

Seguros

elEconomista

Revista mensual

11 de enero de 2018 | Nº 53

Llegan los vehículos más conectados que nunca para facilitar la conducción | [P20](#)

Las mejores opciones para comenzar a ahorrar en el ejercicio que comienza | [P26](#)

LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL OFRECE NUEVOS SERVICIOS AL ASEGURADO

Las compañías de seguros apuestan por los 'chatbots' para mejorar su relación con los clientes | [P3](#)



4. ¿Sabía qué...? Cómo renovar un seguro de salud

Si está pensando en cambiar de seguro de salud o tiene que renovar su póliza, le interesa

11. Consejos útiles La cuesta de enero no existe

Tras los excesos navideños llegan las rebajas, descubra cómo sobrevivir al mes de enero

12. Al día con... ¿Ha llegado el fin de Internet libre?

Julie No analiza el impacto que puede tener para el consumidor el fin de la neutralidad de la red

36. RRSS 'Networking': ¿Sólo relaciones a largo plazo?

Antonio Domingo nos explica en su artículo los diferentes tipos de relaciones en networking

Edita: Editorial Ecoprensa S.A. **Presidente de Ecoprensa:** Alfonso de Salas
Vicepresidente: Gregorio Peña **Director Gerente:** Julio Gutiérrez
Directora de Relaciones Institucionales: Pilar Rodríguez **Director de Marca y Eventos:** Juan Carlos Serrano

Director de elEconomista: Amador G. Ayora
Coordinadora de Revistas Digitales: Virginia Gonzalvo
Diseño: Pedro Vicente y Beatriz Vicente **Fotografía:** Pepo García Infografía: Clemente Ortega
Coedita: Marketing Site, S.L. - Seguros TV
Director de 'elEconomista Seguros': Ramón Albiol (ralbiol@segurostv.es)
Jefa de redacción: Virginia M. Zamarreño (revista@segurostv.es)
Directora comercial y publicidad de 'elEconomista Seguros': Concha Aliende (concha.aliende@segurostv.es)

Reportaje Inteligencia artificial al servicio del asegurado

Los chatbots son ya una realidad y serán una herramienta de las compañías para mejorar la relación con el cliente



08



26

Ahorro y jubilación Las mejores opciones para comenzar a ahorrar

Si está pensando en comenzar a ahorrar para el futuro en 2018 le avanzamos algunas de las mejores opciones

Motor Los vehículos están más conectados que nunca

Internet de las cosas ha llegado a los vehículos para facilitar la conducción y los fabricantes compiten por ese mercado



20



28

Seguro y deporte El balonmano, un valor seguro

Es uno de los deportes con mayor afición en España y tiene una relación estable con el sector asegurador



Nuevas tecnologías para conectar con el cliente

La inteligencia artificial aplicada a los 'chatbots' podría mejorar la relación que el sector asegurador mantiene con sus asegurados, adaptando el lenguaje al del consumidor y usando los canales de comunicación que más utilizan

Las redes sociales, el comercio electrónico, la mensajería instantánea... Llevar Internet en el bolsillo ha revolucionado la forma en la que nos comunicamos, compramos y vivimos. Y esos cambios pueden ser aprovechados por las compañías aseguradoras para mejorar su relación con el cliente y estrechar una relación que en muchas ocasiones se limita al pago anual de la póliza o a la presentación de partes de siniestro como mucho una vez al año. La inteligencia artificial reivindica su hueco en el ámbito de la atención al cliente y a través de *chatbots* cada vez más sofisticados podría convertirse en una herramienta clave de las compañías para mejorar la relación que tienen con sus clientes. Analizamos el impacto de esta tecnología que ha llegado para quedarse en el sector asegurador y conocemos, de la mano de Ángel Hernández, socio de Chatbot Chocolate, las principales tendencias que marcarán el camino de la innovación en 2018.

Otro de sus ámbitos de actuación puede ser el asesoramiento financiero y de protección a largo plazo, tal y como ha demostrado Axa con su programa piloto de asesoramiento a través de *chatbot* en su canal de

asesoramiento patrimonial Axa Exclusiv. Además de para estos sistemas, la inteligencia artificial modificará en un futuro no tan lejano muchos de los modelos de negocio del sector asegurador. Con máquinas cada vez más inteligentes, el riesgo de padecer un siniestro podría mitigarse, piensen en el momento en el que el coche autónomo domine las carreteras y se eliminen los accidentes -o al menos eso es lo que esperan sus impulsores-.

Seguimos con la tecnología vinculada con el mundo del motor para analizar los sistemas que han desarrollado los fabricantes de vehículos para convertirlos en verdaderas máquinas conectadas.

Además, volvemos en 2018 con multitud de contenidos interesantes para ayudarle a mejorar su salud y a recuperarse de los excesos de las fiestas navideñas, tanto gastronómicos como financieros. Le ofrecemos una selección de *gadgets* tecnológicos a buen precio por si quiere aprovechar las ofertas de las rebajas y, para desconectar de la rutina, si no ha podido disfrutar de unos días de descanso aún, le proponemos viajar a la región gala de Lot, un lugar que parece sacado de un cuento. Les deseamos un feliz y seguro 2018. Feliz lectura.

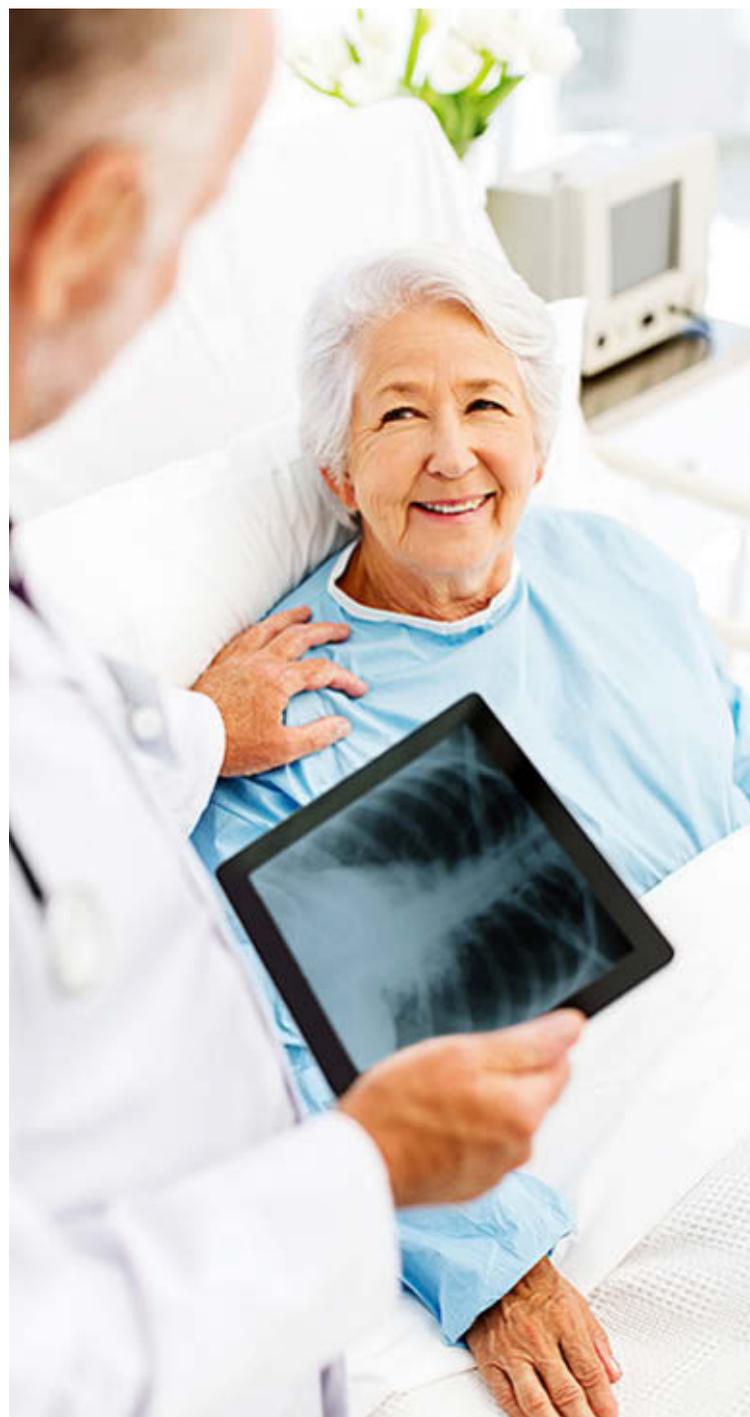
CÓMO RENOVAR SU SEGURO DE SALUD

Los contratos con las aseguradoras se prorrogan año a año y es esencial conocer cuáles serán los cambios de cara al próximo plazo para decidir o no la renovación con nuestra compañía. ¿Qué factores deben tenerse en cuenta en el seguro de salud?

DIEGO FERNÁNDEZ TORREALBA

Ha contratado un seguro de salud? Entonces no está de más tener un cierto control periódico sobre las condiciones que su aseguradora de confianza le ofrece, con el fin de decidir si renueva o no su acuerdo con ella. Porque es muy raro que estas se mantengan durante un largo periodo de tiempo. Pese a que los seguros médicos pueden proteger al cliente de por vida, la renovación o prórroga -o la cancelación, si fuera el caso- del contrato entre ambas partes se realiza anualmente. Eso sí, lo habitual es que la renovación se realice por defecto año a año de manera automática, a no ser que una de las dos partes no quiera prolongar el acuerdo e informe de ello a la otra parte expresamente y a tiempo.

La obligación de la aseguradora es comunicar con tiempo a



cada cliente los cambios en las condiciones de cara al curso siguiente, si es que los hubiera. Puede ser una ampliación o disminución de la cobertura, una bajada o una subida de la prima -a causa de un incremento en el IPC o debido al mayor riesgo de enfermedad del tomador del seguro por su edad-, una mejoría en las condiciones del contrato como premio a la longevidad del acuerdo con el asegurado... Es esencial, por lo tanto, para el cliente conocer cuál es el escenario en el que se encontrará al año próximo, con el fin de decidir teniendo muy claras cuáles son sus nuevas condiciones.

Por su parte, si el tomador no quiere renovar su contrato está obligado a comunicarlo a su compañía de seguros al menos con un mes de plazo, según indica la Ley 20/2015 de Ordenación, Supervisión y Solvencia de las Entidades Aseguradoras.

En caso de que queramos cambiar de compañía, existen también numerosos aspectos a considerar, más allá de las primas y coberturas que nos ofrezca nuestra nueva aseguradora y del tipo de producto a elegir -cuadro médico con o sin copagos, con reembolso, con o sin seguro dental...-. Hablamos, por ejemplo, de las preexistencias. Estamos obligados por ley a informar a la nueva aseguradora de si tenemos alguna enfermedad preexistente, un factor esencial de cara a determinar las condiciones del contrato.

Otro de los aspectos a tener en cuenta, en este caso por parte del asegurado a la hora de decantarnos por una u otra compañía de seguros, es saber si ésta establece un periodo de carencia al comienzo del acuerdo. Puede que no tengamos acceso a determinados servicios médicos en un plazo de tiempo. Esto supone no poder acceder a determinados servicios, como operaciones quirúrgicas o diversos tratamientos de patologías del asegurado que éste ya conociera con anterioridad.

Y, si antes destacábamos que es necesario conocer al dedillo las coberturas que nos protegerán, también es fundamental conocer cuáles serán las exclusiones. Es decir, los casos en los que el seguro no nos cubre, que deben estar incluidos expresamente en el condicionado de la póliza.

Grupo Preventiva: 75 años de experiencia en el ramo de decesos

El Grupo Preventiva Seguros, que celebra su 75 aniversario en 2018, está formado por las compañías aseguradoras Preventiva Seguros y Expertia Seguros y por Avantia Servicios, y se ha convertido en un referente en los ramos de asistencia y protección familiar en el mercado español. El grupo asegurador ha puesto la mirada en la especialización y en la innovación, especialmente en el ramo de decesos, en el que es especialista, aunque su cartera de productos incluye otros ramos. El grupo asegurador que preside Antonio Fernández-Huerga cuenta con 339 empleados y más de 130 oficinas que dan servicio a cerca de un millón de asegurados.

■ **Año de fundación:**

1943

■ **Sede social:**

Calle Arminza, 2. 28023 Madrid

■ **Número de empleados totales:**

339

■ **Distribución por género:**

Mujeres: 191 (56 por ciento)

Hombres: 148 (44 por ciento)

■ **Distribución en puestos directivos y mandos intermedios:**

Mujeres: 39 por ciento

Hombres: 61 por ciento

■ **Incorporaciones a la plantilla en 2017:**

79

■ **Ramos en los que opera:**



Eduardo González

Director general de Preventiva Seguros



Decesos, vida y accidentes, hogar, comunidades y comercios.

■ **Volumen de primas:**

93,73 millones de euros al cierre de 2016, según datos de Icea

■ **Cuota de mercado:**

0,15 por ciento en facturación al cierre de 2016, según datos de Icea

■ **Número de oficinas:**

Más de 130 oficinas

■ **Página web:**

<https://www.preventiva.com>

■ **Perfiles en redes sociales:**

Twitter: <https://twitter.com/GrupoPreventiva>

LinkedIn: https://www.linkedin.com/company/preventiva-compa-ia-de-seguros-y-reaseguros-s.a./?trk=top_nav_home

Instagram: <https://www.instagram.com/reiniciaseguro/>

YouTube:

<https://www.youtube.com/channel/UCPyOOEmdZn1aQKLaD9axtHQ>

■ **Canales de venta:**

Oficinas y mediación, con más de 2.000 mediadores en toda España

■ **Contacto (clientes):**

En el teléfono 900 20 30 10

■ **Presidente:**

Antonio Fernández-Huerga

HURACANES Y TERREMOTOS

LAS CATÁSTROFES CUESTAN AL SEGURO 112.000 MILLONES

Las catástrofes naturales registradas en 2017 marcan un nuevo récord histórico por su virulencia. Munich Re advierte de que en el futuro pueden ser más habituales

REDACCIÓN

En el pasado ejercicio se registraron cerca de 700 eventos catastróficos de la naturaleza con unas pérdidas aseguradas globales de más de 112.000 millones de euros. De acuerdo con los datos de Munich Re, esta es la cifra más elevada de la serie histórica. Los tres huracanes



EFE

que asolaron Norteamérica y el Caribe, el terremoto de México y numerosas inundaciones en Europa y Asia han provocado unas pérdidas económicas totales de cerca de 274.000 millones de euros, lo que pone de manifiesto la brecha que aún existe en protección aseguradora en numerosas zonas del planeta. En todos los mercados, no sólo en los países en desarrollo, advierte el grupo asegurador.

