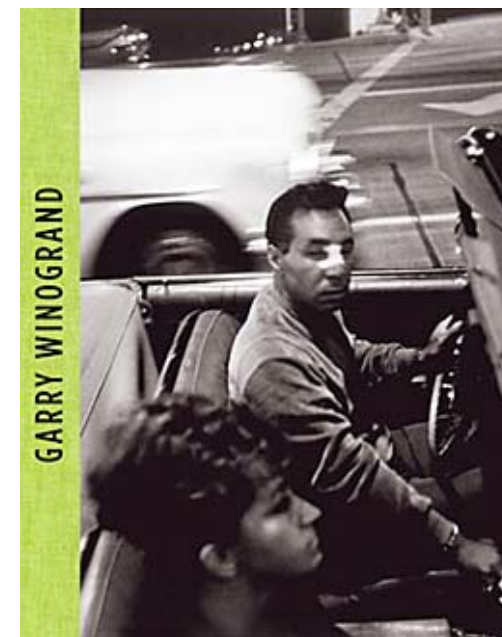
Fundación Mapfre acoge en Madrid la exposición de fotografía *Garry Winogrand*, que podrá visitarse hasta el 3 de mayo en la Calle Bárbara de Braganza, 13, en Madrid.

La exposición reúne las obras más emblemáticas de la carrera del fotógrafo neoyorquino. Cuando Winogrand falleció en 1984, quedaron cerca de 6.500 carretes sin revelar, unas 250.000 fotografías inéditas. Muchas de ellas se muestran en esta exposición.

Garry Winogrand (Nueva York 1928-1984) está considerado uno de los fotógrafos más importantes e innovadores del siglo XX y está a la altura de grandes nombres como Walker Evans o Robert Frank.

La muestra está formada por más de 200 fotografías, entre las que se encuentran obras pertenecientes a las Colecciones de Fundación Mapfre, que muestran la realidad de la bulliciosa América de la segunda mitad del Siglo XX, lo que le valió al fotógrafo el apelativo de *Cronista de América*.

El recorrido está dividido en tres grandes bloques. El primero, *Bajando desde el Bronx*,



EE

que recoge las fotografías tomadas por el artista en Nueva York, desde sus inicios en 1950 hasta 1971; el segundo, *Un estudiante de Norteamérica*, en el que se presentan fotografías realizadas fuera de esta ciudad; y *Auge y crisis*, perteneciente a la etapa en el que el tono de su trabajo cambió radicalmente.



# CÚRESE EN SALUD ESTA PRIMAVERA

¿Reembolso o copago? ¿Atención sanitaria o seguro dental? Analizamos la oferta de tres de las principales compañías de seguros especialistas en el ramo de salud -Néctar, Asisa y Adeslas- para que conozca las promociones en sus principales seguros de este mes

DIEGO FERNÁNDEZ TORREALBA

**E**ste mes nos vamos a centrar en los seguros de salud, buscamos qué ofrecen las compañías aseguradoras a sus usuarios de cara a esta primavera que acaba de comenzar. La oferta en el terreno de la medicina y la salud es muy amplia, pero nos vamos a centrar en la de tres compañías: Néctar, Asisa y Adeslas.

Comenzamos por Néctar, que destaca por sus seguros de familia, promocionando un mejor precio a mayor cantidad de asegurados. La compañía, que presume de proporcionar una cobertura muy completa y sin copagos -en la mayoría de los casos- ofrece a los usuarios *packs* como el *Nectar Family Plus*, desde 39,98 euros al mes por asegurado, o el *Nectar Family One*, desde 33,40 euros mensuales por persona.

El *Family Plus* da la posibilidad a los clientes de que todas sus consultas sean gratuitas, ofrece seguro dental completo, asesores personales y servicios de bienestar; el *Family One*, algo más económico, incluye en el precio las diez primeras visitas anuales -a partir de ahí cada una costaría únicamente tres euros, señala la compañía- y agrega también seguro dental completo y asesores personales a sus coberturas.

En cuanto a Asisa, su seguro más completo -y también, obviamente, el más caro- es el *Asisa Salud*, que aúna todas las coberturas en asistencia sanitaria y el acceso a servicios y tratamientos complementarios con un pequeño copago por acto médico. La compañía aseguradora también ofrece seguros familiares -*Asisa Salud Familiar*- y otras opciones como *Asisa Máster*, *Asisa Útil* y *Asisa Próxima*.



*Máster* está dirigido a asegurados que quieren un seguro médico por un precio más reducido. Incluye todas las coberturas en asistencia sanitaria y el acceso a servicios y tratamientos complementarios, con una prima mensual más baja pero un copago por acto médico algo superior; *Útil*, está pensado para todos aquellos que pretendan tener la asistencia sanitaria sólo cuando la necesiten; y *Próxima* para los que pretendan tener una rápida atención por vía privada. La compañía también ofrece, como un extra, la opción *Asisa Dental* y otros seguros referentes a accidentes y hospitalización.

