

Seguros

elEconomista

Revista mensual

11 de febrero de 2016 | Nº 32

¿Sabía que los Beatles fueron también pioneros en seguros y gestión de riesgo? | P4

Soy autónomo, ¿por qué mi pensión es un 30% más baja? | P20

COMPAÑÍAS Y MEDIADORES UNEN SUS FUERZAS CONTRA EL FRAUDE

La última trama desarticulada utilizaba a mujeres embarazadas para engañar al seguro | P8



4. ¿Sabía qué...?

Los Beatles, pioneros también en seguros

El cuarteto británico cambió la forma de hacer música, la cultura y la forma de protegerse

5. Compañía del mes

Vidacaixa destrona a Mapfre en el 'ranking'

El grupo asegurador de La Caixa cierra 2015 como primera compañía por volumen de negocio

30. Seguro y deporte

¿Cuánto cuesta asegurar a un deportista de élite?

Repasamos los seguros que tienen contratados estrellas del deporte para proteger su carrera

36. Redes Sociales

Principios de Social Media

Antonio Domingo nos enseñará a disfrutar y sacar partido de las principales redes sociales

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

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

Reportaje

El sector seguros une fuerzas para luchar contra el fraude

Compañías, instituciones y mediadores de seguros trabajan juntos para minimizar el impacto del fraude



8

Entrevista

Armando del Río, actor, estrena obra de teatro en Madrid

"Del riesgo no hay que protegerse, hay que calibrarlo y asumirlo"



16

20



Salud

¿Qué es el virus Zika y cómo puede prevenirse?

La OMS ha declarado la alerta por la propagación de casos de mujeres infectadas por este virus que puede afectar al feto



24

Motor

Pros y contras de comprar un coche fuera de España

¿Está pensando en comprar un vehículo de segunda mano? ¿Quiere hacerlo fuera de España? Lea antes este reportaje



Un mal comportamiento que pagamos todos

Al igual que en el famoso lema de los años 80 de la Agencia Tributaria *Hacienda somos todos*, lanzado para concienciar a la sociedad de que el fraude a la hora de cumplir con el fisco nos afecta a todos, engañar al seguro tiene consecuencias que paga la sociedad en su conjunto. Cada ejercicio, el sector asegurador en su conjunto detecta y desactiva 435.000 intentos de estafa, desde los más leves, como intentar añadir al parte de siniestro bienes que no teníamos antes, hasta los más graves, como fingir la propia muerte para cobrar el seguro de vida, amputarse miembros y fingir que ha ocurrido en un accidente de tráfico, o tramas que superan toda ficción, como la última red desarticulada en Almería, que utilizaba mujeres embarazadas que, tras provocarse el aborto con fármacos, fingían un accidente de circulación con el objetivo de cobrar la indemnización por la pérdida del bebé que esperaban.

El fraude al sector asegurador es un delito y tiene consecuencias para el conjunto de los asegurados. Línea Directa estima que el coste de estas acciones ronda los 1.200 millones de euros en los dos últimos años, y que seis de cada cien partes que reciben las compañías -sólo de

autos- son un intento de engañar al seguro. Analizamos cómo las compañías y los profesionales de la mediación combaten estos intentos de engaño. En los últimos años las compañías han redoblado sus esfuerzos y su inversión para prevenirlos.

Otro asunto de interés que afecta a las mujeres embarazadas es la propagación del virus Zika en prácticamente todo el mundo. La OMS ha aumentado la vigilancia de estos casos por su posible vinculación con malformaciones en el feto. En la sección Salud explicamos cómo se contagia este virus y cómo se puede prevenir.

Además te contamos algunas curiosidades del sector asegurador, como que los Beatles fueron pioneros también en gestión financiera y de seguros, o cuánto cuesta asegurar a los deportistas de élite ¿Sabía que las piernas de David Beckham fueron casi más caras de asegurar que las de Messi y Cristiano Ronaldo juntos?

En este número iniciamos una Guía de *Social Media* para que profesionales y emprendedores puedan sacar más partido al mundo digital y a su presencia en las redes sociales. Y estrenamos sección dedicada a ofrecer consejos prácticos para los viajeros ¡Buena lectura!

El fraude cuesta al sector asegurador cerca de 1.200 millones de euros, es una práctica que afecta a toda la sociedad y tiene, además, consecuencias penales. El sector asegurador une sus fuerzas para combatirlo con todo tipo de armas



LOS BEATLES, PIONEROS TAMBIÉN EN SEGUROS

La banda británica revolucionó la música, la sociedad y la moda de toda una generación, y también marcó la pauta de una gestión económica y de sus riesgos cautelosa y bien asesorada

DIEGO FERNÁNDEZ TORREALBA

Cuando hablamos de los Beatles hablamos posiblemente de la banda más influyente de todos los tiempos, del grupo que marcó una época, abanderó una generación y generó tendencia no sólo en lo musical, sino mucho más allá. La formación de pop rock británica fue pionera en muchos aspectos, un referente de marketing, un modelo social... y hasta un modelo de gestión económica. Hoy en día, Paul McCartney es el músico más rico del Viejo Continente, con una fortuna que ronda el billón y medio de dólares. Y no es por casualidad. Tanto él como los componentes de su banda acertaron al cubrirse muy bien las espaldas en los tiempos de bonanza, sabiendo

asesorarse y confiar en las personas adecuadas; invirtiendo con acierto las cifras descomunales de dinero ingresadas; encontrando las vías -no sólo mediante la gran calidad de su música sino a través del marketing- para generar ingresos estratosféricos; y, como buenos británicos, demostrando la tradición aseguradora de su nación y teniendo el acierto de contratar seguros de vida. Las pólizas originales firmadas por la banda británica se conservan en la sede del Lloyd's of London como verdaderas joyas.