Los expertos de Munich Re auguran que las consecuencias del cambio climático se dejarán sentir en el futuro provocando más eventos catastróficos, más intensos y más frecuentes. Y además de importantes daños

materiales, afectarán a las personas. En 2017, cerca de 2.700 personas perdieron la vida después de un monzón extremadamente severo en el sur de Asia. La temporada anual de monzones duró unas cuatro semanas más de lo normal y las regiones más afectadas fueron las tierras bajas de Terai en Nepal, así como ciertas provincias indias a lo largo de los Himalayas.

Torsten Jeworrek, responsable del negocio global de reaseguro de Munich Re, afirma que "las catástrofes naturales extremas de este año muestran la importancia del seguro en la absorción de pérdidas financieras a raíz de esos desastres".



R. MADRID

PATROCINIOS

CARRERA SOLIDARIA ASEGURADA

Europ Assistance patrocina la segunda edición de la Carrera Solidaria de la Fundación Real Madrid

REDACCIÓN

Europ Assistance patrocinará la II Carrera Solidaria de la Fundación Real Madrid, que tendrá lugar el próximo 28 de enero en Madrid con más de 8.000 corredores. La carrera será de cinco y diez kilómetros para los adultos y se desarrollará a lo largo del Paseo de la Castellana, con meta en la puerta 0 del Estadio Santiago Bernabéu. Los niños también podrán participar en la carrera infantil, que recorrerá las inmediaciones del estadio. El Circuito de Carreras Solidarias de la Fundación Real Madrid nace con el

objetivo de acercar el deporte y sus valores a la sociedad y sus beneficios se destinan al desarrollo de proyectos sociodeportivos de integración de colectivos en riesgo de exclusión que realiza la fundación.

La Fundación Real Madrid es la entidad que "desarrolla el compromiso social del Real Madrid CF con más de 450 proyectos en más de 75 países. Cada temporada más de 95.000 personas, en su mayoría menores en riesgo de exclusión, participan en sus actividades". Por otra parte, el *running* se ha consolidado como uno de los deportes más practicados en los últimos años debido a su versatilidad. Por este mismo motivo, cada vez son más las personas que sufren lesiones a raíz de su práctica.

Tras la buena acogida del seguro *MoveOn* de Europ Assistance, que ofrece una solución a las posibles incidencias que obliguen a cancelar la participación en competiciones, la Fundación Real Madrid decidió incluirlo en su proceso de venta, para "brindar a los corredores una seguridad extra", explica la compañía en un comunicado.

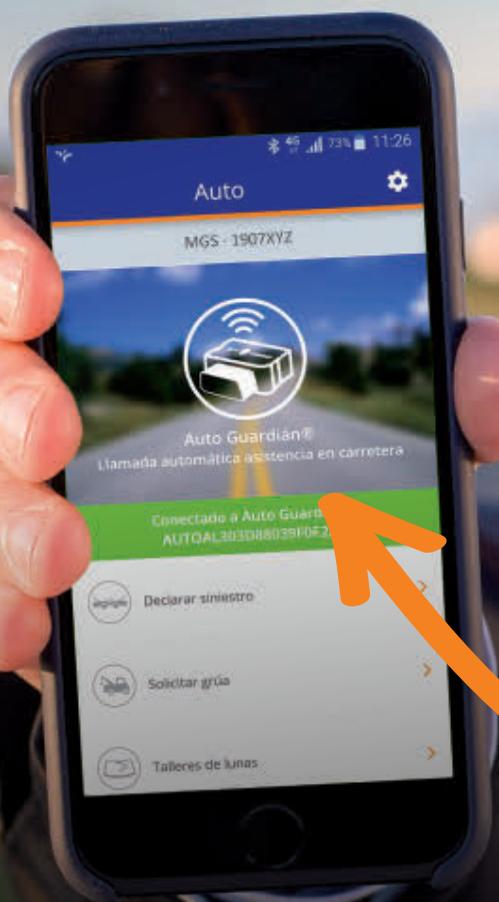
MGS

Seguros

PRESENTA

AUTO  GUARDIÁN®

¡GRATIS!
Con tu
seguro de
AUTOMÓVIL



Un sistema que avisa por ti
en caso de accidente
**¡aunque tú
no puedas!**



Consulta con
un mediador de MGS
o entra en
www.mgs.es



INTELIGENCIA ARTIFICIAL AL SERVICIO DEL ASEGURADO

Los hemos visto en series y películas de ciencia ficción, pero ya son una realidad que ha llegado para quedarse. Los chatbots y la inteligencia artificial son los próximos aliados de las compañías de seguros para mejorar la relación que mantienen con el cliente

VIRGINIA M. ZAMARREÑO

Siri, Cortana, Alexa... los asistentes virtuales de Apple, Microsoft o Amazon son solo un pequeño ejemplo de que la inteligencia artificial se ha hecho un hueco en nuestros bolsillos y en nuestros hogares. Parece ciencia ficción, pero ya son una realidad. Puede que en más de una ocasión haya entablado una conversación con un robot, ya sea por teléfono o a través de servicios de mensajería instantánea como Telegram, Whatsapp o el Messenger de Facebook, y puede que no se haya dado cuenta de que estaba tratando con una máquina.

Ángel Hernández, socio de Chatbot Chocolate, explica que un chatbot es un sistema informático capaz de mantener una conversación con un ser humano utilizando un lenguaje natural y que puede estar dotado de inteligencia artificial. Estos "agentes conversacionales" tienen multitud de



aplicaciones. “Pueden introducirse en cualquier sector y, dentro de cada sector, pueden utilizarse en múltiples departamentos: marketing, ventas, atención al cliente, recursos humanos, etc.”, explica.

En el área de atención al cliente pueden ser unos perfectos aliados de las compañías aseguradoras para mejorar su relación con los clientes y fomentar su fidelización.

Chatbot Chocolate ha desarrollado Billy Seguros, “un bot con el que puedes encontrar tu seguro de coche o moto más barato a través de WhatsApp, Facebook Messenger o Telegram”, señala Hernández. En este caso, el bot ayuda al usuario a encontrar el seguro que mejor se adapta a su situación y compara precios entre más de 20 aseguradoras. “Este mismo ejemplo se podría aplicar a seguros de salud, de hogar, de vida... El objetivo final es conseguir que el usuario adquiera lo que busca de una forma más sencilla y, sobre todo, a través de un canal al que ya está acostumbrado”, insiste el socio de Chatbot Chocolate.

Mejorar la gestión de clientes

Estos nuevos asistentes virtuales pueden implantarse también para mejorar la gestión de clientes. Ángel Hernández explica que “este chatbot serviría para resolver dudas de clientes, permitir que pueda dar un parte o incidencia, recibir una alerta cuando un operario vaya de camino a tu hogar a revisar lo ocurrido o preguntar cuándo le van a pasar el cargo a la cuenta. Las posibilidades son infinitas”.

Y no sólo pueden utilizarse para hacer al asegurado la vida más fácil, los chatbots también pueden ayudar a la compañía a mejorar sus procesos internos. “Se puede poner en marcha en cualquier departamento o área en el que exista un cierto volumen de consultas, también en recursos humanos. Porque, ¿por qué no gestionar las preguntas frecuentes de forma automática para dar respuestas más rápidas y descargar al responsable del departamento para que pueda enfocarse a aquellas que sean más complejas?”, se pregunta Ángel Hernández.

Tecnología sin riesgos

Puede que el hecho de hablar con una máquina a muchos nos resulte extraño y, además de vértigo, nos provoque cierto rechazo y preocupación por los posibles riesgos que puede suponer para la seguridad de los datos que se comparten entre compañías y clientes.

El socio de Chatbot Chocolate insiste en que “se trata de un nuevo canal



“En 2018 veremos a muchas compañías apostar por el desarrollo de ‘chatbots’ en España”

más con el que tanto las empresas como los consumidores pueden ponerse en contacto y resolver las dudas que les surgen en cualquier momento”.

Es un paso más en la tan buscada omnicanalidad. “Por ejemplo, a día de hoy una compañía te deja dar un parte de accidente vía teléfono, a través de la web, a través de una app, ¿por qué no permitirlo también a través de un chatbot? Éste nos permite comenzar a dar un parte de accidente ahora y continuar en unas horas, lo hacemos sin problemas; sin necesidad de descargar una app o sin esperar a que nos atienda alguien o en un horario prefijado, sino cuando nos venga bien”.

Para Ángel Hernández no supone ningún riesgo. “El chatbot no deja de ser una nueva forma de interactuar con las compañías y, además, es una forma más natural de hacerlo y, por lo general, más conveniente. Considero que los que estamos ganando somos los clientes, ¿por qué no tener un contacto en mi agenda para interactuar con la compañía de seguros al igual que hago

con familiares y amigos?”.

Será cuestión de tiempo que nos acostumbremos a esta tecnología, como ya lo hemos hecho a las páginas web corporativas o las apps. Igual que nos acabaremos acostumbrando a otros tipos de inteligencia artificial, como los coches autónomos, que también supondrán una profunda transformación del sector asegurador a medio plazo.

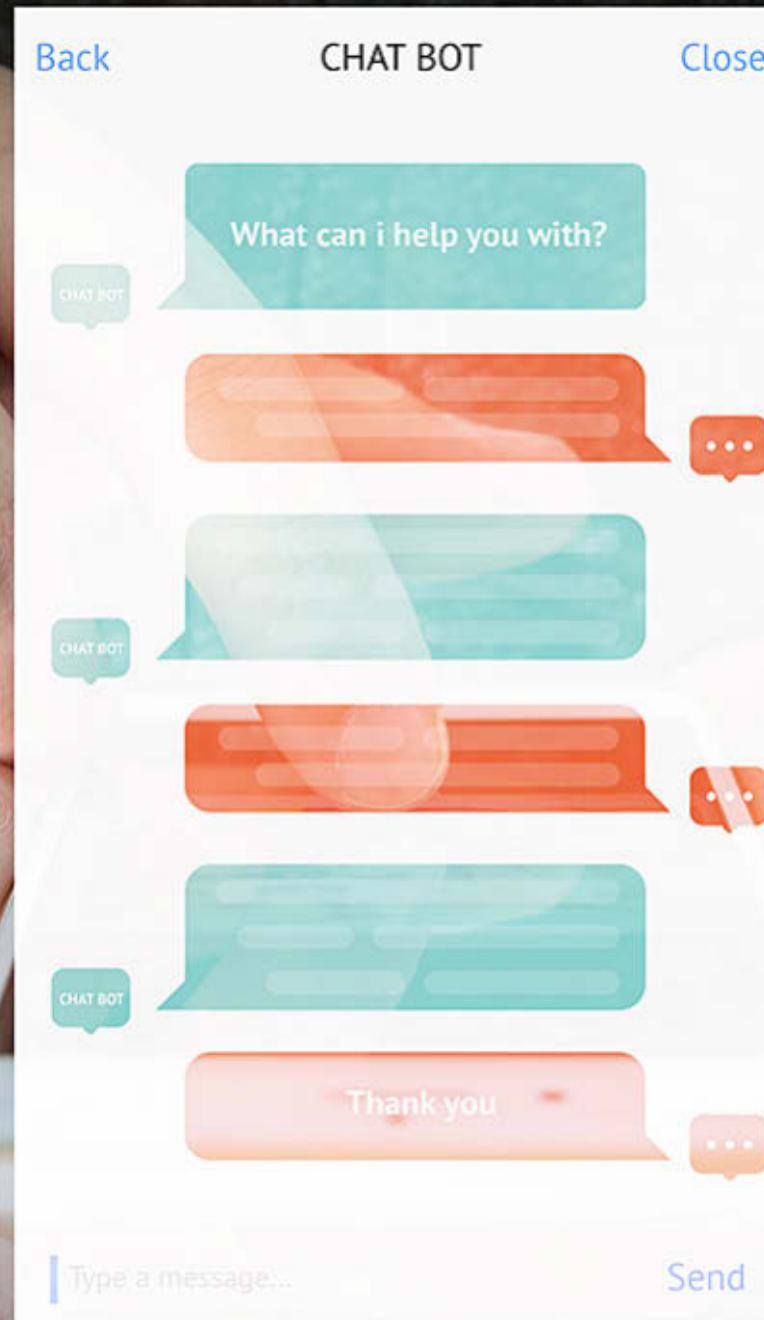
El seguro apuesta por los chatbots

Poco a poco, esta suerte de asistentes virtuales se han ido abriendo hueco en el sector asegurador. El socio de Chatbot Chocolate augura que en 2018 veremos a muchas compañías aseguradoras –de todo tipo, grandes, pequeñas y medianas- que apostarán por implantar esta tecnología. “Durante 2017, han sido los departamentos de marketing los primeros en interesarse por esta tecnología, pero existe una tendencia creciente desde hace meses por integrar esta tecnología a nivel interno, para dinamizar las comunicaciones entre departamentos y las gestiones dentro de las propias compañías. Todo el mundo sabe utilizar los chats, es una forma más cercana y natural de comunicarnos”, asegura.

Por poner un ejemplo, Axa puso en marcha hace unos meses un programa piloto de asesoramiento financiero y asegurador de sus clientes a través de un chatbot en su canal de asesores y consejeros patrimoniales Axa Exclusiv. La experiencia resultó un éxito y contó con la buena acogida de los clientes que habían recibido el asesoramiento a través de esta nueva tecnología, según ha explicado la compañía en numerosas ocasiones, una de ellas la IV edición de las #InsurtechTalks impulsadas por Axa Opensurance.

Y los bots no sólo serán capaces de mantener una conversación por escrito. “Dentro de esta clara tendencia al alza, veremos cómo las interfaces de voz –es decir, aquellos capaces de entender lo que los usuarios les envían en notas de voz- van surgiendo con fuerza para determinados casos de uso”, augura Hernández.

La mayor muestra de este interés creciente es que las grandes compañías tecnológicas están apostando en esta línea y, actualmente, casi todas cuentan con un desarrollo en este campo. “Google con Google Home o Amazon con Alexa son algunos ejemplos de cómo estas interfaces conversacionales se van a ir introduciendo en nuestros hogares y, como consecuencia, en el centro de nuestras vidas”, concluye el socio de Chatbot Chocolate.