## Más opciones

Otra posibilidad es la de apostar por Adeslas, que al igual que ASsisa separa el seguro médico general dental. El seguro *Adeslas Básico* ofrece acceso directo a las consultas de medicina primaria, especialidades y medios de diagnóstico -no incluye urgencias ni hospitalización- con los profesionales y centros médicos concertados con la empresa; Más amplias y más caras son *Adeslas Completa* y *Adeslas Vital*, que incluyen amplias coberturas en medicina privada, especialidades, diagnósticos, urgencias y hospitalización en numerosos centros de nuestro país.

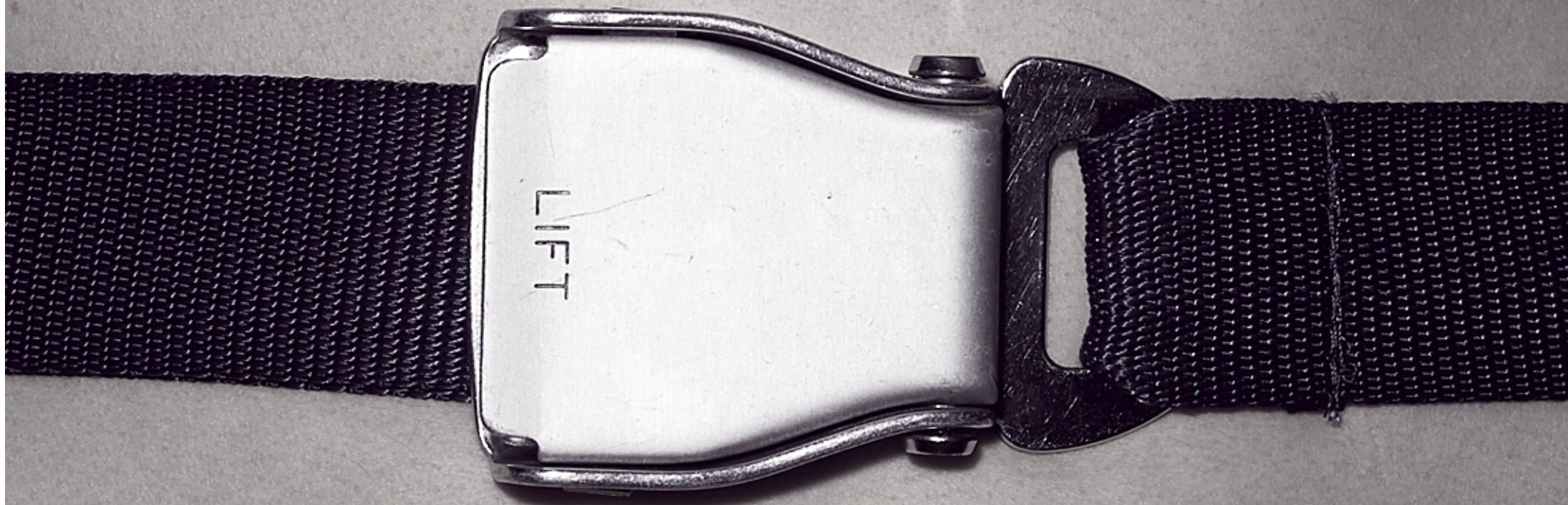
La compañía también oferta, además de los seguros dentales, los de opción de reembolso, que permiten el libre acceso a los servicios de la sanidad privada de medicina general, a cualquier especialista y centro hospitalario en cualquier lugar del mundo con reembolso de los gastos.



# VIAJAR EN AVIÓN ES SEGURO Y CADA VEZ MÁS ASEGURADO

El avión es el medio de transporte más seguro, sin embargo, cuando ocurre algún accidente, y recientemente tenemos algunos ejemplos, hay varios seguros que entran en juego. Los analizamos

VIRGINIA M. ZAMARREÑO



Los aeropuertos españoles de la red de Aena registraron 195,9 millones de pasajeros en 2014, viajeros de una gran cantidad de vuelos en los que apenas hay percances o accidentes, por lo que si extrapolamos estos datos a nivel mundial, y se consideran los escasos accidentes con víctimas que se producen cada año -16 en 2014, según los datos del

*Aviation Insurance Review* de Marsh- todo ello convierte a este medio de transporte en uno de los más seguros con gran diferencia sobre el siguiente. Ya sea por ocio o por motivos de trabajo, cuando viajamos es necesario tener todos los riesgos cubiertos. Para eso, los seguros de viaje cuentan con coberturas y garantías que se adaptan a las necesidades de todos los viajeros.

Los riesgos más comunes a la hora de coger un avión son los relacionados con las pérdidas de los vuelos, las cancelaciones o los percances relacionados con el equipaje. De acuerdo con un estudio de InterMundial Seguros, en el verano de 2013 cancelaron sus viajes cerca de 800.000 personas, con un coste económico de 240 millones de euros. Según los datos de la correduría especializada en



seguros de viaje, sólo el 19 por ciento contaba con un seguro de cancelación de viaje.