Los Beatles fueron unos pioneros en todo, también en materia aseguradora y económica. Y lo demostraron en sus canciones. Curiosamente no en la más evidente, *Take out some insurance on me, baby* -que habla de amor-, pero sí en otras muchas como *Tax Man* -una crítica a la feroz política de impuestos, que ellos sufrieron más que nadie-, *Money (That's what I want)* -donde resaltaban la importancia del mismo en la vida-, *Baby you're a rich man* -en la que aconsejaban invertir bien el dinero antes que guardarlo en casa- o *You never give me your money*, que habla sobre el gasto y los negocios. Hasta tal punto eran previsores que en *When I'm 64* -escrita por Paul McCartney cuando sólo tenía 16 años- se preocupaban por el futuro de su generación, por la manera de ahorrar durante el resto de su vida, las pensiones o las ventajas de la seguridad social. Asombroso.

Curiosamente, los Beatles realizaron varias profecías con respecto a las ventajas de la inversión aplazada por impuesto (*tax-deferred investing*) y también se dieron cuenta de que una buena política de seguros podría ser positiva cuando vinieran las vacas flacas. El grupo británico, pese a sus errores -pagó su ingenuidad en el arranque de su carrera musical-, tuvo muchos aciertos en materia de gestión económica: saldar lo antes posible sus deudas iniciales, contratar a un administrador (Brian Epstein), firmar un seguro de vida y realizar un plan de seguros a largo plazo, cuidar como nadie el marketing... Aciertos que han obrado que hoy tanto ellos como sus herederos disfruten, medio siglo después de su *boom*, de una inmensa fortuna. Su gran gestión económica ha hecho que incluso se haya escrito libros que les ponen de ejemplo (*Come together: the company wisdom of the Beatles*) para compañías, emprendedores y empresarios.

VIDACAIXA DESTRONA A MAPFRE

El 'ranking' del mercado asegurador por volumen de primas al cierre de 2015 trae algunas importantes novedades. Tras años de hegemonía, Mapfre cede el primer puesto a Vidacaixa y Santalucía consigue hacerse un hueco entre los diez primeros grupos aseguradores del mercado español según Icea

V.M.Z.

Vidacaixa, el grupo asegurador de La Caixa especialista en seguros de Vida y planes de pensiones ha cerrado 2015 como el primer grupo asegurador del mercado español desbancando a Mapfre. El grupo banco asegurador registró un volumen de primas de 7,189,30 millones de euros, lo que supone un crecimiento de casi el 30 por ciento y una cuota de mercado del 12,65 por ciento, prácticamente dos puntos porcentuales más que al cierre de 2014, de acuerdo con los datos de Investigación Cooperativa entre Entidades Aseguradoras (Icea).

El grupo asegurador que preside Antonio Huertas, Mapfre, está presente en más de 40 países y se ha anotado en 2015 un volumen de primas estimado por Icea de 6.416,1 millones de euros, un 11,7 por ciento menos que un año antes, lo que le ha hecho perder casi dos puntos de cuota de mercado. Las causas de este descenso las comunicará el grupo en la presentación de sus cuentas anuales, que se hará pocas horas después del cierre de esta edición.

A pesar del descenso, ambos grupos aseguradores copan prácticamente el 24 por ciento del mercado, por lo que una de cada cuatro pólizas que se venden en España lleva el sello de Mapfre o de Vidacaixa. Y eso que el español es uno de los mercados aseguradores más competitivos, especialmente en algunos ramos, como el de Automóviles.

En los siguientes puestos del *ranking* no ha habido demasiados cambios significativos. El Grupo Mutua Madrileña se mantiene en la tercera posición del podio, con 4.333,43 millones de euros en primas, un crecimiento del 4,03 por ciento

Los 20 primeros grupos aseguradores

Volumen de primas estimado por Icea

GRUPO ASEGURADOR	PRIMAS (MIL. EUROS)	VARIACIÓN (%)	CUOTA DE MERCADO (%)
Vidacaixa	7.189,30	29,81	12,65
Mapfre	6.416,10	-11,70	11,29
Grupo Mutua Madrileña	4,333,43	4,03	7,62
Zurich	4.069,38	62,33	7,16
Allianz	3,526,21	7,28	6,20
Grupo Catalana Occidente	2.866,53	32,56	5,04
Grupo AXA	2.501,69	-5,85	4,40
Generali	2.305,86	2,07	4,06
BBVA Seguros	2.084,92	-0,14	3,67
Santalucía	1.287,48	2,66	2,27
Grupo Caser	1.281,87	-11,11	2,26
Sanitas	1.164,84	0,42	2,05
Asisa	1.055,88	4,18	1,86
Grupo Ibercaja	989,98	-11,86	1,74
Ocaso	908,30	1,46	1,60
Reale	815,57	3,61	1,44
Grupo Liberty	778,05	7,77	1,37
Seguros RGA	757,91	23,49	1,33
Santander Seguros	695,68	-63,49	1,22
Línea Directa	679,67	4,46	1,20

Fuente: ICEA.

elEconomista

y una cuota del 7,63 por ciento. El grupo que preside Ignacio Garralda ha consolidado su posición en el mercado gracias al acuerdo que firmó con La Caixa para compartir Segurcaixa Adeslas, y ahora se centrará en desarrollar su salto internacional, que comenzará en Chile.