Inteligentes, sí, pero no tanto

Google es una de las compañías tecnológicas que más esfuerzo financiero y de investigación y desarrollo están realizando en el campo de la inteligencia artificial y el ‘machine learning’. Su prototipo de coche autónomo ya está muy avanzado y prácticamente listo para conquistar las carreteras de medio mundo. Esta innovación llevó al gigante de la red a plantearse el desarrollo de una bicicleta autónoma que permitía a sus pilotos aprovechar el trayecto para leer, adelantar trabajo o, simplemente, disfrutar del paisaje mientras su bicicleta hacía todo el trabajo. El ingenio se probó en los Países Bajos, donde el medio de transporte más habitual es, precisamente, la bicicleta. Aunque podría ser verdad, se trata de una declaración de intenciones de Google. La tecnología no ha avanzado aún lo suficiente como para permitir bicis autónomas capaces de mejorar de forma sustancial la seguridad vial. La inteligencia artificial ha avanzado de forma exponencial en los últimos años y se postula como una herramienta capaz de hacernos la vida más fácil.

LA 'CUESTA DE ENERO' NO EXISTE

Diciembre es el mes de los regalos, la lotería, los viajes intempestivos y los excesos de todo tipo. Los kilos de más, los remordimientos y las tarjetas de crédito con los plomos fundidos, la pesadilla de todos los eneros. Si sumamos el aumento de precios y el fin de las vacaciones navideñas, el resultado es abrumador

ANA M. SERRANO

Sin embargo, ¿es real este esfuerzo que la mayoría sentimos como una losa o lo que de verdad pesa es ponerse las pilas? La *cuesta de enero* es el resultado de los dislates de diciembre y la vuelta a la vida real. Un regreso arduo que implica retomar conceptos como contención, planificación, ahorro, presupuesto y otros *palabras* igualmente odiosos que las rebajas se empeñan en desestabilizar. Tampoco ayudan los nuevos -viejos- propósitos que suelen acabar en el cubo de la basura antes de que asome febrero.

Los datos son implacables

El ambiente anima a gastar. En apenas 20 días, la mecánica del despilfarro trabaja a todo trapo. Según el estudio de consumo navideño, *Navidades en un click*, elaborado por Deloitte, el gasto medio por hogar en España asciende a 633 euros -un 3,3 por ciento más que en 2016, gracias a una percepción más optimista de la situación económica, cuatro puntos por encima de la declarada hace un año-. Sin embargo, promociones como el *Black Friday* -este año, casi un 31 por ciento de las compras se realizaron en noviembre- y el incremento del consumo *online* -un 25 por ciento del presupuesto- favorecen la previsión, el ahorro y la contención. También las opciones de pago a crédito van perdiendo terreno tanto en tiendas físicas como virtuales.

Los expertos insisten: el control sobre las finanzas particulares es fundamental a la hora de afrontar los dispendios navideños. Como diciembre ya no tiene remedio, enero ofrece la oportunidad de recobrar la calma. Las opciones pasan por fijar un presupuesto, discriminar los gastos innecesarios, evitar el crédito,



ISTOCK

examinar las ofertas en suministros y servicios como seguros, telecomunicaciones, finanzas personales y energía. Afrontar las rebajas con cabeza es otro de los requisitos indispensables. En los hogares donde los niños han descubierto algunos de los misterios de la Navidad, aplazar los regalos de Reyes al tiempo de rebajas se convierte en una opción muy saludable.

El *gym*, las clases de inglés o las dietas milagro suelen incrementar unos presupuestos de por sí endeables. Así que,

antes de lanzarse al dispendio indiscriminado de los buenos propósitos conviene analizar si se trata de perspectivas reales o de las mismas quimeras de todos los años.

Aunque no podemos negar que los excesos navideños conforman el grueso de las turbulencias económicas de cada inicio de año, los españoles hemos aprendido de las pasadas dificultades, equilibramos mejor la balanza gasto/ingreso y escalamos la *cuesta de enero* con bastante más oxígeno.

¿ES EL FIN DEL INTERNET LIBRE?

Estados Unidos ha dado el primer paso para terminar con la neutralidad de la red. La nueva regulación podría terminar con el importante desarrollo de nuevos modelos de negocio que ha tenido lugar en Internet durante las últimas décadas

Cuando pensamos en Internet, pensamos en una especie de salvaje oeste digital en el que todo es posible. Un lugar aún no excesivamente regulado donde cualquiera puede llegar y hacer de su vida y su negocio lo que él quiera. Un mundo competitivo en el que las oportunidades son iguales para todos.

El mes pasado la Comisión Federal de Comunicaciones de Estados Unidos -FCC, por sus siglas en inglés- decidió eliminar una serie de regulaciones que hacían posible esa igualdad de oportunidades. Estas leyes impedían que las grandes empresas que dan acceso a Internet pudiesen bloquear contenido, darle prioridad sobre otro o cobrar extra para acceder a ciertas páginas.

Lo único que tienen que hacer es declarar lo que van a hacer. Vamos, que con que lo incluyan en letra pequeña e ilegible en alguna esquina, como se hace con tantos otros productos y servicios, puede bastar.

La eliminación de estas leyes supone la posibilidad de que las grandes compañías de telecomunicaciones en Estados Unidos puedan modificar libremente la experiencias de los ciudadanos en Internet.

¿Cómo nos afecta este cambio legal?

Mucha gente estará pensando que no es tan diferente de lo que ocurre con la televisión, y que no es para tanto. De lo que estas personas no se dan cuenta es de que Internet ha sido uno de los sectores donde más se ha innovado y donde más se han generado nuevas empresas. Sin leyes como la que se



ISTOCK

pretende modificar, firmas como Netflix no existirían, por poner un ejemplo.

Compañías como AT&T o Verizon podrían hacer *bullying* a Netflix haciendo que la conexión fuese más lenta para dar prioridad al contenido que ellas crean y cuelgan *online*, y evitar así competencia. Cuando las grandes empresas de este tipo tienen dicho control, la posibilidad de éxito para nuevas formas de negocio y contenido se reducen exponencialmente.

Aunque la versión inicial de las modificaciones de dicha ley y su instauración fueron votadas en diciembre, aún se están haciendo cambios y la versión final será compartida con el

público dentro de unas semanas. Entonces, veremos hasta qué punto la libertad de opinión, consumo y creación de contenido y empresas se ve afectado por este cambio en la regulación de Internet en Estados Unidos. Lo que está claro es que el Internet que conocemos en Estados Unidos va a cambiar y la batalla por una red más neutral y a favor del consumidor está a punto de comenzar.

JULIANA NO

MANAGER DE DESARROLLO DE NEGOCIO
PARA ATRIUM STAFFING EN NUEVA YORK
@julie_no

RSC

LA MINISTRA DE SANIDAD VISITA LA FUNDACIÓN MGS

La Fundación MGS ha recibido recientemente en Barcelona a la ministra de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, Dolors Montserrat. En el transcurso de la visita, Montserrat se reunió con el patronato de la Fundación MGS para conocer de primera mano la acción social que ha desarrollado en sus primeros diez años de actividad, en la que destaca su labor a favor de la juventud y de diferentes colectivos que requieren de especial atención.

Además, la ministra pudo conversar con diversos miembros de la dirección de MGS Seguros y recorrió el archivo histórico que la firma ha creado para conmemorar sus 110 años de trayectoria, un espacio en el que se recogen un buen número de imágenes y objetos que han formado parte de la historia de la entidad aseguradora.

Esta visita pone de manifiesto “el interés de las administraciones públicas por el trabajo que en materia de responsabilidad social corporativa se desarrolla tanto en MGS Seguros como en el conjunto del sector asegurador”, explica la aseguradora en un comunicado.



EE

SEGURIDAD VIAL

EL 80% DE LOS CONDUCTORES RECONOCE DISTRAERSE AL VOLANTE

BP, Castrol y el Real Automóvil Club de España (Race) lanzan la campaña #alvolanteZENtrate que ofrece consejos para evitar la distracción al conducir

REDACCIÓN

Las preocupaciones personales y el estrés durante la conducción provocan distracciones que ponen en riesgo la seguridad en la circulación, aumentando la probabilidad de sufrir un accidente de tráfico. Por este motivo, la campaña #alvolanteZENtrate, promovida por BP, Castrol y el Race, lanza una serie de vídeos virales y consejos de conducción para evitar las distracciones al volante. Durante la conducción, la atención es cada vez más importante y debe garantizarnos un control total de lo que nos rodea, algo fundamental para la seguridad al volante. Cada vez existen más causas externas que pueden alterar y poner en peligro nuestra conducción, tales como el mal uso teléfono móvil, la radio, distracciones provocadas por los acompañantes, etcétera. Pero quizá lo más importante sea nuestro propio estado emocional y las preocupaciones del día a día, que se están convirtiendo en factores de riesgo muy importantes.

La atención funciona de manera secuencial: se piensa en una cosa en cada momento de tiempo, pero no tenemos la capacidad de que funcione de forma paralela. Por esto, en la conducción, el tráfico y nuestra seguridad deben ser los únicos pensamientos que ocupen nuestra mente.

Para conocer el nivel de distracción que causan en la conducción las preocupaciones personales y el estrés, BP, Castrol y el Race han recogido la opinión de más de mil conductores españoles, quienes han reconocido que conducen



PIXABAY

con un alto nivel de distracción mental. En concreto, el 40 por ciento de los conductores afirma que no se olvidan de sus preocupaciones mientras se encuentran al volante; y si esta conducción se produce recorriendo un trayecto habitual, esta cifra se eleva hasta el 80 por ciento.

La encuesta evidencia que circulamos distraídos por culpa de nuestros pensamientos. El 75 por ciento afirma que en alguna ocasión han llegado a tomar una ruta de manera automática o se han encontrado llegando a un lugar que no era su destino. Es decir, han conducido en lo que se conoce como piloto automático, exponiéndose a un riesgo muy importante en sus trayectos más habituales.

LA ASISTENCIA ANTE UN SINIESTRO DE AUTO, A UN CLIC

Mutua Madrileña cuenta con una aplicación para mutualistas que permite realizar todas las gestiones relacionadas con su seguro de auto de forma rápida y ágil. Es la aplicación mejor valorada de todo el sector seguros, con un 'rating' de 3,9 estrellas sobre 5

EL ECONOMISTA

Solicitar asistencia, dar un parte de siniestro, hacer seguimiento de la grúa desde que se requiere la ayuda, disfrutar de descuentos al echar gasolina... Los servicios asociados a un seguro de auto son cada vez más útiles y numerosos, y encima están a un clic. Así sucede en Mutua Madrileña, aseguradora pionera en transformación digital e innovación que cuenta con la aplicación de servicios mejor valorada de todo el sector seguros, con un *rating* de 3,9 estrellas sobre 5.

Mutua Madrileña renovó en 2017 su *app* precisamente con el objetivo de agilizar la prestación de servicios y elevar la satisfacción de sus usuarios. En la actualidad, una de las prestaciones mejor valoradas es la que permite tramitar un parte de siniestro con el coche o moto de forma rápida y sencilla. Para ello, basta con entrar en la *app* y acceder al apartado *Dar un parte*. El proceso de apertura del mismo es más fácil y sencillo gracias a la simplificación del cuestionario que se debe rellenar. A través de la aplicación, igualmente, se puede seguir toda la evolución del proceso de reparación cómodamente y de forma simplificada.

Igualmente, a través de la *app* de Mutua se puede solicitar asistencia en carretera en tan sólo 30 segundos. Gracias a la señal GPS del móvil, Mutua localiza de forma inmediata el lugar del percance y activa su protocolo urgente de asistencia.

Del mismo modo, otra novedad incorporada en la *app* es el servicio de seguimiento en tiempo real de la asistencia. En caso de que necesite ayuda, la propia aplicación permite hacer seguimiento en tiempo real del trayecto que seguirá la grúa desde que se solicitó la asistencia hasta que llegue al lugar del siniestro.

Entre otras prestaciones, la *app* también permite localizar taller para la reparación de su vehículo -cuenta con un potente buscador de talleres, con filtros avanzados e información detallada de cada establecimiento-, informarse

SU ASISTENCIA EN UN CLIC CON LA NUEVA APP DE MUTUA

- 1.** Díganos por qué necesita ayuda
 - ¿Ha tenido una avería?
 - Sí >
 - No >
- 2.** Indíquenos dónde se encuentra
 - ASISTENCIA
 - Díganos su ubicación para que la unidad de asistencia pueda localizarle
 - ¿Dónde?
 - Localiceme
- 3.** Le enviamos el tipo de asistencia que precisa
 - Hemos recibido su solicitud.
 - Estamos tramitando su asistencia. En breve recibirá una notificación con la información de la unidad de asistencia asignada.
- 4.** Sabrá cuánto tiempo tardamos en ir junto a usted
 - 7 minutos TIEMPO ESTIMADO

de otros servicios como la gestión de multas, la solicitud de cita para renovarse el carné de conducir o la petición de chófer para pasar la ITV de su vehículo - este último servicio está a disposición de los mutualistas con Tarjeta SOY Platino o de los tomadores de un seguro Todo Riesgo Plus- y ofrece información sobre las ventajas en establecimientos que pueden disfrutar los mutualistas, de forma personalizada según sus gustos, necesidades y de su geolocalización. Para ello, incluye la Tarjeta SOY digital, que permite a los mutualistas acceder a ventajas únicas no disponibles en otros canales.

La tarjeta SOY virtual -en el móvil- permite a los mutualistas beneficiarse de interesantes descuentos en establecimientos de todo tipo -gasolina, alquiler de coches, ocio, hostelería, etc.-. Repsol, Europcar, Avis, Hertz, Parque de Atracciones, Parque Warner, Faunia, LG, Just Eat, Cinesa, Grupo Vips, Rodilla, La Sirena, B the Travel Brand, Hotels.com, AC Hotels son solo algunas de las firmas que ofrecen sus servicios con descuentos a los asegurados de auto de Mutua Madrileña gracias a los acuerdos que tiene firmados la compañía.