Estas pólizas son de las más demandadas, según explican fuentes de Europ Assistance, compañía especializada en seguros de viaje, “ya que las tarifas aéreas incluyen en muchas ocasiones gastos de cancelación en caso de anular el viaje, por lo que estar prevenido es fundamental”. En el caso de las coberturas de equipaje, también muy solicitadas, “más que el medio de transporte, prima el destino para elegir las coberturas”, explican desde la aseguradora.

Algo que muchos viajeros desconocen es que las tarjetas de crédito que emiten las entidades financieras también cuentan con seguros de viaje vinculados. Son seguros que siempre llevamos encima, pero que son los más desconocidos por los usuarios -la gran mayoría desconoce qué coberturas tienen y cómo reclamar sus garantías-. Fuentes de Visa, uno de los mayores emisores de plásticos del mercado mundial, especifica que “los seguros vinculados a las tarjetas dependen de las entidades emisoras y del tipo de producto”.

En este sentido, aunque no se puede generalizar, según un estudio publicado por Adicae, la Asociación de Usuarios de Bancos y Seguros, las coberturas más habituales incorporadas en las tarjetas cubren el viaje en sí, con bonificaciones y reembolsos por demoras o cancelaciones de vuelos y un seguro de daño o pérdida de equipaje, cuya cobertura más habitual es la pérdida parcial o total del equipaje. Además, estas pólizas cubren accidentes, el fallecimiento del titular y los daños derivados del robo o la pérdida de la tarjeta. En muchas ocasiones sus titulares no son conscientes de que cuentan con estas coberturas porque las primas de los seguros están incluidas en las comisiones de mantenimiento que cobran cada año a entidades financieras.

### Protegidos si algo falla

Aunque el avión es uno de los medios de transporte más seguros, cuando en un vuelo algo falla, el impacto de un accidente tiene una gran repercusión mediática y social, por la crudeza de sus consecuencias. Para tratar de paliar los daños



materiales y personales que se producen en un accidente de aviación, los viajeros cuentan con la protección de un amplio abanico de seguros, algunos de ellos de carácter obligatorio, y otros personales, para proteger sus bienes y a su propia persona.

### Los que son obligatorios

Entre los seguros obligatorios está el de Responsabilidad Civil (RC) que debe tener contratado la aerolínea encargada de operar el vuelo. Según explican a esta revista fuentes del sector, la póliza de RC cubre los daños que puedan sufrir los pasajeros durante el vuelo, independientemente de quién sea el responsable del accidente. En el caso del *Airbus A320* de la aerolínea de bajo coste Germanwings, propiedad de Lufthansa, que se estrelló el pasado 24 de marzo en los Alpes franceses, la compañía que lidera el seguro de RC, Allianz Global Corporate & Special (AGCS), filial del grupo asegurador alemán Allianz, será la encargada de pagar la indemnización a las familias de las víctimas. Fuentes de Marsh, uno de los mayores *brokers* de seguros mundiales, explican que “la Responsabilidad Civil es objetiva, da igual la causa que provoque el accidente, si hay daño, el seguro paga”.

Además del seguro de RC, las aerolíneas cuentan con pólizas para cubrir el propio aparato, que se denominan pólizas casco. Estas pólizas suelen incluir una cláusula, la de *casco guerra*, que cubre los daños al aparato provocados en caso de sabotaje, acto de terrorismo o guerra. Esta misma división se presenta en los seguros de RC, que cubren, por un lado, las causas accidentales, y por otro, las derivadas de actos de sabotaje o terrorismo, explican fuentes de Marsh.

### Seguros personales

Además de las coberturas contratadas por las propias aerolíneas, en caso de accidente aéreo entran en juego todos los seguros que cada uno de los pasajeros tenga contratados de forma personal. En este punto, es necesario contar con información detallada de todas las pólizas en vigor y tener al día sus coberturas, para poder reclamarlas en caso de

necesidad. A la hora de emprender un viaje es muy habitual contratar un seguro de viaje para evitar sorpresas en caso de sufrir un percance. Los más habituales incluyen asistencia sanitaria además de coberturas en caso de cancelación del viaje o pérdida de equipaje, como nos explicaban fuentes de Europ Assistance. Algunas modalidades de seguros de viaje incluyen, además, coberturas de accidente. Compañías especializadas en este ramo permiten contratar el seguro con las coberturas y garantías que el viajero elija para así adaptarlo a las necesidades propias de su destino. Este tipo de pólizas también cuentan con modalidades específicamente diseñadas para los viajeros corporativos, unos de los segmentos de negocio que ofrecen una mayor oportunidad de crecimiento en los próximos meses.