Las compañías que más suben

Zurich y Catalana Occidente suben dos puestos en 2015 con respecto a 2014. La compañía que dirige Vicente Cancio en España ha crecido un 62,33 por ciento en primas -según los datos de Icea- y tiene una cuota del 7,16 por ciento. Por su parte, el Grupo Catalana Occidente completó el ejercicio pasado la compra del cien por cien del capital de Plus Ultra Seguros. El grupo de origen catalán ha crecido más de un 32 por ciento y roza los 2.900 millones de euros en primas.

Santalucía, por su parte, entra en el club de los diez mayores grupos aseguradores españoles con una cuota de mercado del 2,27 por ciento y un crecimiento en primas del 2,66 por ciento. Santalucía adelanta a Santander Seguros, que cierra 2015 con un desplome de su volumen de negocio del 63,49 por ciento; y a Caser, que se mantiene en la undécima posición del *ranking* elaborado por Icea.

Precisamente, Santalucía será la aseguradora en la que se centrará esta sección en su edición del mes de marzo, cuando volverá a su formato habitual, similar a una ficha, con el que queremos dar a conocer los principales datos de las compañías que operan en el mercado español: desde sus datos básicos de negocio, hasta formas de contacto y ramos en los que comercializa sus productos y servicios.

AHORRO E INVERSIÓN

HASTA EL 12% DE INTERÉS CON 'MAXIPLAN RENTABILIDAD'

Santalucía acaba de lanzar la quinta emisión de MaxiPlan Rentabilidad Estructurada, referenciado a los títulos de cuatro compañías españolas del Ibex

REDACCIÓN

Santalucía refuerza su cartera de productos de ahorro e inversión con el lanzamiento de la quinta emisión de *MaxiPlan Rentabilidad Estructurada*. Según explica la compañía que dirige Andrés Romero, se trata de un producto a prima única referenciado a los títulos de Iberdrola, Repsol,

Santander y Telefónica que ofrece una rentabilidad de hasta el 12 por ciento.

El nuevo MaxiPlan Rentabilidad Estructurada es un seguro combinado al 50 por ciento con el MaxiPlan Inversión Depósito Flexible. La compañía informa en un comunicado que es un producto a prima única (con una inversión mínima de 4.000 euros) y una duración de cinco años, que ofrece una rentabilidad de hasta el 4,8 por ciento a los dos años y hasta el 12 por ciento al cabo de los cinco años.

El producto está referenciado a títulos de Iberdrola, Repsol, Santander y Telefónica cuyo Precio de Referencia Inicial (PRI) se



M. PINA

establecerá en función de su cotización a 30 de marzo de 2016. El tipo de interés anual garantizado es del 0,7 por ciento para la nueva contratación, y el producto tiene un compromiso de permanencia de dos años.

Impulso del ramo de Vida

Con este lanzamiento, Santalucía refuerza su posición en el ramo de Vida. Al cierre de 2015, la compañía ha registrado un crecimiento de más del 11 por ciento en este ramo de negocio, alcanzando uno de los objetivos marcados por la dirección de la compañía de crecer en el ramo de Vida para diversificar su oferta de productos y servicios.



EE

NUEVO PLAN ESTRATÉGICO

GENERALI MIRA AL CLIENTE Y A LO DIGITAL

EL grupo asegurador afina su estrategia para crecer por encima del mercado en los próximos ejercicios

REDACCIÓN

Generali ha decidido centrar su estrategia en el cliente y en la transformación digital de la compañía para crecer por encima del mercado en 2016 y en los próximos ejercicios.

El grupo asegurador celebró en el mes de enero sus convenciones comerciales anuales. Tres citas en las que reunió a más de 1.200 profesionales de su red de agentes para comunicarles los datos de la compañía en 2015 y avanzar las líneas estratégicas de los próximos ejercicios.

El consejero delegado de Generali, Santiago Villa, ha explicado que "la compañía es una suma de clientes, no de líneas de negocio y el agente, nuestro principal canal de distribución, no es en absoluto tradicional, sino que está a la vanguardia del sector".

De hecho, de acuerdo con las palabras del máximo representante de la aseguradora en España, "la tecnología no es una amenaza sino una oportunidad para nosotros: nos permite marcar la diferencia aumentando la capacidad de nuestros agentes para conocer mejor a sus clientes, ofrecerles productos y servicios personalizados, aportarles valor y cercanía, y comunicarnos con ellos de manera sencilla y ágil, en función de sus necesidades".