Sorteos periódicos con regalos exclusivos

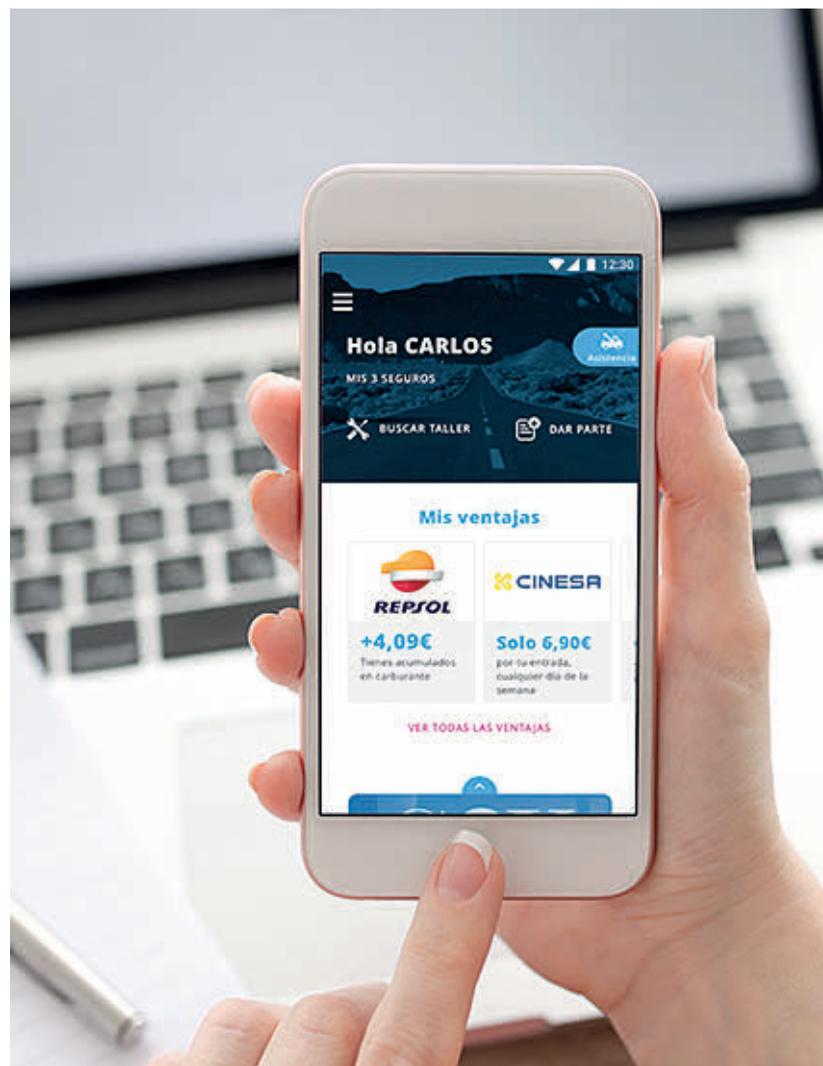
A través de la *app*, Mutua pone en marcha periódicamente sorteos en los que los mutualistas pueden ganar interesantes premios, como *smartphones*, tabletas, televisiones, *smartwatches* o, incluso, coches. En la actualidad, la aseguradora permite participar en el sorteo de un coche Opel Corsa GLP. Para hacerlo, sólo es necesario descargarse o actualizar la *app* y pulsar en el icono *sorteo*. Esta promoción está abierta hasta el próximo 26 de enero.

Cifras de éxito

En la actualidad, más de 320.000 mutualistas ya la utilizan. La *app* de Mutua, que se puede descargar de forma gratuita a través de la *Apple Store* y de *Google Play*, cuenta con 20.000 descargas cada mes. A través de ella se registran 1.400 partes de siniestros de auto mensuales. Desde su puesta en marcha, acumula más de 140.000 búsquedas de taller. Ya cuenta, además, con más de 90.000 partes iniciados. Sólo en el último año, las declaraciones de partes se han multiplicado por cuatro a través de este canal.

Su desarrollo se ha realizado siguiendo las últimas tendencias del mercado. Así que para ahorrar tiempo, el acceso a la *app* se puede realizar por un sistema de identificación por huella dactilar o reconocimiento facial.

Mutua persigue, en definitiva, que la *app* se convierta en el canal principal de interacción con el cliente, lo que favorece la prestación de un servicio rápido, accesible y totalmente adaptado a las necesidades de cada usuario.



Apuesta por la transformación digital

Transformarse digitalmente es uno de los objetivos en los que se ha centrado Mutua en los últimos años. En 2015, la compañía creó la Dirección de Transformación Digital, cuya principal responsabilidad es impulsar el proceso de renovación digital de la compañía, lo que se está consiguiendo con muy buenos resultados.

En los últimos años, la compañía ha llevado a cabo avances importantes, principalmente en marketing digital, canales *online*, *ecommerce*, *big data*, generación de demanda y procesos de innovación.

Nueva 'app' de servicios de Mutuactivos

Mutuactivos, la entidad de gestión de activos de Mutua Madrileña, también ha renovado su 'app', a la que se han incorporado nuevas utilidades y prestaciones. A través de la aplicación, que se puede descargar de forma gratuita a través de 'Google Play' o de la 'Apple Store', los ahorradores pueden consultar rápida e intuitivamente la evolución de sus finanzas personales, contratos, operaciones y activos financieros, actualizados a diario. Toda la información sobre sus productos contratados, seguros de ahorro, fondos de inversión y planes de pensiones está a un clic. Pero además de ver de forma actualizada la valoración de las inversiones -valores liquidativos y rentabilidades-, la información se completa con gráficos de rendimiento histórica, documentación legal... Igualmente, a través de la 'app' los clientes pueden resolver sus dudas y ponerse en contacto con su asesor personal.



EL CANAL DE TV CON TODA LA INFORMACIÓN DEL SEGURO

Seguros Tv es el primer canal audiovisual del sector asegurador, con reportajes, entrevistas, y otros contenidos cuyo objetivo es acercar la labor del seguro a profesionales y particulares

REDACCIÓN

El empuje de los formatos audiovisuales llevó en 2012 a dos profesionales del sector asegurador y el marketing a crear un canal audiovisual para hacer más atractiva la información del sector asegurador. Ramón Albiol, director general de Marketing Site y editor de Seguros Tv

(<http://www.segurostv.es>), y Concha Aliende, directora comercial de Seguros Tv, son los fundadores de esta iniciativa que, junto a un equipo de profesionales del sector asegurador y la comunicación y el periodismo, se marcó como objetivo propiciar al máximo la comunicación audiovisual tanto dentro del propio sector asegurador como entre éste y su entorno: clientes, colaboradores, proveedores, etc. Ramón Albiol, editor de Seguros Tv y director de elEconomistaSeguros, señala que “en realidad, fue un proceso que duró casi un año y que nació hace seis como consecuencia de la experiencia propia en el sector asegurador, la evolución de la comunicación hacia el soporte digital y el desembarco con fuerza del formato video”.



Seguros^{tv}

En ese contexto, “todas las piezas del puzzle estaban encima de la mesa, solo había que unirlos. Eso sí, con un objetivo claro: conectar a los diferentes intervinientes en el seguro para mejorar la imagen social que el seguro venía obteniendo y que no se corresponde con la realidad”.

A través de reportajes acerca de los principales temas de interés del sector asegurador, tanto para los clientes como para sus profesionales, con especial atención a la mediación aseguradora; entrevistas con directivos y demás protagonistas de la actualidad -como Elena Jiménez de Andrade, presidenta del Consejo General, o Luis Sáez de Jáuregui, director del área de distribución y ventas de Axa, entre otros- y otros formatos, como encuestas en la calle con las que pulsa la opinión de los asegurados, en estos años Seguros Tv ha producido más de 1.500 contenidos en formato vídeo y es, además, una referencia en la producción de contenidos audiovisuales para el sector asegurador, trabajando mano a mano con compañías de seguros y con profesionales de la mediación e instituciones.

Seguros Tv nació en 2012, en plena crisis económica y financiera, aunque eso no ha supuesto un obstáculo para consolidarse en la información aseguradora. Haber nacido en ese contexto “sí nos hizo abordar el proyecto y su puesta en marcha con más realismo, nos ayudó a corregir errores con más rapidez y a enfocar las cosas con más precisión”, explica el editor de Seguros Tv, quien añade que “en épocas de bonanza económica habríamos sido menos cuidadosos con aspectos de nuestra actividad que, en plena crisis, se resuelven de forma más eficaz y sobre todo menos costosa”.

Mejorar la comunicación en el sector asegurador

El principal objetivo de esta iniciativa impulsada desde Marketing Site es “mejorar la comunicación de los intervinientes en el sector asegurador con un eje central: los clientes”. Un objetivo que también se ha marcado el propio sector asegurador a través de la patronal del seguro, Unespa con iniciativas como el portal ‘Estamos Seguros’.

Una parte fundamental de este objetivo es llegar al consumidor final. Para ello, Seguros Tv coedita desde 2015 junto al diario *elEconomista*, la revista mensual *elEconomista Seguros*. “La imagen del sector no es la que le corresponde y pretendemos poner nuestro grano de arena para mejorarla. De hecho, la revista es una de esas piezas orientadas a mejorar la relación entre el sector asegurador y sus clientes”, señala Albiol.

Ambos soportes, completamente digitales, permiten a Seguros Tv cubrir



Elena Jiménez de andrade, presidenta del Consejo General de los Colegios de Mediadores de Seguros. EE



Luis Sáez de Jáuregui, director del área de distribución y ventas de Axa en España. EE

prácticamente todas las necesidades informativas de los consumidores y los profesionales del sector, además de contar con una importante presencia en las redes sociales. Gracias a ambos soportes, el cliente final puede conocer de primera mano a los directivos de sus compañías de seguros, descubrir sus estrategias de responsabilidad social corporativa - cada vez más importantes para el sector asegurador- y, además, descubrir los entresijos de un sector de actividad que está presente en prácticamente todas las facetas de nuestra vida personal y profesional pero que continúa siendo un gran desconocido para la sociedad en su conjunto.

Novedades para 2018

En el ejercicio que acaba de comenzar, Seguros Tv tiene previstas algunas novedades: “Por supuesto, hay que estar en permanente evolución y 2018 no será una excepción. Aunque no me gusta contar demasiado de los proyectos hasta que no están en la calle, sí que cambiaremos cosas, hay que adaptarse a la rápida evolución del formato digital y a los cambios en el vídeo como herramienta de comunicación”, concluye Ramón Albiol.

DOS CEREBROS PARA LA BUENA SALUD

El cerebro es el 'órgano rey' del cuerpo humano y es bien conocida su conexión con el sistema digestivo, el equilibrio hormonal y la salud en general. Pero, ¿qué papel juega realmente el intestino en el organismo?

CARMEN LANCHO

Pues tiene un papel protagonista y más de lo que se piensa. Desde hace aproximadamente cuatro décadas, los científicos se han dedicado a estudiar la conexión que existe entre el cerebro y el intestino y han llegado a describir este último como el *segundo cerebro*. Han conseguido determinar cómo el estómago, a su vez, interviene en otros procesos como los inmunológicos, esenciales para una buena salud y cómo procesos como el estrés o la ansiedad influyen de forma negativa. ¿Sabía que existe una rama científica llamada Psiconeuroinmunoendocrinología? Esta rama estudia precisamente la conexión entre el sistema nervioso y el sistema inmunológico y cómo se interrelacionan con el sistema endocrino. También ayuda a entender el cuerpo humano desde un punto de vista global, algo que puede ser beneficioso para encontrar solución a ciertas patologías y que aporta una explicación al porqué de éstas.

Dismenorreas, colon irritable, migrañas, hipotiroidismo o depresión son algunas de las enfermedades que pueden encontrar respuesta con este modelo de medicina. Y, ¿dónde está la solución? En el sistema digestivo y la microbiota intestinal, lo que se conoce comúnmente como *flora intestinal*, y que está formada por millones de microorganismos que pueblan el intestino. Estas bacterias son vitales en ciertos procesos digestivos, protegen al cuerpo humano de la proliferación de otras bacterias no beneficiosas y participan en la síntesis de algunas vitaminas como la vitamina B y la K. Si la microbiota no está sana, el sistema inmunológico no está fuerte, y necesita consumir más energía en detrimento de otros procesos que



bloquean elementos como ciertas hormonas, necesarias para una correcta salud mental. En esta línea se centra Xevi Verdaguer, especialista en la Psiconeuroinmunoendocrinología (PNIE) y divulgador científico, que el pasado año publicó su libro *Transforma tu salud* y en el que da ciertas claves para disfrutar de una correcta salud, identificando los desequilibrios que afectan negativamente. En su libro indica que “la psiconeuroinmunoendocrinología (PNIE) no es una terapia alternativa, es un modelo de medicina multidisciplinaria” y “que se

complementa con la medicina convencional”. También insiste en que cada individuo puede mejorar su salud equilibrando la carga de hormonas masculinas o femeninas que genéticamente tiene a través de la alimentación.

Verdaguer es, además, un gran estudioso de la relación entre el cerebro, el intestino y las hormonas sexuales. Ha comprobado cómo están relacionadas y cómo influyen los unos en los otros, explicando en el libro el “eje intestino-cerebro” como una relación bidireccional.

EE

HOGARES PROTEGIDOS SIN GASTAR MUCHO DINERO

Avisar a los vecinos de su marcha para que estén alerta o entrenar a su mascota no harán de su hogar una fortaleza infranqueable. Le damos algunos consejos para que proteja a los que más quiere de los imprevistos

M. C.

Contratar un sistema de alarma es solo una de las muchas medidas que podemos tomar para mantener a salvo nuestro hogar, no solo para evitar que un intruso se cuele en casa, sino para protegerlo de problemas tan comunes como la rotura de una tubería o un fuego. La domótica es una gran aliada a la hora de vigilar y proteger lo que más quiere. Uno de los sistemas más eficaces y económicos es la instalación de sensores o detectores. En este apartado contamos con sensores de movimiento y apertura de puertas y ventanas que pueden protegernos de una intrusión no deseada, o detectores de humos o inundación, que ayudarán a prevenir un posible fuego o un problema con el agua.

Las cámaras de vigilancia son quizá los sistemas más utilizados para controlar los accesos a nuestra casa. Las de última generación, dotadas de visión 360 grados, sistemas de conexión inalámbricos e iluminación a través de sensores de movimiento e infrarrojos permiten controlar el perímetro y las entradas a casa desde un dispositivo móvil.