### Seguros de vida y accidentes

Puede que el primer seguro que nos venga a la cabeza cuando pensamos en un accidente aéreo es el de vida. Dentro de la amplia gama de pólizas que existen en esta área del negocio asegurador, los seguros de vida-riesgo son los encargados de cubrir propiamente dicho la vida del asegurado, y de indemnizar en el caso de sufrir un percance, ya sea su fallecimiento o una incapacidad derivada del siniestro.

Los hay de diversos tipos, desde los que van vinculados a préstamos personales o hipotecarios y que se encargan de amortizar la deuda pendiente con la entidad financiera, hasta aquellos que garantizan un capital en caso de fallecimiento o de sufrir una incapacidad temporal o permanente.

Muchos seguros de vida ahorro, como los Planes Individuales de Ahorro Sistemático (Pias) o los Unit Linked, entre otros, disponen también de un pequeño capital indemnizatorio en caso de que se produzca la muerte del asegurado.

Es posible que muchos viajeros no sepan que cuentan con una póliza de Vida en vigor. Para evitar que muchas de sus garantías se queden sin reclamar, el Ministerio de Justicia puso en marcha en 2007 el Registro de Contratos de Seguros de Coberturas de Fallecimiento, en el que las compañías de



ISTOCK

seguros deben comunicar los contratos de este tipo que se suscriban en el mercado español.

Además de las pólizas de vida, muchos otros seguros pueden contar con coberturas adicionales en caso de accidentes, como algunas modalidades de los seguros de hogar o algunas pólizas de decesos.

Las tarjetas de crédito suelen contar también con seguros de vida con cobertura de fallecimiento. En estos casos, lo habitual es que cubran el saldo de la tarjeta en el momento del fallecimiento, aunque en función de la modalidad del plástico emitido, y del crédito vinculado, pueden incorporar otras garantías, como un capital indemnizatorio, explican fuentes del

sector, que recuerdan que sus características, coberturas y garantías las diseña la entidad financiera que emite la tarjeta de crédito en cuestión.

De esta manera, los familiares de los pasajeros del avión siniestrado en los Alpes franceses que adquiriesen su billete a través de una tarjeta de crédito, podrán reclamar a la entidad emisora las coberturas establecidas en caso de accidente o fallecimiento. Además, en el caso de que se trate de un viaje de trabajo, las empresas suelen contar con sus propios seguros corporativos para proteger a sus empleados, que seguramente incluirán coberturas e indemnizaciones en caso de accidente o desenlace fatal.





ISTOCK

# PONGA UN GERENTE DE RIESGOS EN SU EMPRESA

Cada día una empresa se enfrenta a numerosos riesgos, y no solo en el desempeño de su actividad, por eso, contar con un gerente de riesgos puede ayudar a paliar sus consecuencias

v. M. Z.

**U**n mercado tan global, competitivo y abierto como el actual exige a las empresas –da igual su tamaño– tener bajo control numerosas variables. A los riesgos habituales, como son que ocurra algún percance que ponga en riesgo la continuidad de su negocio, se suman otros múltiples derivados de las nuevas exigencias legales no sólo españolas, sino también europeas, y ahora que aumentan las exportaciones, también se introducen en la ecuación los riesgos propios de los mercados en los que operan enfrentándose a sanciones

financieras, o riesgos geopolíticos. Tener todas esas variables bajo control es el papel del gerente de riesgos, una figura que es clave para el futuro de las compañías, pero que aún no está del todo consolidada en el empresariado español.

Alicia Soler, gerente de AGERS, la Asociación Española de Gerencia de Riesgos y Seguros, aclara que “afortunadamente, el sector de la mediación soluciona parte de estos problemas, aunque siempre sería más deseable que el propietario del negocio tuviera su visión particular objetiva, para luego compatibilizar la misma, en la medida que entienda apropiada,

con los posibles consejos externos”.

AGERS define al gerente de riesgos como la persona designada como tal por una empresa, representándola dentro de su organización, con la misión de salvaguardar su integridad patrimonial frente a los riesgos que pueden afectarla, dedicándose profesionalmente a la actividad de gerencia, administración y gestión de los riesgos, explica Soler.

Esta actividad es una parte esencial de la gestión estratégica de cualquier compañía, por eso la asociación recomienda que esta figura esté estrechamente vinculada a los órganos de toma de decisión de las empresas, debe formar parte de ellos.

Soler recuerda que “una gestión de riesgos eficaz se centra en su identificación y tratamiento adecuado. Su objetivo es añadir el máximo valor sostenible a todas las actividades de la empresa. Introduce una visión común del lado positivo y del lado negativo potenciales de aquellos factores que pueden afectar a la empresa”.

Gracias a su actividad, “aumenta la probabilidad de éxito y reduce tanto la probabilidad de fallo como la incertidumbre acerca de la consecución de los objetivos generales de la empresa”.