El objetivo de Generali para el periodo 2016-2018 es transformar el modelo de negocio de la compañía para centrarlo en el servicio al cliente, con una oferta de productos y servicios más simple y más inteligente, adaptada a las necesidades del nuevo consumidor, señala la compañía en un comunicado.

nuevo

seguro de auto
Pago como
conduzco

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

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

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



Dispositivo telemático inteligente

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

Haz con nosotros la simulación y compruébalo.

www.generalis.es

Cualquiera de las oficinas o mediadores de GENERALI



UNIDOS **CONTRA EL FRAUDE**

Seis de cada cien partes que se dan a las compañías de seguros suponen un intento de estafa. El sector agudiza el ingenio y se alía con los cuerpos de seguridad para acabar con intentos de fraude cada vez más sofisticados

VIRGINIA M. ZAMARREÑO

El fraude al seguro es concebido como un hecho tan habitual que ha protagonizado varios éxitos cinematográficos. En *bandeja de plata* cuenta la historia de un pícaro Walter Matthau que incita a un incauto Jack Lemmon a exagerar sus lesiones tras un accidente para cobrar más dinero del seguro. O *Perdición*, en la que Fred MacMurray, Barbara Stanwyck y Edward G. Robinson se ven envueltos en un asesinato para cobrar el dinero del seguro de vida. Ambas cintas están dirigidas por Billy Wilder y son una muestra de que intentar engañar al seguro no es algo nuevo, aunque se haya visto

avivado por los años tan intensos de crisis económica. De acuerdo con el *III Barómetro del fraude al seguro de autos* de Línea Directa, desde 2009, el fraude al seguro del coche se ha multiplicado por 3,5. Esto es, de cada cien siniestros declarados al seguro, seis son intentos de estafa. Esto tiene un gran impacto en el sector asegurador que se acaba trasladando al coste de las pólizas. Línea Directa calcula el coste global de estas prácticas fraudulentas en 1.190 millones de euros, un 20 por ciento más que en la edición anterior del estudio,



presentado en 2013. El sector reclama una mayor concienciación de la sociedad de que el fraude al seguro es un delito y perjudica al conjunto de la sociedad. De acuerdo con el estudio de Línea Directa, 9 millones de conductores siguen justificando el fraude, aunque comienza a haber síntomas de mejoría, porque la intención de estafar a las compañías ha descendido a casi la mitad.

Para Tomás Rivera, presidente de la Federación de Corredores y Corredurías de Seguros de España (Fecor), se trata de algo intrínseco a la sociedad española. “Este es un problema social de nuestro país, que afecta a la sociedad, no sólo al sector asegurador. Prueba de ello es la situación política que tenemos y los casos de corrupción que aparecen constantemente. Es una buena prueba de que necesitamos reforzar ciertos valores morales y esto también se traduce en que el fraude al seguro no se ve como algo malo; como ocurre con el fraude a la Agencia Tributaria”.

Lucha contra el fraude

Unespa, la patronal del sector asegurador, firmó junto a la Guardia Civil el pasado mes de noviembre un procedimiento operativo para la investigación de casos de fraude a las entidades aseguradoras. En 2014, el sector invirtió cerca de 10 millones de euros a investigar y prevenir estas estafas, y cada año se calcula que se detectan y evitan 435.000 intentos de fraude. ¿Cómo lo hacen las compañías?

Francisco Valencia, director de gobierno corporativo de Línea Directa, explica que “cuando se tiene indicios se investiga más a fondo, cuando se ve que el tema corresponde a un esquema repetido, probablemente a una mafia, y que seguramente afecta a más compañías aseguradoras por volúmenes importantes, se pone en conocimiento de la policía o de la autoridad judicial para que prosigan las investigaciones”.

Especialmente cuando se trata de mafias organizadas. Como la última desmantelada en Almería por la Guardia Civil, que ha tenido gran repercusión social por valerse de mujeres embarazadas para estafar a las compañías de seguros. Precisamente, sobre este tipo de mafias, Valencia advierte de que “son una prueba de la peligrosidad social que implican estas bandas que no solo cometen fraude al seguro, sino que se suelen ver implicadas en más actividades delictivas”.

La lucha contra el fraude se ha convertido en una máxima para el sector asegurador, no sólo por la pérdida económica que supone para las compañías, sino “porque consideramos que es una lacra social y un



El fraude en cifras

550 euros

Este es el coste medio de los fraudes que tienen como protagonistas a los daños materiales. Son el 94,5 por ciento del total de los intentos de fraude registrados por el estudio de Línea Directa.

17.300 euros

El coste medio de la indemnización de los daños personales en los intentos de fraude es de 17.300 euros. Este tipo de engaños sólo supone el 5,5 por ciento de los casos, pero tienen un gran impacto en las cuentas de las compañías.

sobrecoste que al final pagamos los propios asegurados”, explica el Dr. Pablo Fernández-Miranda, director de la división de gestión de siniestros de Generali. Fernández-Miranda insiste en que “en la lucha contra el fraude es fundamental la implicación de todas las personas. Todas las personas de la organización tienen que pensar que en cualquier operación podemos tener algún intento de fraude. Es fundamental implicar a los mediadores, que los suscriptores piensen que las cosas tienen que ser legales y reales, igualmente los tramitadores de siniestros, los peritos... Todo ese trabajo es fundamental para que entre todos consigamos erradicar esta práctica”.