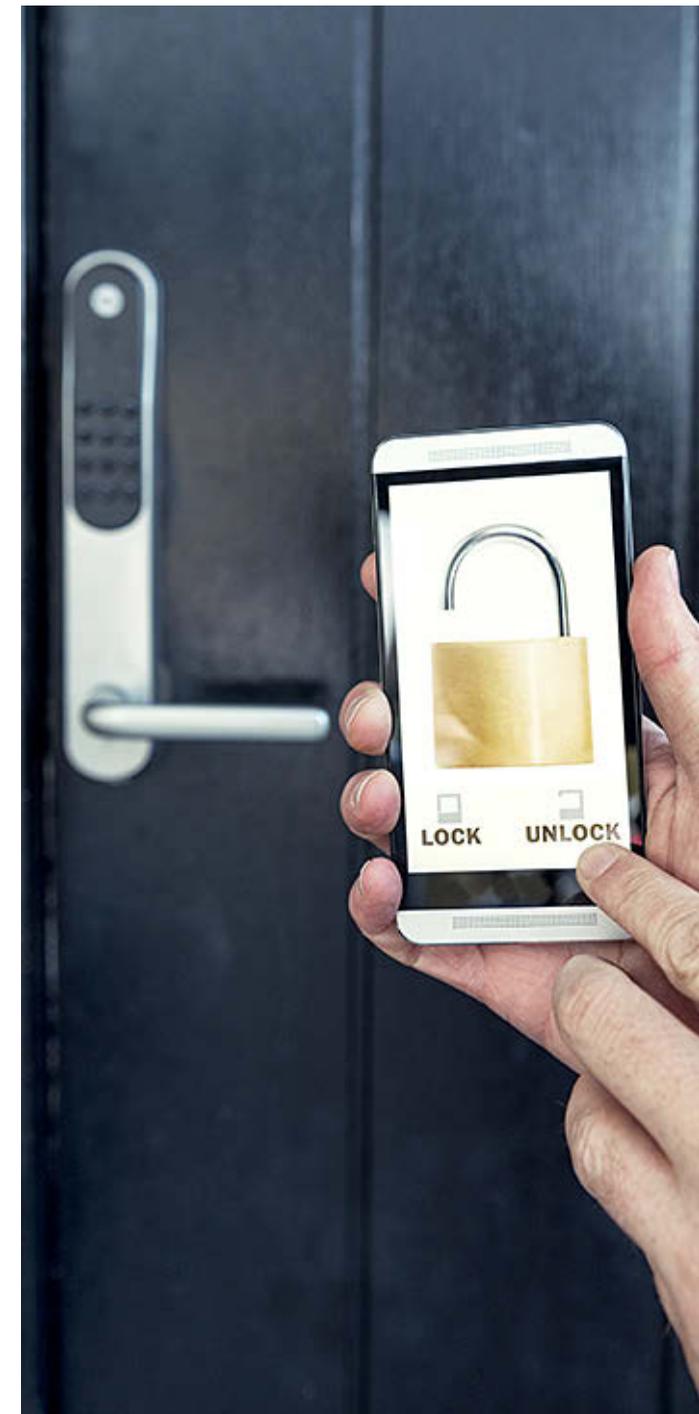
La mayor parte de los robos en casas se producen a través de la puerta principal, por ello, además de la instalación de sensores, es importante analizar la seguridad de todos los puntos de entrada a la vivienda. Contar con cerraduras blindadas y con una mirilla que permita identificar lo que ocurre fuera sin necesidad de abrir la puerta, reforzará la seguridad de la vivienda. En el caso de las ventanas, es importante tener en

cuenta que, si opta por la instalación de cierres o rejas, estos no faciliten la escalada de la fachada.

En las viviendas unifamiliares, y cada vez más en urbanizaciones y bloques de viviendas, la iluminación del perímetro es esencial, ya que está demostrando que los robos se producen con mayor frecuencia en las casas que se encuentran en lugares oscuros o más alejados. Además, para evitar que la casa parezca vacía, la iluminación intermitente del interior de la vivienda puede ser un elemento disuasorio para los ladrones. Colocar un temporizador que encienda y apague las luces y otros aparatos electrónicos como la televisión, simulando que hay gente, ayudará a evitar a los intrusos.

Cajones de seguridad y cajas fuertes

En ocasiones utilizamos los cajones de la cómoda o pequeños joyeros para guardar los objetos de mayor valor, poniendo muy fácil a los ladrones la adquisición de nuestros bienes más preciados. Contar con cajas fuertes o cajones de seguridad escondidos en lugares de difícil acceso ayudará a conservar para siempre nuestros tesoros más queridos. Por último, una de las medidas más aconsejables es instalar en casa dispositivos de alarma audibles conectados con alguna compañía especializada en seguridad. Además, recuerde que cuantas más y mejores medidas de seguridad tenga su vivienda, más económico será el cálculo de la prima anual de su seguro de hogar.



COCHES MÁS CONECTADOS QUE NUNCA

Los tradicionales ordenadores de a bordo de los vehículos han dado paso a verdaderos sistemas que conectan los coches a la red para mejorar su seguridad y la experiencia de conductor y pasajeros

ANTONIO FAJARDO



Con los coches cada vez más inteligentes en materia de seguridad activa y pasiva, los fabricantes han tenido que actualizarse también en cuanto a la experiencia de usuario al volante. Las interfaces consistentes únicamente en botones, palancas y pantallas LED de segmentos se sienten como del siglo pasado. Una sensación acentuada especialmente por la calidad y tamaño de las pantallas de los móviles actuales. Las pantallas digitales en el cuadro de mandos, los controles de la consola al estilo tableta y las proyecciones en el parabrisas o una pantalla entre el conductor y el parabrisas están de moda y han llegado para quedarse.

Los informáticos y los profesionales del marketing lo saben bien, la presentación y la usabilidad es gran parte de la experiencia del usuario. Una interfaz bonita y funcional gustará más que una difícil de manejar o tosca, aunque el servicio que ofrezca sea mucho más simple. Además, cada fabricante está intentando desmarcarse en este aspecto, de tal forma que en cuanto vea el diseño sepa de qué marca es el sistema.

La diferencia entre el *BMW iDrive* y el *Mercedes Comand* es notable, por poner un ejemplo. Ahora, además, tenemos multitud de marcas que hacen uso de sistemas como el *Android Auto* o el *Apple Carplay*, que aunque técnicamente no son iguales, sirven para aportar mayor funcionalidad a los sistemas del vehículo.

Un vehículo que use *Android Auto* será capaz de, a través de la conexión con el teléfono móvil o con una tarjeta sim instalada en el vehículo, acceder a Google Maps y ofrecernos la mejor ruta según el tráfico actual, incidencias temporales -como los cortes de tráfico en Madrid en Gran Vía por Navidad o el trazado de la San Silvestre Vallecana- o el estado de los aparcamientos.

Lo bueno de usar un sistema común como es *Android Auto* es que la unión hace la fuerza y las aplicaciones que se desarrollen para esa plataforma se podrán usar en multitud de marcas distintas sin tener que hacer nada -o apenas nada- de trabajo, lo que ofrece al usuario mayores ventajas. Además, reduce mucho los costes de desarrollo e implementación del sistema en el vehículo, ya que para poder instalar cualquier *software* en un vehículo tienen que seguir las normas *MISRA C* y, si no las cumplen, no se aprobará su uso por razones de seguridad.

Al ser un desarrollo tan estricto y con muchos puntos de control, el coste y el tiempo tanto de la creación como de la modificación del sistema son mucho mayores. En este caso, al ser Google o Apple los que hacen el desarrollo, y gracias a toda su infraestructura y su conocimiento, pueden

emplear más recursos para lograr un muy buen resultado.

Por contra, aunque el sistema se puede personalizar bastante, nunca tendrá un aspecto tan marcado como los dos mencionados anteriormente, el *BMW iDrive* o el *Mercedes Comand*, algo que para marcas *premium* es muy importante. Quieren hacer sentir a sus clientes que son especiales y que merecen tener un sistema que esté a la altura de lo que ofrecen, y eso solo se consigue con un desarrollo propio. En cualquier caso, tanto los menús como las imágenes y las funcionalidades son cuidadosamente seleccionadas.

El problema es que, en muchos casos, por querer ahorrar costes, especialmente en coches de gamas más bajas, las pantallas táctiles son de tipo resistivo en vez de capacitivo -pantallas que hay que presionar y que son un poco blandas en vez de las duras que con tocar solamente ya reconocen el dedo- y eso, especialmente si tenemos que arrastrar el dedo por la pantalla, suele empañar mucho la experiencia de usuario.

En algunos casos extremos tenemos a algunos fabricantes que están metiendo toda la funcionalidad de la consola central en sus sistemas de entretenimiento. Son bastantes las marcas que han implementado que los controles del climatizador sean a través de las pantallas táctiles del vehículo. Esto, que tiene el potencial de ser un punto a favor para simplificar los controles del vehículo, ha enfadado a muchos conductores, no tanto por tener que regular el climatizador desde la pantalla, sino por cómo tienen que hacerlo.

No hay accesos rápidos, son menús escondidos o de difícil acceso o los controles táctiles dejan mucho que desear, haciendo que poder poner la temperatura deseada sea toda una odisea. Además, tendríamos que añadir el riesgo que puede tener andar mirando distintos menús mientras se conduce en vez de usar ruletas o botones físicos dedicados como hasta ahora, algo que puede que se tenga en cuenta por las aseguradoras en sus cálculos de riesgo de accidente a la hora de calcular el precio del seguro.

Sea como fuere, es una tendencia que puede ofrecer muchas posibilidades a la vez que mejore las funciones de a bordo. Igual que personalizamos el fondo de pantalla del móvil, la posición y qué iconos mostramos y demás, se abre la posibilidad de poder tener cuadros de mandos personalizados e interactivos -como en muchos coches ahora, que cambian de color y forma según el modo de conducción-, interiores más estilizados y, con la llegada de los coches autónomos, espacios más funcionales para aprovechar nuestro



Google y Apple también están apostando por impulsar la conectividad de los vehículos. EE

El diseño de los cuadros de mando de los coches puede afectar también a su seguridad

tiempo mientras el vehículos nos lleva a nuestro destino.

¿Cuánto tardaremos en verlo? Es complicado saberlo, pero solo tenemos que mirar a los vehículos de hace diez años y a los de ahora para ver la gran diferencia en cuanto a funcionalidades y apariencia. En otros diez años puede que los interiores, divididos en piloto y copiloto incluso desaparezcan, con áreas más luminosas y amplias. La tecnología avanza a un ritmo frenético, pero los controles de seguridad harán que las nuevas ideas tarden algún tiempo en implementarse.



ISTOCK

OBJETIVO: PROTEGER AL CONSUMIDOR EN LA RED

Garantizar una mayor transparencia y privacidad a los ciudadanos en el tratamiento de sus datos personales ante los riesgos de una sociedad de la información cada vez más voraz será el principal foco del nuevo Reglamento Europeo de Protección de Datos que entrará en vigor en la primera mitad de 2018

M. C.

Las transacciones electrónicas relacionadas con el comercio electrónico, redes sociales, etc., crecen al mismo ritmo que se multiplican los riesgos en cuanto al tratamiento de los datos personales de los consumidores en la red. Por ello, el próximo 25 de mayo de 2018 entrará en vigor el nuevo Reglamento Europeo de Protección de Datos (RGPD), aprobado en mayo de 2016.

El principal cometido de esta normativa será que los ciudadanos tengan más control sobre los datos que aportan a empresas u otras entidades, incluyendo por primera vez el derecho al olvido, que permite borrar el acceso a la búsqueda de la información en el caso de que sea falsa, inexacta o haya

quedado desfasada. Una de las novedades que se recogen, explican en la Agencia Española de Protección de Datos, es que además de aplicarse a responsables de tratamiento de datos establecidos en la Unión Europea, se amplía la aplicación a los no establecidos en la UE, siempre que realicen tratamientos derivados de una oferta a ciudadanos de la Unión o como consecuencia de una monitorización y seguimiento de su comportamiento. Además, tal y como resume la Asociación Española de Economía Digital, Adigital, se adelanta a los 13 años la edad de consentimiento para el tratamiento de datos; se toma en cuenta el tratamiento de los datos de personas fallecidas en base a la solicitud de sus herederos; se incorpora el principio de transparencia y se contemplan los derechos de acceso, rectificación, supresión, derecho a la limitación del tratamiento, así como a la portabilidad y oposición. Quedará prohibido el almacenamiento de datos como ideología, afiliación sindical, orientación sexual u origen racial.

Tal y como explica la Agencia en su blog, la Ley pone en relieve la figura del delegado de protección de datos, garante del cumplimiento de la normativa de la protección de datos en las organizaciones. Además, según Adigital, se introduce la obligación de bloqueo, que garantiza que los datos queden a disposición de las autoridades competentes para la exigencia de posibles responsabilidades.

Sanciones a las empresas en caso de negligencia

El reglamento recoge sanciones millonarias para aquellas que la incumplan, llegando hasta los 20 millones de euros, o el 4 por ciento de lo vendido por la empresa a nivel mundial en un año. En este sentido, las organizaciones estarán obligadas a comunicar y solucionar cualquier brecha de seguridad que se produzca en el tratamiento y almacenaje de los datos. La cesión no autorizada de los datos personales a un tercero, la utilización de los mismos para fines no señalados en el contrato o la recolección de datos de terceros sin consentimiento serán especialmente perseguidos a la luz de la nueva ley.



Preventiva | PreveHogar
Seguros



Contrata ahora y para celebrar nuestro 75 aniversario, te regalamos el Servicio Dental de Preventiva para toda la familia durante 1 año*, incluyendo el Plan de Salud Bucal Infantil.
(hasta 5 personas)



HOGARPRO

Un hogar, no puede pasar sin coberturas esenciales.
Para los hogareños más sencillos.



HOGARMAX

Cuando un hogareño pide algo más a su seguro y exige coberturas casi plenas.



HOGARLUX

Para hogareños que piden un alto nivel en su vida, tanto en tranquilidad, como en aseguramiento.

- **Infórmate en tu Sucursal o Agencia más cercana o entrando en www.preventivahogar.com**
- **Conoce el Servicio Dental Familiar en www.preventivadental.com**

*Válido para todas las nuevas contrataciones de Seguro PreveHogar desde el 15 de noviembre al 31 de diciembre, consultar bases en: <https://www.preventiva.com/promociones>

INNOVACIÓN Y REBELDÍA SE FUNDEN EN LAS JOYAS DE PLATA PURA

Los hermanos Juan y Ricardo Molleja han aprovechado los 60 años de experiencia en joyería de su familia para lanzar su propia firma en la que se funden tradición, innovación y pasión

V.M.Z.