Por eso la figura del gestor de riesgos debe estar integrada dentro de las empresas, “la gestión de riesgos tiene que ser un proceso continuo y en constante desarrollo que se lleve a cabo en toda la estrategia de la empresa y en la aplicación de esa estrategia. Debe tratar metódicamente todos los riesgos que rodeen a las actividades pasadas, presentes y, sobre todo, futuras de la empresa”, recuerda la gerente de AGERS.

Para evaluar los riesgos que pueden afectar a una compañía es preciso analizar qué puede ocurrir y por qué podría producirse para identificar los riesgos y analizar las consecuencias que podrían tener para la compañía. Además, es preciso establecer el grado de probabilidad de que ocurra ese siniestro y establecer los mecanismos necesarios para mitigar en lo posible ese riesgo. Los riesgos que no se puedan evitar deberán ser transferidos a una compañía de seguros a través de la contratación de un adecuado programa de seguros hecho a medida para las necesidades de la empresa.



# LA TECNOLOGÍA MÁS MODERNA Y 'SMART', A SALVO

Cámaras digitales, 'smartphones', 'smartwatches', etc.; 2015 es una gran añada para la tecnología. Los dispositivos de última generación ya están aquí para vivirlos hoy

c. l.

A principios de marzo, tenía lugar una nueva edición del *Mobile World Congress* de Barcelona. Samsung presentaba lo último con su nueva tecnología 5G con la idea de multiplicar la velocidad de las redes móviles. La marca coreana también mostraba la cara del nuevo *Galaxy S6* y su compañero el *Galaxy S6 Edge*, para contraatacar al último *iPhone*. Otras grandes marcas también presentaron sus novedades en la cita mundial de la tecnología móvil: Sony y su última *Tablet Xperia Z4* resistente al agua, Huawei, Alcatel, etc.

## Lo más 'cool'

Ya existe un vocablo que es necesario conocer. La *wearable technology*, es decir, los *wearables*. Dan un paso más, porque además son complementos de moda. Hablamos de las *smartglasses* o los *smartwatches*. Estos últimos, están cerca convertirse en el complemento más *cool* de la tecnología. Con permiso de los *smartphones*, claro. Todas las marcas se están apuntando a la moda del súper reloj. LG, Huawei, Sony, Samsung o Apple son sólo algunos ejemplos. Estos relojes tan revolucionarios le mantienen conectado a Internet, a través de su móvil gracias a la conectividad *bluetooth*. Por eso son *smart*, inteligentes, porque son una versión más básica del *smartphone*.

Otro *wearable*, esta vez para mascotas, son los collares que incorporan un dispositivo que mide la actividad y el descanso de la mascota -gato o perro- y que permite saber en todo momento dónde está, ya que algunas versiones incorporan GPS.

Y el más difícil todavía ¿buscas una herramienta innovadora que una dos pasiones? Aquí está. Es la primera *communication camera* creada por





Panasonic. Se trata de la *Lumix CM1*, que integra, además, calidad de grabación 4k, sistema operativo Android y *wifi*. Posee una óptica Leica DC Elmarit F2.8, un sensor de 1 pulgada y 20 megapíxeles. Además, su cuerpo ultracompacto y ligero encierra una pantalla LCD táctil de 4,7 pulgadas y memoria interna de 16GB. El diseño de la CM1 está muy cuidado. Por un lado tiene el aspecto de un smartphone, por el otro, el de una cámara de fotos, y con un sólo clic, te permite cambiar de función, ahora móvil, ahora cámara de fotos. Lo que prefiera. Pero tendrá que esperar a mayo para tenerlo.

Está claro que algunos de estos inventos se quedarán, y evolucionarán para hacer la vida más amena y cómoda. Otros desaparecerán y darán paso a nuevos dispositivos.

### España, adicta al 'smartphone'

A principios de año, Telefónica presentaba los resultados del decimoquinto informe *La sociedad de la Información en España* con datos de 2014. El país consolida liderazgo, y se sitúa con 10 puntos por encima de la media de la UE en cuanto a penetración de *smartphones*, con un 81 por ciento de estos dispositivos sobre el total de móviles. Son cuatro de cada cinco teléfonos.

Además, dos de cada tres españoles utiliza más de un dispositivo para acceder a Internet, y por primera vez, en 2014 el dúo *smartphone* y *tablet* superó al PC en tiempo de acceso a medios digitales en seis puntos, con un 53 por ciento y un 47 por ciento respectivamente. Un último dato muy interesante que aportaba este informe es que los nuevos dispositivos de acceso a Internet preferidos por los usuarios son el coche (57 por ciento), las gafas (42 por ciento) y el reloj (39 por ciento).