¿Y Cuál es el papel de los mediadores? Tomás Rivera, presidente de Fecor, recuerda que los corredores “jugamos un papel básicamente profesional. Cuando seleccionamos los riesgos que vamos a trabajar con nuestros clientes, defendemos el interés de nuestros clientes, pero también y por su bien, defendemos los intereses de la aseguradora, que luego tiene que hacer frente a los siniestros cuando se producen. Lo ideal es que el nivel de cobertura de las pólizas sea el adecuado y que la información sobre el riesgo sea la correcta para que ese bien esté correctamente asegurado”.

HOMBRE CASADO: PERFIL DEL ASEGURADO DE VIDA

A medida que cumplimos años nos hacemos más conscientes de los riesgos a los que nos enfrentamos cada día. Formar una familia parece decisivo a la hora de contratar un seguro de vida

METLIFE

Dicen que los niños y los jóvenes son más felices y osados que los adultos, quizás porque no son conscientes de los riesgos que nos acechan cada día. A medida que crecemos y cumplimos años, la responsabilidad nos obliga a tomar decisiones decisivas para nuestro futuro, como los estudios que cursamos, que marcarán en parte nuestra vida como adultos, pero incluso en esas decisiones enfrentamos la vida sin excesivas preocupaciones sobre lo que nos deparará el futuro.

Es cuando formamos nuestra propia familia cuando somos realmente conscientes de las consecuencias que puede tener que algo inesperado trunque nuestros planes. Es la familia la que suele hacemos recapacitar sobre qué pasaría si un accidente o una enfermedad grave nos impidiese seguir

desarrollando nuestra vida profesional y personal de forma plena. Es la familia quien ocupa nuestros pensamientos cuando divagamos sobre la posibilidad de faltarles; porque ante todo, buscamos la forma de garantizar su bienestar hoy y siempre.

En esta línea y de acuerdo con los últimos datos de Investigación Cooperativa entre Entidades Aseguradoras (Icea) el perfil del comprador de seguros de vida en el mercado español es el de un hombre de entre 35 y 44 años, casado, que vive mayoritariamente en capitales de provincia, trabaja por cuenta ajena y no dispone de titulación.

Estos datos deberían ser alarmantes para las aseguradoras: hay aproximadamente un 34 por ciento de la población menor de 35 años y en edad asegurable que no es consciente de la importancia de proteger su futuro. Las aseguradoras no podemos limitarnos a esperar a que las personas formen una familia para que sientan la necesidad de venir a buscarnos. Es nuestra responsabilidad educar a la población para instaurar una cultura del seguro desde edades tempranas.

Esa responsabilidad es compartida con las instituciones y las propias familias. La educación financiera de nuestros jóvenes es deficiente. Les mantenemos alejados de las responsabilidades y vicisitudes de la vida de adulto hasta que se chocan de bruces con ella. Crecen inconscientes de que su futuro también necesita una protección. La inexistente cultura del ahorro y la prevención les hace vivir ajenos a la realidad a la que se enfrentan. Un imprevisto en sus vidas sería decisivo para su vida laboral e independencia económica.

Sentimos la necesidad de proteger a nuestros jóvenes de todo aquello que puede causarles malestar y olvidamos que su propio bienestar depende de su aprendizaje para lidiar con esas situaciones.

El sector seguros cuenta con un amplio abanico de productos, los cuales no están diseñados exclusivamente para personas casadas y con hijos. Hay una necesidad real de cambio cultural en este sentido y las aseguradoras jugamos un papel fundamental en él.



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



MetLife®

Compañía líder en seguros de vida
presentes en España desde hace más de 45 años

metlife.es
900 374 100



J. VALEIRO

FUNDACIÓN MUTUA IMPULSA LA INVESTIGACIÓN MÉDICA

La Fundación Mutua Madrileña acaba de lanzar su XIII Convocatoria Anual de Ayudas a la Investigación en Salud en España, dotada con 1,7 millones de euros

EL ECONOMISTA

La investigación española y los jóvenes investigadores encuentran en la empresa privada uno de sus mayores mecenas, en particular, en el ámbito de los seguros. En contraposición a los recortes de financiación pública que ha sufrido la I+D en España en los últimos años, algunas compañías aseguradoras, como Mutua Madrileña y su fundación, han mantenido una firme posición de apoyo y han reforzado su compromiso con la investigación clínica. Según los datos del Instituto Nacional de Estadística, el gasto en I+D en relación al PIB de España ha ido reduciéndose de forma

progresiva en los últimos años. Así, mientras que en 2010 suponía un 1,40 por ciento del PIB español, en 2014 concluyó en niveles del 1,23 por ciento. En la Fundación Mutua Madrileña, sin embargo, el apoyo al sector se ha consolidado en la última década. En la actualidad, es una de las entidades privadas españolas que más recursos destina al apoyo de la investigación médica en España.