Qué sucede cuando se une la tradición joyera con la innovación? El inconformismo y la rebeldía de Juan y Ricardo Molleja, hijos del joyero cordobés Juan Molleja, con más de 60 años de experiencia, les llevó a crear su propia firma. “Plata Pura surge de la suma de la tradición joyera de nuestro padre y de la rebeldía de mi hermano Ricardo y mía en cuanto a nuestra visión de lo que sería una joya diferente sin seguir los cánones que había en el diseño de joyería hasta ese momento”, explica Juan Molleja, CEO y cofundador de la firma de joyería Plata Pura.

Tradición e innovación se unen en sus diseños para dar como resultado “colecciones inspiradas en el Mediterráneo y en formas orgánicas”, explica Juan Molleja, quien añade que “nuestras colecciones están pensadas para quien se siente diferente y no quiere seguir modas ni cánones preestablecidos”.



En definitiva, joyas de plata para gente apasionada. Como sus fundadores. Juan explica que para él, la pasión es “el bucle de la ilusión por una idea, la sensación que sentimos cada vez que vemos acabado un nuevo diseño y lo que nos empujó a seguir con nuestra idea en los momentos de crisis”.

Los hermanos Molleja se lanzaron a la aventura en septiembre de 2007. Con diez años recién cumplidos, su objetivo es “hacer llegar nuestros diseños a todo el mundo, expandiendo la marca en otros países y consolidándonos en los que ya estamos presentes”.

Los hermanos Molleja comenzaron formándose en la fabricación de piezas de oro, para seguir con la tradición familiar. Pero pronto se dieron cuenta de que lo que de verdad les apetecía era “crear nuestra propia marca y poner en valor todo lo aprendido, teníamos muy claro la línea a seguir y el estilo que proponer, un concepto mediterráneo lleno de líneas orgánicas que usa materiales como la piel, piedras naturales, cristal de Murano, etc.”, recuerdan.

El primer paso hacia la creación de Plata Pura lo dieron en 1992, junto a su padre. Comenzaron a fabricar plata con grandes volúmenes de producción. “En ese tiempo aprendimos todas las técnicas de producción y acabados. De forma paralela, adquirimos mucha experiencia en la parte de negocio”.

Una de las señas de identidad de Plata Pura es el uso de la producción en hueco usando la técnica de electro-formado, lo que permite crear formas con gran volumen y poco peso. Según explican, esta técnica ofrece infinitas posibilidades de diseño, y para su creación es necesario el uso de la plata en su estado puro, de ahí el nombre elegido para su firma: Plata Pura.

Expansión internacional

Desde sus comienzos, los diseños de Plata Pura han sido muy bien recibidos por el público nacional e internacional. Además de en España, la firma de joyería distribuye sus colecciones en Portugal, Holanda y Puerto Rico, y tiene previsto ampliar su presencia a Alemania e Italia.

Aunque no disponen de tiendas físicas aún –no lo descartan para el futuro–, Juan y Ricardo Molleja distribuyen sus diseños en varios puntos de venta y cuentan con tienda online. Su rápido crecimiento se ha producido gracias a su presencia en ferias internacionales como Iberjoya y Bisutex, además de la pasión y el esfuerzo realizado por los hermanos para dar a conocer sus diseños.

Desde sus primeras colecciones, en las que las protagonistas fueron pulseras de cuero con entrepiezas de plata y piedras, pendientes largos y

La nueva colección de joyas de Plata Pura apuesta por los diseños con grandes volúmenes. EE



La firma de joyería prevé ampliar su presencia internacional en Alemania e Italia

anillos voluminosos, han llegado a sus últimas propuestas. En su última colección destacan los colgantes de gran tamaño con anillos y pendientes a juego.

Los joyeros explican que para su diseño se han utilizado piedras naturales como malaquita, ojo de tigre, ónix, lapislázuli o cianita, “con las que se ha conseguido combinaciones increíbles. El propósito de Plata Pura siempre ha sido el de innovar y sorprender buscando materiales y formas como en la colección Balti, en la que se usaron doblets de cristal roca con una cama de piedra natural, consiguiendo efectos de color con el movimiento de la pieza en las propias piedras; o en la colección Shell, cuando se apostó por fusionar preciosas perlas abrazándolas con formas de plata ondulada”.

Al ejercicio que acaba de comenzar, los hermanos Molleja le piden “salud, inspiración y continuar creando con la misma ilusión que nos ha llevado hasta aquí”.



ISTOCK

LAS MEJORES OPCIONES PARA COMENZAR A AHORRAR

El nuevo año se llena de buenos propósitos, entre ellos, el de ahorrar un poco más para poder disfrutar de una buena jubilación y hacer frente a imprevistos ¿Cuál es la mejor opción?

v.m.z.

Ya lo habrá oído más de un centenar de veces, es necesario aumentar el ahorro para complementar la pensión pública de jubilación. No queremos comenzar 2018 dándole la tabarra, sólo recordarle que en un entorno de mercado como el actual, además, de destinar cierta cantidad de su salario mensual a incrementar su ahorro, puede obtener cierta rentabilidad a largo plazo que le permita disponer de un buen colchón para disfrutar de la que podría ser una de las mejores etapas de su vida. O antes, porque contar con un colchón de ahorro es muy útil si tiene que hacer frente a ciertos imprevistos a lo largo de

su vida laboral. Por ejemplo, un accidente o una enfermedad inesperada. Numerosos profesionales del sector asegurador han advertido que la dependencia es un riesgo que muchas familias españolas aún no tienen en cuenta y que, como consecuencia del aumento de la esperanza de vida por encima de los 80 años, cada vez será más frecuente.

Ahora bien, ya sabe que cuanto antes comience a ahorrar, mejor, para poder aprovechar el tiempo como un factor multiplicador de la rentabilidad – siempre que cuente con el correcto asesoramiento y gestión de sus ahorros-. Si es de los que aún no ha comenzado a ahorrar o piensa en cambiar su estrategia de ahorro e inversión, debe tener en cuenta algunas tendencias que serán claves en el ejercicio que acaba de comenzar.

Adiós a los productos garantizados

En un contexto de tipos de interés como el actual y sin perspectivas e cambiar al menos a corto plazo, es importante tener en cuenta que los productos de ahorro con rentabilidades garantizadas tienen los días contados. Es un inconveniente si usted tiene un perfil de inversión conservador con especial aversión al riesgo. Puede seguir apostando por planes de ahorro y demás productos que garanticen, al menos, el capital aportado, pero no espere obtener rendimientos de su inversión.

Acostúmbrase a asumir parte del riesgo de la inversión -si desea poder obtener una rentabilidad aceptable-. Cada vez será más habitual que las compañías aseguradoras lancen productos con algún tipo de inversión, ya sea en fondos de inversión o en otros activos. No se preocupe, aunque suene muy arriesgado no tiene porqué ser peligroso para su cartera. Eso sí, antes de elegir una herramienta de ahorro determinada -*unit linked*, planes individuales de ahorro sistemático -*pias*-, planes de previsión asegurados -*ppa*-, etc.- asegúrese de que cuenta con el asesoramiento de un profesional cualificado. Una buena opción es acudir a un mediador de seguros colegiado que le ayude a diseñar y planificar el ahorro para tener cubiertos los imprevistos que puedan surgir tanto en medio como en el largo plazo. Ya sabe que no todo debe ser para la jubilación.

Una opción a tener en cuenta es la inversión en fondos de inversión. Tal y como cerraron los mercados bursátiles 2017 y su comportamiento en los primeros días de 2018, depositar parte de su ahorro en un fondo con una buena gestión puede ser una buena idea.

De acuerdo con Finanbest, los fondos de inversión están viviendo una *edad dorada* que puede prolongarse un año más gracias, en parte, a “la



ISTOCK

**Cuanto antes
comience a ahorrar,
menor esfuerzo le
supondrá mejorar
su jubilación**

entrada en acción de gestores automatizados que permiten obtener una rentabilidad centrada en las necesidades y el perfil del cliente”.

Finanbest explica que sus ventajas fiscales y seguridad jurídica, además de la diversificación que permiten, han convertido a los fondos de inversión en una de las herramientas preferidas de los españoles para ahorrar a medio y largo plazo. Según datos de Inverco, el sector gestiona más de 250.000 millones de euros de patrimonio de más de 8,5 millones de partícipes en España, y “el 80 por ciento de la rentabilidad de una cartera se debe a la distribución correcta de los activos (*asset allocation*), por lo que es primordial saber en qué mercado estar y en qué momento”, apunta Asier Uribechebarria, fundador y director general de Finanbest. Por eso es primordial contar con un buen asesoramiento antes de invertir.

EL BALONMANO, UN VALOR SEGURO

Solidez económica, alto número de deportistas federados, interés mediático, buenos resultados deportivos, tradición... Son muchas las razones que han asentado al balonmano entre la clase noble del deporte nacional, aunque no goce de la repercusión de otros como el fútbol o el baloncesto. Un deporte que por muchas razones supone un espacio atractivo por el que apostar en materia de patrocinio. El sector asegurador no es ajeno a ello

DIEGO FERNÁNDEZ TORREALBA



Si hablásemos de bolsa, nos referiríamos al balonmano como un valor seguro en España. Ciertamente que no se encuentra a la altura en cuanto a expectación mediática, poder de marketing o capacidad de generar ingresos de los deportes más populares en nuestro país -baloncesto, tenis, motociclismo, ciclismo o el inevitable fútbol-, pero sí que está muy asentado desde hace ya varias décadas entre la clase noble.

El balonmano se encuentra ahí situado por méritos propios y por numerosas razones: tradición y una historia sólida; un interés notable tanto para los medios de comunicación como para la afición; un estable estado de salud en el aspecto económico, ahora más sólido tras la superación de la crisis; una elevada cantidad de deportistas federados y de aficionados que lo practican y, sobre todo en los últimos tiempos, unos excelentes resultados deportivos tanto a nivel de clubes como de selecciones nacionales.

Es cierto que una gran parte de la población sólo se acuerda del balonmano en las grandes citas, vibrando, sufriendo y disfrutando con la selección española en los Campeonatos de Europa, los Mundiales o los Juegos Olímpicos. Pero hay una importante cantidad de aficionados fieles que acuden a animar a su equipo a la cancha todas las semanas o lo ven, si es posible, por televisión.

Los pabellones de los conjuntos de la máxima categoría española, la Asobal, e incluso los de la División de Honor Plata, registran buenas entradas. La afición a este deporte responde, especialmente en aquellos municipios -Guadalajara, León, Logroño, Granollers...- que no cuentan con equipos de fútbol o baloncesto en la élite. Muchas de estas urbes, algunas de ellas capitales de provincia, tienen en su conjunto de balonmano al estandarte de la ciudad y, por ello, sus seguidores suelen implicarse sólidamente en el equipo.

La práctica de este deporte tampoco se queda atrás. La Memoria 2016 del Consejo Superior de Deportes (CSD) sitúa en casi 100.000 el número de

licencias de balonmano en España, concretamente 95.037. Esta elevada cifra coloca al balonmano como la séptima modalidad deportiva nacional. Además, hay que destacar que despierta también un alto interés entre las féminas, que alcanzan casi un tercio del total de licencias -30.942 por las 64.095 de los hombres-.

Pero, sobre todo, en esta aproximación al balonmano no podemos dejar de resaltar los espectaculares resultados deportivos que se obtienen. A nivel de clubes se han conquistado numerosos títulos europeos, con el Barcelona -que logró su última Copa de Europa en 2015 y llegó a conquistar cinco consecutivas en los años 90- como gran dominador. De hecho, el club catalán es el más laureado del mundo en esta especialidad. Pero no se puede tampoco dejar de lado la alta categoría de la liga Asobal, que presume de históricos como el BM Ciudad Real o el Ademar León y demuestra la pujanza actual de clubes como el Quabit Guadalajara o el Helvetia Anaitasuna.

Las selecciones nacionales no se quedan atrás, ni mucho menos. La masculina, subcampeona de Europa en 2016, parece que vuelve por sus fueros tras un periodo un poco gris. Siempre entre la élite europea, ha sido dos veces campeona del mundo -2005 y 2013- y ha conquistado tres bronce olímpicos. Y qué podemos decir de las famosas *Guerreras* de la selección femenina, que han conquistado grandes logros en los últimos tiempos: campeonas de Europa en 2008 y 2014, bronce en el Mundial de 2011 y en los Juegos de 2012.

Patrocinios principales

Esta buena salud hace que al balonmano, por fortuna, no le falten patrocinadores. El sector seguros ha respondido a la llamada no sólo asegurando a jugadores, clubes, selecciones y federaciones, sino a modo de sponsor. Al fin y al cabo, pese al desembolso económico a realizar -menor que en el caso de otros deportes más mediáticos- los resultados positivos tanto a nivel de clubes como de la selección nacional repercuten en el valor de marca de las compañías.

En este sentido, es muy relevante la figura de Helvetia Seguros, veteranísima patrocinadora de la Real Federación Española de Balonmano y del Comité Técnico de Árbitros -acuerdo que alcanza hasta el año 2020- y desde hace ya una década patrocinadora del Anaitasuna, club que pese a llevar pocas temporadas en la Asobal ya se ha consolidado entre los mejores equipos de la categoría. El Balonmano Alcobendas femenino, de la División de Honor Plata, también recibe el apoyo de esta compañía de seguros. Una firma, por cierto,



La selección española de balonmano cuenta con un gran palmarés. EE

Cerca de un tercio de los jugadores de balonmano federados en España son mujeres

volcada en su apoyo a otras muchas modalidades deportivas, desde el hockey al montañismo, pasando por el remo.

Pero Helvetia, que en su estrategia ha llegado a patrocinar incluso a comentaristas de balonmano -fue el caso de José Javier Hombrados y Alberto Urdiales en el Campeonato de Europa de 2014- no está sola en su esponsorización a clubes de la élite. Otra aseguradora, MMT Seguros, también muy vinculada tradicionalmente al deporte -especialmente al mundo del baloncesto-, da nombre a otro club de la liga Asobal, el Zamora, desde hace ya seis campañas. En la temporada pasada el conjunto castellano-leonés consiguió el ascenso a la Asobal, en la que compite por segunda vez en su historia.

Tampoco podemos dejar de citar a otra compañía de seguros, Plus Ultra, que ha renovado en esta temporada el acuerdo de patrocinio al que llegó en la campaña 2016-1017 con la Asociación de Clubes Españoles de Balonmano. La aseguradora es proveedora oficial de la Asobal y tiene además una presencia activa en todas las competiciones que la asociación organiza.