### Protección móvil

Y claro. Del uso de esta tecnología portátil, vienen las dudas ¿Y si se me cae? ¿Y si me lo roban? La tecnología tiene un precio, y llevar lo último y más innovador del mercado, todavía más. Además de caros, estos dispositivos tienen esos dos talones de Aquiles. Son máquinas que por su tamaño y

# 81

## Es el porcentaje de 'smartphones' que hay en España, según los datos de Telefónica

prestaciones van de un lado a otro, siempre con nosotros. No podemos vivir sin ellos y es muy fácil que *sufran* un accidente. Y por otro lado, son presa fácil para los robos. Precisamente por eso, existe en la actualidad una oferta muy amplia de pólizas específicas y coberturas adicionales a seguros multirriesgo, que permiten proteger este tipo de herramientas de comunicación y ocio. Antonio Bernárdez Gil-Fournier, subdirector de desarrollo de negocio patrimoniales de Mapfre España, destaca que en pólizas multirriesgo, "al tratarse de una cobertura dentro de un seguro de este tipo, la tasa aplicada es la correspondiente a la garantía todo riesgo accidental". Con lo que se trata de una cobertura a tener en cuenta para su contratación. Si se opta por pólizas más específicas, se tienen en cuenta varios factores como la duración media de estas pólizas antes de producirse el primer siniestro, el coste medio por siniestro o el índice de siniestralidad, entre otras, según informa CPP.

Los dispositivos que más se aseguran son los *smartphones* y las tabletas. Quizá por su índice tan elevado de penetración en el mercado español. El robo y los accidentes son las coberturas más demandadas. Para Carlos Peci, jefe de garantía empresas de Caser Seguros, estos seguros ofrecen desde tranquilidad ante un posible robo, y el posterior uso de llamadas fraudulentas, hasta la reparación del mismo debido a un accidente. En sus pólizas, además, ofrecen comodidad de disponer del servicio de móvil de sustitución, durante la reparación del terminal.

Debido al aumento de consumo en España de estos dispositivos, ha aumentado la contratación de los seguros y coberturas dirigidas a protegerlos. Peci destaca el hecho de que cada vez más distribuidores los ofrecen en el momento de la compra. Y según explica Bernárdez "los clientes conocen con más detalle las coberturas de su seguro para hacer un uso más adecuado del mismo, e incluso preguntan específicamente por alguna de ellas". Los responsables de CPP resaltan que aunque en los últimos cinco años este tipo de seguros se han dado a conocer especialmente por los operadores de telefonía, en ocasiones esta práctica también "perjudica el concepto del seguro por la falta de información o información errónea al cliente final del propio seguro".





## Liberty Seguros también apoya 'La hora del planeta'

Liberty Seguros se une a la *Hora del Planeta*, una campaña mundial que busca sensibilizar a la ciudadanía para evitar el uso excesivo de recursos energéticos. La entidad colaboró apagando totalmente su sede de Madrid, el Edificio Terra, en la hora indicada y se reafirma, con esta acción, en su compromiso medioambiental y su implicación en la lucha por reducir las emisiones de CO2.



## Generali Seguros, galardonada en los Premios Prever

La XVI Edición de los Premios Prever ha reconocido la divulgación e implantación de la prevención de riesgos laborales de Generali Seguros premiándola en la categoría de *Empresas e Instituciones*. Los premios se entregaron durante las Jornadas Técnicas de Prevención de Riesgos Laborales y Responsabilidad Social Corporativa que este año se celebraron en Toledo.



## Asisa pone en marcha el Servicio de Medicina del Viajero

Asisa dispone de un nuevo servicio de Medicina del Viajero y Vacunación Internacional que se prestará en siete hospitales y centros médicos que la compañía tiene en seis ciudades. Accesible para cualquier viajero, este servicio especializado permite también contar con acceso a consulta urgente pre viaje y atención médica al regreso.



## Pelayo, 'trending topic' gracias a la campaña #partedetuvida

Para acercarse a todas las personas, la compañía ha lanzado la campaña *Parte de tu vida*, que ha promocionado en redes sociales. Para ello, creó la etiqueta *#partedetuvida*, que consiguió, en menos de una hora, ser *trending topic* gracias a la participación de más de 1.000 personas que, a través de sus historias, llegaron a más de 3 millones de usuarios.

## Multiasistencia renueva su certificación EFR

Multiasistencia renueva su certificado EFR de conciliación e igualdad, mejorando su calificación desde que la lograra por primera vez. Gracias al compromiso de la empresa en materia de conciliación, casi 800 empleados se benefician de medidas como el teletrabajo, las horas de asuntos propios, la ayuda escolar o los complementos a las prestaciones de la Seguridad Social.



## Quinta edición del concurso 'Móntate tu película'

Este año vuelve *Móntate tu película*, el concurso *online* de doblaje y subtítulado de videos promovido por Catalana Occidente y apoyado por Adesis Netflix. En esta quinta edición, los participantes podrán elegir el rol y la categoría en la que quieren concursar; además de disfrutar de la aplicación *Retos de Cine*, donde podrán conseguir fantásticos premios gracias a su pasión por el cine.