Convocatoria de ayudas: abierto el plazo de inscripción

Con el convencimiento de que la investigación médica es vital para el progreso y para el desarrollo social, en Mutua Madrileña convocan anualmente, desde el año 2004, un programa de concesión de ayudas en este campo, una iniciativa impulsada desde la Presidencia del Grupo. En estos momentos, está abierta su XIII Convocatoria Anual de Ayudas a la Investigación en Salud en España, que está dotada con 1,7 millones de euros.

Hasta el 10 de marzo, todos los profesionales que tengan en marcha estudios de investigación clínica y que estén adscritos a uno de los Institutos de Investigación Sanitaria (ISS) acreditados existentes en España pueden presentar sus candidaturas en www.fundacionmutua.es.

En esta ocasión, las ayudas irán dirigidas a proyectos de investigación en el ámbito de la Oncología infantil, Trasplantes, Traumatología y sus secuelas -incluidas las neurológicas derivadas de un traumatismo- y Enfermedades raras que se manifiestan durante la infancia. La financiación máxima será de 150.000 euros por trabajo.

Apoyo a jóvenes investigadores

Entre los criterios que el Comité Científico de la Fundación Mutua Madrileña tiene en cuenta a la hora de seleccionar los proyectos se valora, además del interés científico del mismo y de su impacto social, el hecho de que la investigación esté liderada por jóvenes investigadores menores de 40 años, con el objetivo de impulsar sus carreras profesionales y retener científicos en nuestro país. La Fundación Mutua quiere con ello mostrar su apoyo al talento de los jóvenes y ofrecerles facilidades para que se abran un hueco en el ámbito de la investigación clínica.

La presentación de solicitudes se realizará exclusivamente a través de www.fundacionmutua.es y los proyectos finalistas serán seleccionados por el Comité Científico de la Fundación Mutua Madrileña, presidido por Rafael Matesanz, y elevados posteriormente al Patronato de la misma, para la aprobación definitiva.



Ignacio Garralda,
presidente de
Mutua Madrileña.
JOSÉ ANTONIO
ROJO

Becas internacionales para la cooperación en salud

■ Al margen de las ayudas a la investigación, y por cuarto año consecutivo, la Fundación Mutua Madrileña concederá 5 becas para profesionales de la medicina y la enfermería que vayan a dedicar un mínimo de 4 meses a una labor asistencial voluntaria en países en vías de desarrollo. Igualmente, las inscripciones para participar en este programa de becas pueden realizarse hasta el 10 de marzo en www.fundacionmutua.es

Más de 1.250 proyectos financiados desde 2004

El objetivo de la Fundación Mutua Madrileña con este programa anual de ayudas es fomentar la investigación clínica de excelencia en España. Desde 2004, ha financiado 1.255 proyectos en toda España, por un valor superior a los 52 millones de euros, lo que la convierte en una de las entidades privadas que mayor esfuerzo y contribución económica ha realizado, de forma sostenible y desinteresada, para apoyar la investigación científica en materia de salud en nuestro país.

Gracias a las aportaciones que ha concedido en los últimos 12 años, la Fundación Mutua ha contribuido, entre otros aspectos, a determinar cuáles son los tratamientos más efectivos contra el cáncer y a mejorar los protocolos de su tratamiento en función de las características de cada paciente. Además, también se ha ampliado el ámbito de los trasplantes de corazón mediante la utilización de donantes a corazón parado y no sólo en muerte encefálica.



CORBIS

AHORRE GRACIAS A LA AYUDA DE LA **ECONOMÍA COLABORATIVA**

¿Qué ocurre si combinamos crisis económica e internet? Que surgen numerosas iniciativas de consumo colaborativo que permiten ahorrar compartiendo gastos o prescindiendo de intermediarios. Las posibilidades que ofrecen son numerosas y en servicios que jamás se imaginaría

v.m.z.

La economía colaborativa ha llegado para quedarse y para levantar más de un dolor de cabeza a los sectores más tradicionales. Este modo disruptivo de ofrecer servicios o vender productos ha eclosionado al calor de la crisis y se ha hecho fuerte en un sector de la población que ya ha integrado la vida digital en su día a día.

Lo primero que nos viene a la cabeza cuando hablamos de economía colaborativa son las plataformas de alquiler de vehículo –con y sin conductor- y de alojamientos particulares. Por poner algunos ejemplos: Blablacar, Uber, o Airbnb. En el caso de Blablacar, las quejas de los taxistas madrileños

consiguieron paralizar la expansión de esta compañía norteamericana en España en 2014, aunque ahora ha vuelto tras dar un giro al planteamiento de su negocio. Por su parte, Airbnb ha dejado de ser una comunidad frecuentada por viajeros *low cost* y cada vez más viajeros corporativos prefieren alojarse en una casa de su catálogo antes que pasar la noche en un hotel.

Posibilidades casi infinitas

Pero las posibilidades de la economía colaborativa van más allá, desde comunidades en las que el bien que se intercambia –se cede o se vende- es el tiempo; hasta sitios que ofrecen servicios domésticos por horas. El abanico es muy amplio, pero tienen en común la capacidad de ofrecer productos y servicios a un precio más competitivo. Quizá por ofrecer servicios poco habituales, vamos a destacar dos plataformas de economía colaborativa: CookInHouse y MyPictours.