LA MEDIACIÓN SE VUELCA CON LA RSC

La Navidad es sinónimo de reencuentros, amigos, familia, alegría, magia y luz. También es sinónimo de compartir momentos y pensar en los demás, en aquellos que menos tienen. Es sinónimo de solidaridad y los mediadores de seguros se han puesto manos a la obra estas fiestas para llevar la ilusión a quien más necesita

CARMEN LANCHO

Con la llegada de los Reyes Magos acaba esta temporada maratónica de cenas, encuentros, brindis y regalos. A veces el exceso en el consumo aparece durante estos días, pero la solidaridad es tan fuerte que nunca se olvida de aquellos con menos recursos ni de trabajar para que ellos también disfruten de la magia de estas fiestas. El nuevo año siempre es buen momento para mirar hacia el futuro y ver la cantidad de proyectos que quedan por hacer.

Y antes de pensar en el futuro, el presente también está lleno de retos por cumplir y acciones maravillosas que llevar a cabo. Por este motivo, la Federación de Organizaciones Profesionales de Corredores y Corredurías de Seguros de España, Fecor, desarrolla su política de RSC bajo el lema *Corredor Solidario*. Para celebrar estas fiestas ha puesto en marcha su campaña *Queridos Reyes Magos* para que ningún niño se quede sin la ilusión de un juguete. Lo primero que ha hecho Fecor ha sido buscar Reyes Magos que les ayuden a llevar la magia a los hogares que más lo necesitan. Desde 2012, Fecor ha iluminado cientos de sonrisas con este proyecto y este año el reto es llevar ilusión a más de 600 niños.

Este año, como ya ocurrió en la pasada edición de *Queridos Reyes Magos*, la Federación ha vuelto a trabajar en colaboración con Mensajeros de la Paz y la importante colaboración de los voluntarios, que en su gran mayoría pertenecen al sector asegurador, tal y como señalan desde Fecor, junto a otros voluntarios que son ajenos al mismo pero que quieren sumarse a esta causa.

Mercadillos solidarios, lotería de Navidad, recogida de



ISTOCK

juguetes y alimentos, el sector del seguro se mueve a través de los profesionales dedicados a la mediación. Todas las iniciativas son bienvenidas y más en estas fechas. Como es el caso del Colegio de Mediadores de Málaga, que puso en marcha entre sus colegiados su campaña solidaria aprovechando la tradicional compra de lotería de Navidad.

Además, tanto los colegios como las asociaciones profesionales apoyan distintas causas solidarias. Así, desde Cojebro han compartido la donación de alimentos que uno de sus asociados, la Correduría Sánchez-Castañón, ha realizado a la ONG Zafra Solidaria y que se destinará a las familias con pocos recursos.

DESDE **9.96 €***

Conoce nuestro seguro de ENFERMEDADES GRAVES

Cuidados pensados para tu familia, que te permitirán mantener la solvencia económica suficiente para hacer frente a los gastos que estas enfermedades pueden ocasionar.

MÁS INFORMACIÓN >

En Antares somos especialistas en cuidar personas



Somos la Compañía de **Seguros Personales de Telefónica**. Contamos con un amplio y competitivo abanico de **productos y coberturas**.



Nuestra principal labor es poner a disposición de asegurados, empresas y canal de mediación **las mejores soluciones aseguradoras**.

Nuestros servicios



Salud



Vida



Enfermedades Graves

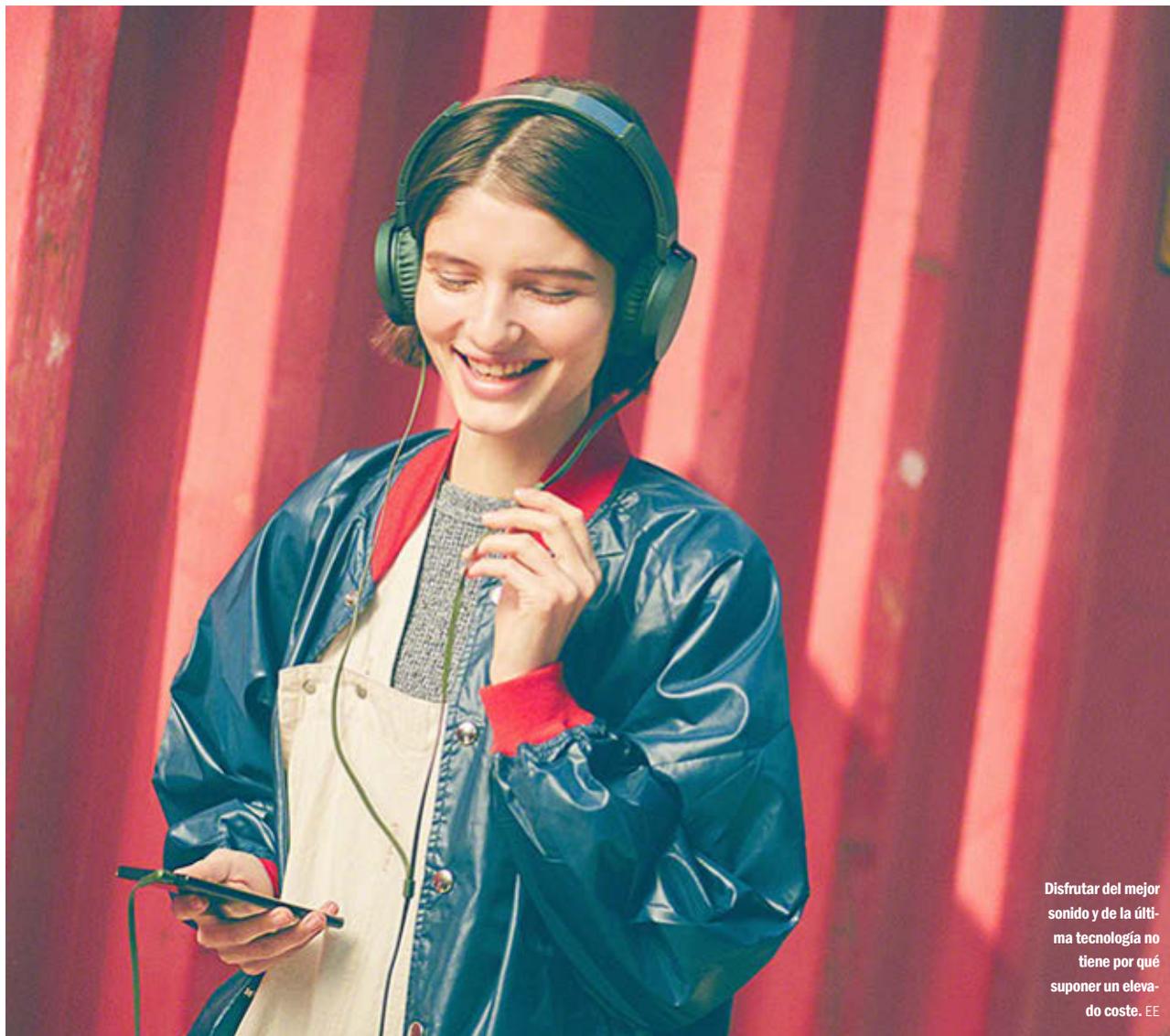
Para más información, llama al **915 23 63 45** o visita **antares.es**

* Precio para mujer de 35 años, 10.000€ de capital asegurado y opción de "cáncer".

'GADGETS' ECONÓMICOS PARA AFRONTAR ENERO CON ALEGRÍA

Ya pasó. Al fin hemos dicho adiós al tiempo de las grandes comilonas, las reuniones masivas, el despilfarro generalizado y los regalos fuera de control

ANA M. SERRANO



Disfrutar del mejor sonido y de la última tecnología no tiene por qué suponer un elevado coste. EE

A sí llegamos a enero: con el cinturón bien apretadito y la palabra *rebajas* taladrándonos el cerebro como si no hubiéramos consumido lo suficiente. Sin embargo, en medio de la vorágine navideña es posible que hayamos olvidado alguno de esos pequeños detalles *tech* que nos hacen la vida más fácil. La tecnología no tiene por qué ser cara. Al menos, no necesariamente. He aquí unos cuantos artilugios que triunfaron en 2017 y tienen intención de perseverar este año recién estrenado: baterías de repuesto, drones, altavoces, auriculares...

Con servicios como Spotify o Deezer, carecer de conectividad *bluetooth* en el coche es un verdadero fastidio. Menos mal que existen los transmisores inalámbricos para sacarnos del apuro sin tener que cambiar de coche. El modelo de *VicTsing* cuesta menos de 20 euros y además de transmisor, puede ser usado como puerto USB de carga rápida para el teléfono. Es compatible con la mayoría de móviles y tabletas, y admite tarjetas de memoria. Sin salir del terreno de la música y el sonido, los altavoces *bluetooth* ya forman parte de los artilugios habituales en casi todos los hogares. Lo que antes era una extravagancia poco accesible -y asequible-, ahora se puede adquirir por menos de 50 euros. Tanto dentro de casa como en el jardín o la playa, Aukey dispone de la solución musical adecuada y completa. Se trata del altavoz inalámbrico *SoundTank* con conexión *bluetooth* 4.1, dos *driver* de 5W incorporados, una autonomía de 30 horas en funcionamiento y un diseño original. En cuanto a los auriculares de diadema, los *Sony MDR-XB550AP* son buenos, bonitos y baratos. Por supuesto cómodos, bien diseñados, disponibles en cinco colores y con extraordinario rendimiento. Su estilo atrevido y sus potentes graves hacen las delicias de los más jóvenes, pero también de quienes disfrutan de la profundidad y contundencia de los sonidos. Otra alternativa y a mitad de precio son los *Senhheiser HD 206*. Sólo cuestan 25 euros. A cambio brindan un audio dinámico con graves nítidos y buena atenuación del ruido externo.

Estudiantes, autónomos y demás personas cuyo equipo es su compañero fiel, la batería portátil es casi un imprescindible. No hay nada como despedir con honores todo el engorro de cables y enchufes. Entre la infinidad de modelos que ofrece el mercado, la *Kinps* se ajusta a la perfección a los estándares calidad/precio/capacidad, con sus 10.000 mAh, dos salidas de carga y 3,5 V. Todo por 13 euros. La propuesta de Anker tampoco está nada mal: se trata de una batería de carga rápida, ligera -sólo pesa 180 gramos- y tres puertos de salida USB. El modelo de Aukey ofrece mayor capacidad

-20.000 mAh- y dos salidas USB combinadas de 3,4 A. Su estética en forma de cilindro supera con creces a las anteriores.

Para trabajar directamente con la tableta o el móvil, los teclados y ratones *bluetooth* son comodísimos, sobre todo para quienes no están muy entrenados en teclear desde la pantalla. Teclados inalámbrico hay muchos y de gran calidad. Un ejemplo, el *Microsoft Wedge Mobile Keyboard*: resistente y flexible; además, la funda de protección sirve como soporte para la tableta o el teléfono. Compacto, de calidad y con la garantía de la firma es el ratón *Logitech M330*, ideal para llevar junto al portátil: funciona con pilas y dispone de un sistema de reducción de ruido, perfecto para estudiar en la biblioteca. De la misma marca, el *M590* es un ratón todo en uno: inalámbrico, con varios botones de función configurables, silencioso y apto para el uso en dos dispositivos a la vez. Disponible en tres colores -rojo, negro y gris-, la carga de una sola pila dura hasta 24 meses.

De vuelta a casa, lo que apetece a menudo es desconectar del mundo exterior, olvidarse de los telediarios, no tener que soportar la programación soporífera del grueso de los canales televisivos y ver en pantalla grande cualquier contenido de nuestra elección. Para eso, Google inventó el *Chromecast*. No es ninguna novedad, pero sí un dispositivo cómodo, económico y fácil de usar. Se conecta al HDMI de la pantalla y el cable a la clavija USB -o al enchufe de la pared- y el dispositivo de Google para consumir contenido digital está listo para funcionar y reproducir en la televisión todos los contenidos multimedia almacenados en el móvil o la tableta. Así de sencillo.

La competencia más dura para el *Chromecast* viene de Amazon y es compatible con HBO, Netflix y Amazon Vídeo. La diferencia es que *Fire TV Stick* incluye mando a distancia. Por lo tanto, no es necesario usar el móvil para poner en marcha las aplicaciones correspondientes y convertir cualquier *caja tonta* en inteligente.

En cuanto al ocio y las cámaras deportivas, destaca por su estética la *Polaroid Cube*: una monada de cámara, diminuta y potente; graba en Full HD con un ángulo de 124 grados, ideal para vídeos en *primera persona*. Si buscamos algo más sofisticado sin irnos a precios estratosféricos, la apuesta se llama *NK AC3111-DPR*. Una cámara deportiva de 16 megapíxeles, resistente al agua, gran angular de 170 grados, doble pantalla y conexión wifi.



El altavoz de Aukey hará las delicias de los amantes de las actividades al aire libre. EE



Con 'VicTsing' podrá llevar su música preferida en el coche sin necesidad de cables. EE



Sony aún el diseño y la calidad de sonido en sus auriculares MDR-XB 550AP por solo 50 euros. EE



El 'Minidrone' de Parrot tiene 20 minutos de autonomía. EE

Lo mejor, su capacidad: graba en 4K a 30 frames/segundo.

Finalmente, para iniciarse en el mundo de los drones sin necesidad de rascarse el bolsillo, el *Syma X5C* es una excelente opción. Incluye emisora y cámara y puede usarse tanto en exterior como en interior. También el *Parrot Minidrone Jumping Sumo* pinta perfecto para los nuevos *dronistas*: alcanza velocidades de siete kilómetros por hora y tiene una autonomía de 20 minutos. Otro dron ideal para experimentar en interior es el *UDI U818A*. Tampoco es nuevo, sí elegante y ligero. Dispone de cuatro hélices, cámara y un alcance de 50 metros. El punto débil es la autonomía, sólo 10 minutos.



AIG colabora con el Banco de Alimentos de Madrid

La aseguradora AIG ha recogido 130 kilos de comida no perecedera para el Banco de Alimentos de Madrid. La operación, que se desarrolló entre el 18 y el 20 de diciembre en sus oficinas de la capital, se enmarca dentro de la política de RSC de la compañía, que incentiva a ejecutivos y empleados a hacer voluntariado. Según explica la compañía, la recogida se ha centrado, principal,ente, en la recogida de alimentos infantiles.