## Helvetia Seguros crece un 4,5% en volumen de primas en 2014

Helvetia seguros cerró el pasado ejercicio con un volumen de negocio de 344,8 millones de euros, un 4,5 por ciento más que un año antes. La filial española del Grupo Helvetia obtuvo un beneficio de 21,9 millones, similar al obtenido en 2013. La compañía ha alcanzado los objetivos marcados en la estrategia Helvetia 2015 y seguirá buscando el crecimiento rentable.



## Mutua Madrileña gana un 14% más y apuesta por Internet

Mutua Madrileña ganó 222,8 millones de euros en 2014, un 13,7 por ciento más que un año antes. La compañía que preside Ignacio Garralda aumentó un 7,5 por ciento su volumen de negocio. El grupo asegurador se ha propuesto impulsar su digitalización en su nuevo plan estratégico. Así, en 2017 Mutua tiene como objetivo que el 40 por ciento de sus ventas sean por Internet.



## El seguro asiste a 3,6 millones de conductores cada año

El seguro asiste cada año a más de 3,6 millones de conductores en España, según datos del *Informe sobre los siniestros del seguro de automóvil* publicado por Unespa, la patronal del sector asegurador, como adelanto de la *Memoria Social del Seguro 2014*. Según el informe, las motos son los vehículos que más solicitan esta ayuda cuando circulan en las carreteras españolas.



## AXA Assistance reorganiza su cúpula directiva en España

Axa Assistance comienza 2015 con cambios estructurales y organizativos, tras la creación de la nueva dirección de zona denominada Península Ibérica, que agrupa España y Portugal y que dirigirá Sophie Latin, sustituyendo a Enrique Lamarca, que después de ocupar la dirección de España, pasa a dirigir el negocio de asistencia en América del Norte y América Latina.



## Audatex digitalizará el servicio postventa de Grupo Herranz

El acuerdo firmado con Audatex permitirá al Grupo Herranz digitalizar su servicio de postventa, reduciendo en casi un 15 por ciento el proceso de reparación y entrega de vehículos en sus talleres. De esta alianza se beneficiarán los centros de trabajo que el Grupo Herranz tiene en Madrid, los cuales podrán acceder a todos los servicios del Centro de Servicios Audatex (CSA).



## Mussap comercializa un nuevo seguro de hogar

*Doble techo a la carta* es el nuevo producto de hogar que comercializa Mussap, en el que la mayoría de las coberturas son de contratación opcional, para que el usuario elija las que más le interesan. El seguro, que se adapta a las necesidades de cada vivienda, ofrece el cien por cien del continente y contenido en caso de incendio o caída de rayo, entre otras prestaciones.





Patones de Arriba, uno de los pueblos con más encanto del norte de Madrid. R. ALBIOL

# PUEBLOS DEL NORTE DE MADRID, LA PAZ ESTÁ A UN PASO

Madrid es una gran ciudad con mucho que ofrecer: una amplia oferta de ocio, cultural, gastronómica o turística, pero sus detractores siempre encuentran razones para la crítica: superpoblación, tráfico, contaminación, barullo, ruido, agobio, etc.

DIEGO FERNÁNDEZ TORREALBA

**S**í, es cierto, la capital es en ocasiones también eso. Pero la solución no está muy lejos. Al norte de la ciudad, a apenas media hora, los madrileños tenemos el privilegio de contar con una extensa y bella sierra con la que olvidarnos del caos y reencontramos con la naturaleza, con paisajes casi vírgenes y cuidados y tranquilos pueblos de montaña. Demos un paseo por alguno de ellos.

Escondido en un barranco dentro de la seca y árida -excepto en primavera- sierra nordeste de la Comunidad se encuentra Patones de Arriba, un cuidado y sencillo pueblecito de pizarra que, pese a no ser muy famoso, es de los más bellos de la

región. Se recorre en sólo una hora, lo que no desaconseja la visita de este espacio con suelo empedrado, recoletas plazas, estrechas y fuertes subidas, casas llenas de flores y tiendas de artesanía o productos naturales. El barranco en el que está escondido otorga aún mayor encanto a esta pequeña población de medio millar de habitantes que además cuenta con el aliciente de ser punto de partida de agradables rutas de senderismo -desaconsejables en verano- y de su cercanía a la presa del Atazar.

También a la vera de esa gran masa de agua, pero más al norte -carretera de Burgos, kilómetro 80- se encuentra otra bonita localidad de carácter medieval: Buitrago de Lozoya. Su centro histórico, rodeado por una fantástica muralla y por el río que da nombre al municipio, destaca, además de por su espectacular fortificación, -compuesta también por un castillo y un alcázar- por la fabulosa iglesia de Santa María. En el mes de septiembre, además, tiene lugar allí una importante feria medieval, que no podría haber encontrado un mejor escenario.