Seguro que en más de una ocasión ha querido dar una cena en casa y le hubiera gustado contar con su propio chef para encandilar a sus invitados. Complicado y caro ¿verdad? No tanto. CookInHouse es una plataforma de origen español que ofrece los servicios de un chef a domicilio.

En función del presupuesto y del tipo de cocina deseada se elige el menú y al maestro de la cocina que se desplazará hasta su casa para preparar la comida o cena. La plataforma también ofrece la posibilidad de contratar la modalidad curso de cocina, con la que el chef, además de preparar la comida, le enseña cómo hacerlo. Una alternativa más económica que desplazarse a un restaurante. Y en muchas ocasiones mucho más acogedora.

¿Y si necesita un fotógrafo? A través de MyPictours puede contratar los servicios de un fotógrafo profesional para diferentes eventos. Su funcionamiento es sencillo: seleccionas el fotógrafo, el tipo de evento y la fecha. La plataforma cuenta con cerca de un millar de fotógrafos inscritos de toda España y soluciona uno de los principales problemas a la hora de encontrar un profesional de la fotografía: dónde buscarlos o cómo saber si el precio se ajusta al mercado.

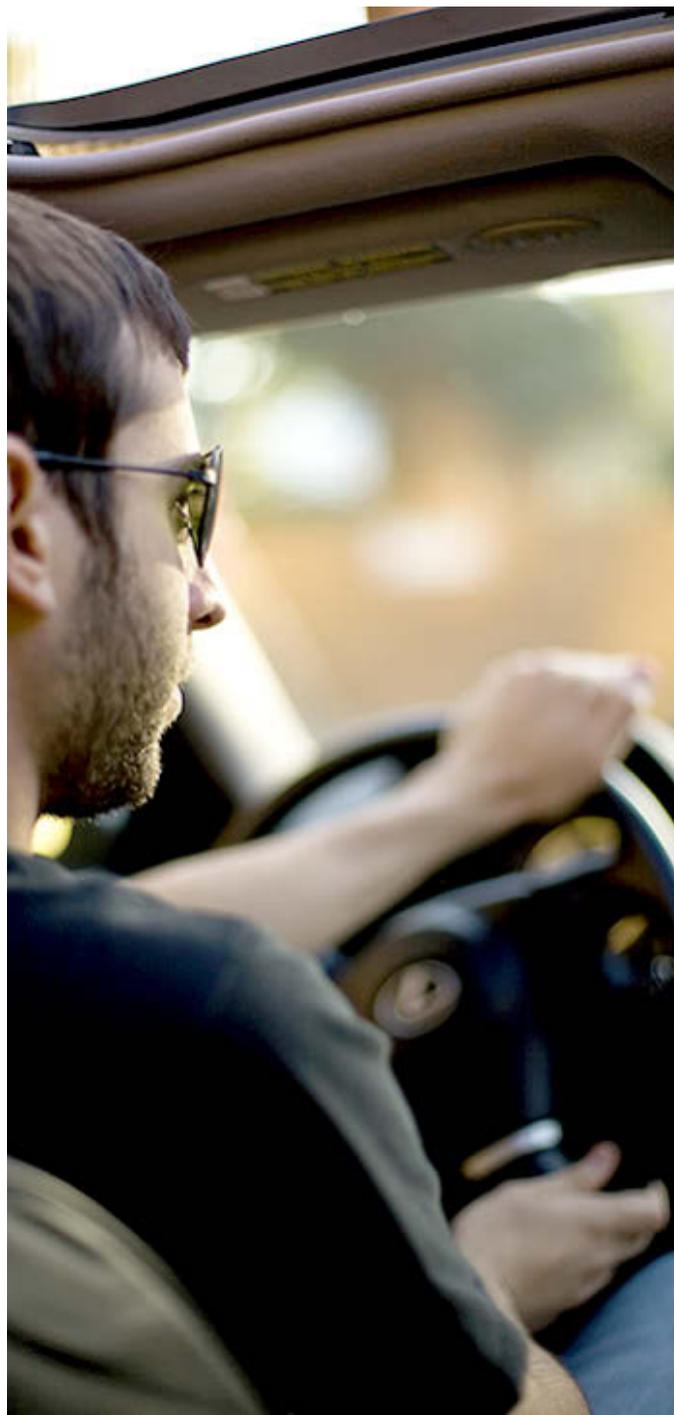
CLAVES PARA RENOVAR EL SEGURO DE COCHE CON GARANTÍA

Coberturas, garantías, exclusiones..., el precio no siempre es lo más importante. Contratar o renovar el seguro de su automóvil exige conocer las peculiaridades de nuestro vehículo y nuestras propias necesidades. Le damos las claves para poder hacerlo con garantía y sin sorpresas

REDACCIÓN

Una vez superada la cuesta de enero, toca revisar los gastos fijos de cada año. Si usted conduce, un gasto (o inversión, depende de cómo se mire) es el seguro del coche. Esta póliza es una de las que más dolores de cabeza levanta entre los asegurados, por su carácter obligatorio y por la ingente cantidad de ofertas que existen en el mercado. A la hora de contratar el seguro para un vehículo, hay determinados aspectos que debería tener en cuenta.