Nuevo seguro de ciberriesgos para empresas

Seguros Catalana Occidente comienza el año lanzando un seguro de ciberriesgos con el objetivo de cubrir los principales inconvenientes que las pymes sufren como consecuencia de los ataques informáticos, entre los que destacan la pérdida de datos, la paralización de la actividad y la responsabilidad frente a terceros. En 2016, el Instituto Nacional de Ciberseguridad (Incibe) gestionó 115.000 incidentes de seguridad informática.

El Consorcio propone reducir sus recargos

El Consorcio de Compensación de Seguros ha propuesto una reducción de sus recargos, dentro de una propuesta de modificación de cláusulas, información estadística y modelos de declaración e ingreso de los recargos de riesgos extraordinarios. Esta reforma implicaría “una significativa reducción de los recargos” y la eliminación de las fichas estadísticas anuales y la automatización de los modelos de declaración y liquidación de recargos.

Los vehículos asegurados crecen un 2,60% en 2017

El número de vehículos asegurados en España se situó en 30.613.146 unidades a cierre de 2017. Esta cifra supone un incremento del 2,60 por ciento respecto de diciembre de 2016, según los datos del Fichero Informativo de Vehículos Asegurados (Fiva). De este modo, el parque de vehículos a motor que circulan por las calles y carreteras del país se ha incrementado en un total de 774.785 unidades en los últimos doce meses.

E2K entra en el Consorcio Red Alastria

E2K es un nuevo miembro del Consorcio Red Alastria. Su objetivo es establecer una infraestructura de tecnología *blockchain*, que dará soporte a servicios con eficacia legal en el ámbito español. E2K participará en Alastria a través de la tecnológica Ebroker, que trabaja en el desarrollo de un nodo activo que permitirá a sus más de 600 corredurías de seguros beneficiarse de las ventajas, funcionalidades y capacidades basadas en *blockchain*.

'DECIDE Y VENCERÁS'



ISTOCK

COGER IMPULSO PARA PODER SALIR DE LA RUTINA

No es casualidad que año tras año, todas las veces, se llenen estas fechas de propósitos, planes, decisiones, proyectos y objetivos. Tampoco es casual que apenas transcurridos unos días de enero, muchos de ellos ya se hayan abandonado, aplazado, modificado o rechazado

Y es que llega el final de año como un sutil aviso de que todo termina, como una advertencia cíclica que nos recuerda -al menos de manera inconsciente- que el tiempo avanza y se nos lleva. Esa sensación de despedida que nos invade a finales de diciembre, entre fiestas, champán, familia, frío y calores, es la que nos empuja a hacer balance del recorrido y de ese balance surge siempre una lista de cosas que deberíamos haber hecho mejor o antes o más veces; y entonces nos convencemos de que las haremos a partir de ahora, pero luego, como propósitos de año nuevo. Dejaremos de fumar o cambiaremos de trabajo o de pareja, estudiaremos

algún idioma, disfrutaremos mejor de los buenos momentos, nos reconciliaremos con alguien a quien queremos, seremos padres por primera o quinta vez, nos iremos a vivir a otro país, escribiremos por fin ese libro que nunca empezamos, nos declararemos a alguien que siempre hemos amado, o simplemente haremos todo igual pero lo viviremos distinto.

Pero del mismo modo que el fin de año nos trae el recuerdo de lo que se acaba, el año nuevo, una vez empieza, nos envuelve de la prometedora fertilidad de los comienzos, nos embriaga con el renovado aroma de lo conocido y nos brinda la oportunidad de seguir con la partida de antes y nuestro juego: pasamos la frontera del final y aquí seguimos, otra vez, entonces para qué cambiar, y de nuevo lo mismo.

Así que, si el final nos lleva a querer cambiar cosas ya, casi con urgencia, el principio nos anima en cambio a ir más tranquilos y continuar igual; al fin y al cabo el año es largo y enero es duro, mejor lo dejamos para febrero o ya marzo, o cuando llegue el buen tiempo, o en verano, o si acaso tras las vacaciones y el descanso, o cuando llegue septiembre, o mejor aún el año siguiente. Y así se cierra el círculo, por el que damos vueltas año tras año, como si fuera un ritual que articulara el mecanismo que nos retiene y nos mantiene dando vueltas.

Sin embargo, cuando decides salir de esa dinámica y emprendes de verdad lo que quieres, y conviertes los planes en acciones y luchas con el esfuerzo del que sabe que va a llegar donde se ha propuesto, ya no esperas nunca más a diciembre para nuevos propósitos, ni te vence ningún frío enero. Cuando sales por fin de la rueda, cambia el paradigma para siempre: de cíclico a fásico, de dar a vueltas a avanzar y caminar con la seguridad de elegir los pasos y el convencimiento de que te llevarán, etapa a etapa, a recorrer y configurar ampliamente tu vida. ¿No consigues lo que quieres o no quieres conseguir eso?

JORDI CÁNOVAS

CONSULTOR Y COACH

GUÍA DE 'NETWORKING' PARA EMPRESAS

'NETWORKING': ¿SÓLO RELACIONES A LARGO PLAZO?

La clave del éxito del 'networking' es aportar valor a los que forman parte de su red de contactos. Pero no siempre es necesario generar relaciones a largo plazo con toda nuestra red. ¿Cómo podemos distinguir las relaciones de corto y largo plazo?

ANTONIO DOMINGO

A lo largo de los temas que hemos tratado en esta guía hemos insistido en muchas ocasiones en la importancia de que el *networking* está basado en aportar valor a los demás y en que no se trata de tener miles de contactos en la agenda o cajas llenas de tarjetas de personas de las que no recordamos nada, sino de hacer relaciones enfocándonos en aportarles ese valor a su vida, lo cual generará que con el tiempo nos vayamos ganando su confianza.

Evidentemente, y como ya explicamos en su momento, esto no es fruto de un día ni de una semana, sino de enfoque y de trabajo, es decir, cada vez que vayamos a un evento o nos presenten a alguien deberemos llevar puestas las *gafas del networking*. ¿Y qué es eso? Pues la mentalidad de ver y

pensar en la otra persona y no en nosotros, para de esta forma encontrar cómo aportarle ese valor que mencionábamos.

Ese enfoque nos ayudará a ir creando relaciones en las que generaremos lazos que nos unen con los demás teniendo docenas de formas diferentes de conseguirlo en virtud de cómo es, cómo piensa, lo que necesita o lo que realmente está buscando. Sin embargo, a veces encontramos personas con las que desde el primer momento no nos sentimos cómodos y no nos apetece mantener una relación de *largo recorrido* con ellas o es precisamente al revés, que detectamos que son estos contactos quienes no tienen interés de que creamos esa relación, pero vemos la posibilidad de encontrar una sinergia inmediata en la que ambas partes podamos salir beneficiadas.

A pesar de ser contrario a los principios del *networking*, ese tipo de contactos también nos pueden ser útiles, aunque para ello deberemos cambiar el planteamiento de largo plazo por el corto, es decir, no pensar en cómo poder aportarle valor a lo largo del tiempo, sino centrarnos en el aquí y ahora. Es lo que denominamos *tener un trato*, es decir, llegar a un acuerdo en el que ambos podamos tener algún tipo de beneficio, aun sabiendo que no tiene más trayectoria que dicho trato, y que una vez terminado, haya dado buen o mal resultado, no volveremos a mantener el contacto ni generar una relación posterior.

Como decimos, este no es el enfoque puro del *networking*, pero es importante saber que esas situaciones aparecen y deberemos estar alerta para detectarlas, no desperdiciarlas cuando se presenten y sacarle el partido que podamos. Tener resultados nunca es malo, ya que aunque no la volvamos a ver, habremos obtenido un negocio, un aporte, un contacto o una transacción. Al menos obtuvimos un rendimiento de un contacto que era estéril y no tenía visos de poder mantenerse como relación en el tiempo.

Ahora la pregunta es inevitable: cuando hacemos un nuevo contacto, ¿debemos buscar la relación o el trato a corto



ISTOCK

plazo? Nuestro consejo es que siempre se busque cómo aportar valor, salvo en las excepciones que hemos mencionado, que suelen ser las menos, pero pueden existir.

En los próximos capítulos veremos nuevos enfoques del *networking* aplicado a la empresa. Mientras tanto, disfrutemos del *networking* dejando de hacer contactos y generemos relaciones, que en el fondo, es la base del éxito.

ANTONIO DOMINGO

MENTOR DE NETWORKING PARA PROFESIONALES, EMPRESARIOS Y EMPRENDEDORES. CEO DE SOCIAL MEDIA EVENTS
@AntonioDomingo <http://www.AntonioDomingo.com>

LOT: LUGAR DE CUENTO HECHO REALIDAD

Paisaje, gastronomía y pueblos medievales son los tres poderes de la provincia gala de Lot. Una región que presume de pueblos como Rocamadour, Saint-Cirq Lapopie, grutas como la Sima de Padirac, una fantástica oferta culinaria y un clima benigno

DIEGO FERNÁNDEZ TORREALBA

Si pudiéramos pedir a la carta un lugar en el mundo, a muchos nos vendría a la cabeza una tranquila comarca plagada de pueblos medievales magníficamente conservados enclavados en paisajes increíbles, que gozase de un clima agradable y presumiera de una fantástica gastronomía. No estamos hablando de ficción, sino que nos referimos a un espacio real que además no queda demasiado lejos. Se trata de la increíble región de Lot, ubicada en el suroeste de Francia. ¿No creen que puede suponer un lugar perfecto para una escapada a lo largo de este invierno?

Para tratar de pintar el cuadro empezaremos por el paisaje, una ordenada y agradable amalgama de prados verdes, campos de labor, bosques de árboles bajos y suaves lomas,



roto de vez en cuando por la presencia de impresionantes y escarpados cañones de roca caliza a cuyos pies a menudo discurren ríos de agua cristalina.

La provincia es además una especie de queso gruyere, pues consta de numerosísimas cuevas que componen un grandioso mundo subterráneo complementario al que está por encima. La más espectacular, sin duda alguna, es la Sima de Padirac, una alucinante gruta de 103 metros de altura y 32 de diámetro.

Otra de las grandes bazas de la zona son sus maravillosos pueblos, sencillos y sin grandes construcciones pero increíblemente conservados y cuidados. Con homogéneas casas de piedra de tejado rojo, a menudo rodeados por pequeñas murallas y encuadrados en lugares privilegiados, generan la atmósfera de fantasía medieval que se respira en Lot.

La visita a cualquiera de ellos será un acierto, pero vamos a resaltar tres: Rocamadour, Saint-Cirq Lapopie -nombrado como el pueblo más bonito de Francia, lo que es mucho decir- y Loubressac, escasamente conocido pero de una belleza y armonía sobrecogedoras. No podemos dejar de citar a otros maravillosos pueblos de la zona -Carennac, Autoire- o reseñar el sumo interés que encierra la visita a municipios más grandes como Cahors o Figeac.

La población más conocida, sin embargo, es Rocamadour. Destaca por su espectacular emplazamiento, colgado de una grandiosa pared vertical de roca en la que se funde y por la que trepa hasta el castillo que lo domina. Las fabulosas vistas desde lo alto del cañón de 120 metros de altura, el sabor medieval de su pequeña calle principal, la iglesia de Notre Dame y la presencia de una bonita cueva con pinturas rupestres completan la oferta.

El buen clima de la región suele hacer todavía más agradable la visita, que puede resultar inmejorable gracias a la prestigiosa gastronomía francesa. Los precios, sin ser bajos, no resultan exagerados, por lo que sería un pecado mortal no comer, aunque fuera una vez, en un buen restaurante de la región. El vino de Cahors, el azafrán, la nuez, la ciruela, el cordero, el queso y el imprescindible *foie gras* son las especialidades de la zona.

CON LA OFICINA A CUESTAS

Si hay alguna ventaja en el complejo universo de autónomos y teletrabajadores es la flexibilidad a la hora de escoger el horario y el lugar. Según el INE, el 27% de las empresas en España facilitan a sus empleados trabajar desde casa. Aunque es una cifra inferior a la media europea, ha aumentado significativamente en los últimos años

ANA M. SERRANO

Cualquier lugar -cafeterías, bibliotecas, parques-, y no sólo el domicilio del trabajador, puede convertirse en una oficina temporal. De hecho, las cafeterías suelen ser los espacios favoritos de los *freelance* para escapar de la rutina o las constantes interrupciones -pareja, hijos, compañeros de piso- que se producen en casa. Puede que algunos necesiten el silencio sepulcral de las bibliotecas, sin embargo, según un estudio de la Universidad de Illinois, los sonidos de una cafetería -cerca de 70 decibelios- mejoran tanto la creatividad como la productividad.

Aparte de los famosos Starbucks, las grandes urbes albergan un sinfín de cafeterías tranquilas, acogedoras y, por supuesto, conectadas a Internet. Algunas, como *La bicicleta, Cycling Café & Workplace*, en Madrid -una delicia con aroma a café y cruasanes- o *Crustó*, sofisticado y contemporáneo, repleto de detalles de diseño y en plena calle Zurbano -también en Barcelona-, ofrecen horarios amplios, mesas grandes con enchufes y cajoneras con llave para guardar el portátil. Otro de los preferidos de los trabajadores nómadas es *Wanda Café* -María de Molina, 1. Madrid-, un lugar optimista y de vanguardia, estética tropical y todas las comodidades para combinar trabajo con deliciosos helados, té o cafés, además de una carta variada -ensaladas, pizzas, picoteos, recetas internacionales-.

También los centros de *coworking* se han convertido en una excelente opción, mucho más formal y exclusivamente diseñada para el trabajo. La firma Coworking Spain dispone de espacios de trabajo en la mayoría de ciudades españolas. Se trata de una comunidad colaborativa de profesionales y



emprendedores que ofrece despachos privados, salas compartidas y salas de reuniones con tarifas mensuales o por horas. Muy diferente y original es *Espiritu 23*, el espacio *top* de Malasaña (Madrid) donde su colorido y decoración *vintage* invitan a la creatividad. También en Madrid, *utopic_US* ofrece servicios variados que van desde el alquiler permanente de espacios, bonos por horas, oficinas virtuales, salas de reuniones o asesoramiento legal, hasta un atractivo *coworking* café: una

tarifa económica dirigida a quienes necesitan trabajar pocas horas en el centro de Madrid con desayuno o merienda incluidos.

Las almas surferas que no pueden prescindir del portátil ni siquiera en *vacaciones* tienen en Gran Canaria un paraíso terrenal: *Surf Office*. Un nuevo concepto de retiro de trabajo con vistas al mar, oficinas personalizadas con conexión rápida a Internet, alojamiento y salas de reuniones.

EE