Cogemos ahora la carretera de Colmenar para dirigirnos hacia dos interesantes poblaciones más: Manzanares el Real y Miraflores de la Sierra. La primera es una agradable localidad al pie del embalse de Santillana en la que resalta su fabuloso castillo de los Mendoza, quizás el más popular de la Comunidad de Madrid y que ha sido fantásticamente restaurado -quizás demasiado-. Las rutas de senderismo por la espectacular zona conocida popularmente como La Pedriza, a las afueras del pueblo, completan el atractivo turístico de la visita.

No tanto interés histórico pero sí mucha belleza urbanística y paisajística presenta Miraflores de la Sierra, cuidado y rico pueblo enclavado en el ascenso a los puertos de Canencia y Morcuera. Al descenso de esta última cota se encuentra Rascafría, otra agradable población serrana con un bello entorno, del que destacan las cercanas presillas -piscinas naturales- y el Monasterio de El Paular. Razones y motivaciones no faltan en la sierra de Madrid si se pretende escapar del ruido y el tráfico de la capital; la solución está a sólo media hora de camino.



Auto  
Hogar  
Viaje  
Salud

**Líderes  
en Asistencia  
en España**

## AXA Assistance España. Datos 2014

- Más de **900** empleados
- **24** horas / **365** días
- **1.300.000** casos gestionados
- **129M€** en facturación

# El mapa de los mapas: cómo crear un plan de 'networking' a cinco años para que dé un impulso profesional para toda la vida

En este tercer artículo de la guía vamos a seguir profundizando en los conceptos del *networking*. En el primero lo definimos y en el segundo explicamos en que consiste la marca personal.

Hoy vamos a hablar de un concepto completamente innovador pero que si se lleva a cabo supondrá una gran diferencia personal y profesional en nuestras vidas y hablo desde la experiencia, ya que tenemos clientes a los que gracias a nuestro plan de *mentoring* les estamos ayudando a conseguirlo.

Estamos muy familiarizados con escuchar hablar del plan de negocio de la empresa e incluso del plan financiero, pues ese mismo concepto es el que quiero plantearles hoy pero enfocado a objetivos y relaciones, es el plan de *networking*, ¿Y en qué consiste? Pues se trata de algo muy sencillo, pero que tiene varias fases.

La primera es definir con todo lujo de detalles los objetivos profesionales para dentro de 5 ó 10 años -esto mismo se puede aplicar a nivel personal, de equipos o de la misma empresa, aunque con matices que no tenemos espacio para explicar en este artículo-. Este es el punto más importante de todo el proceso, ya que va a ser el mapa de los mapas de la que será nuestra trayectoria profesional y a donde queremos llegar dentro de ese periodo de tiempo. Doy por hecho que ya lo tenéis o en caso contrario podéis buscar información de cómo realizarlo.

La segunda fase es analizar qué conocimientos nos faltan para poder alcanzar esos objetivos: cursos, idiomas,



ISTOCK

masters, especializaciones, etc.

La tercera es definir el plan de acciones a poner en marcha en función de los objetivos a lograr y en donde iremos de lo grande a lo pequeño. Hasta aquí nada nuevo en un plan de objetivos, pero es precisamente en el próximo punto, la cuarta fase, donde viene la gran diferencia.

Cuarta fase: ¿se han planteado que para todos esos objetivos es clave poder ayudarnos de las relaciones o contactos que tengamos tanto a nivel de consejos, información, o incluso de apoyos personales?

El plan de *networking* se basa en que hay que definir la lista de personas que podrían ayudarnos a realizar esos objetivos, tanto porque ya los hayan conseguido, porque

tengan la experiencia de estar en el proceso o simplemente porque están en el puesto que se quiere alcanzar o conozcan a las personas que puedan ayudar.

Quinta fase: una vez con esa lista, deberemos definir el plan para conocerlos, relacionarnos con ellos, ganarnos su confianza y conseguir que nos den la ayuda que necesitemos. Este proceso es menos complicado de lo que parece aunque por supuesto que requerirá dedicación, tiempo y esfuerzo y engloba diferentes tipos de acciones tanto *online* a nivel de redes sociales, *blogs* etc., como *offline* tomando cafés o acudiendo a eventos, etc. Para desarrollarlo con precisión es recomendable apoyarse en un *networker* profesional que sea nuestro mentor durante al menos los primeros meses y que esté especializado en desarrollar un plan de *networking* para que nos enseñe los trucos, nos guíe y asesore para planificar todas las acciones, el proceso, conseguir ser más eficaces y aprovechar mucho más el tiempo invertido, aunque si se prefiere, con estas pautas podemos realizarlo nosotros mismos.

En el próximo artículo hablaremos de las listas de contactos y cómo trabajarlas. Mientras tanto, practicad *networking* a diario, que es el deporte más saludable para vuestros proyectos.

## ANTONIO DOMINGO

CONSULTOR, FORMADOR Y ORGANIZADOR DE EVENTOS 2.0  
CEO DE SOCIAL MEDIA EVENTS  
@AntonioDomingo <http://www.AntonioDomingo.com>