En primer lugar debemos elegir la modalidad del seguro. Como es de sobra conocido, existen varios tipos de pólizas para proteger el vehículo: desde el seguro a terceros, terceros ampliado o seguro a todo riesgo. Y estos pueden incorporar o



no una franquicia, que supone que el asegurado se hace cargo de una parte del coste de los siniestros, que debe especificarse en la póliza. Los expertos del sector asegurador recomiendan adecuar la modalidad del seguro a la realidad del vehículo que se vaya a asegurar, y a las necesidades del conductor. En este sentido, es necesario no descuidar nuestra protección por querer ahorrar unos euros.

Coberturas a medida

Cada vez hay más compañías que permiten contratar las coberturas por separado y adaptar las garantías de la póliza a las necesidades de cada asegurado. En este sentido, si además de conducir un vehículo de cuatro ruedas tiene una moto, existe la posibilidad de unificar las pólizas y ahorrar, de paso, un poco de dinero.

Además, las nuevas tecnologías permiten segmentar aún mejor a los clientes y el riesgo que suscriben las compañías. Los dispositivos telemáticos que controlan los hábitos del conductor al volante ajustan el cálculo de la prima anual del seguro teniendo en cuenta la forma de conducir -más o menos agresiva, si hay frenazos, voluntarios, exceso de velocidad- y el uso del vehículo, las horas en las que se circula, si se hace por carreteras convencionales o vías de alta velocidad, para ir a trabajar o como parte del ocio los fines de semana, etc.

Asistencia en carretera

Una característica fundamental de los seguros de coche es que prestan un servicio cuando más se necesitan: en caso de percance o accidente. La asistencia en carretera es una de las garantías más demandadas por los asegurados de auto y en cada póliza cuenta con características propias. Antes de decantarse por una opción hay que mirar *con lupa* lo que ofrece cada compañía, para evitar sorpresas desagradables.

Uno de los factores que más influyen a la hora de decantarse por un seguro es el valor de la marca de la compañía. Por eso es necesario analizar todos los aspectos de la póliza, y no dejarse llevar por agresivas ofertas comerciales.



Armando DEL RÍO

Actor

VIRGINIA M. ZAMARREÑO

Armando del Río es uno de los actores más prolíficos de las pantallas y los escenarios españoles. En televisión hemos podido verle en la primera temporada de *Bajo sospecha*, una serie policíaca que cosechó tanto éxito que Antena 3 decidió encargarse de una segunda temporada. En el cine ha participado en películas como *Jamón, Jamón*, *Historias del Kronen* o *Sinfin*. Y ahora se encuentra preparando su propio proyecto cinematográfico.

En teatro, Armando del Río ha participado en numerosos proyectos, siempre compaginando su pasión por las tablas con otros proyectos en cine y televisión. En 2011 llevó a los escenarios su visión sobre Calígula en la obra escrita por él mismo *El emperador y el esclavo*. Interpretó al galán protagonista de *Madame Bobary*, dirigida por Magüi Mira. Formó parte del elenco de la obra teatral *Los miércoles no existen*. En 2015 estuvo en Madrid con la obra *La novia de papá* dirigida por Joe O'Curreen.

Ahora vuelve a subirse a las tablas madrileñas para protagonizar junto a la actriz Laia Alemany Danny y Roberta, dirigida por Mariano de Paco Serrano. La obra, que el actor califica como una de las mejores obras de teatro americana contemporáneas, se estrena el 12 de febrero en la madrileña Sala Mirador y podrá disfrutarse hasta el próximo 6 de marzo. Hablamos con Armando de la obra, de sus planes de futuro y de su trabajo como actor.

**“Del riesgo no hay que protegerse,
hay que calibrarlo y asumirlo”**



Vuelve a los teatros con la obra *Danny y Roberta*, que estará del 12 de febrero al 6 de marzo en la Sala Mirador de Madrid ¿Por qué no debemos perdernos esta obra de teatro?

Porque es una de las mejores obras del teatro contemporáneo americano, con grandes personajes y que habla sobre la condición humana, sus sueños y sus deseos. Porque hemos hecho un montaje donde prima la interpretación y está apoyado por la música en directo de Ester Rodríguez.

¿Es su personaje, *Danny*, un reflejo del hombre actual, inmerso en una sociedad llena de incertidumbre?

Es un ser que tiene una gran dificultad para relacionarse con los demás a pesar de su deseo de hacerlo y de su necesidad de amor. Al no saber cómo hacerlo, saca a través de la violencia su impotencia. La violencia es un reflejo de tus propios miedos. Miedo a no ser aceptado, a que no te quieran, a ser diferente...

“Shakespeare tiene los mejores personajes que un actor puede soñar”

“A 2016 le pido poder hacer todos los planes que tengo en la cabeza”

¿Qué es lo mejor de trabajar en los escenarios? ¿Es muy diferente a la televisión o el cine?

Los ensayos. La búsqueda del personaje, encontrar esos momentos en que se condensa toda la obra en un solo texto, en un párrafo. Tener la idea general de la función, de su dramaturgia. Entonces es cuando todo se ordena en tu cabeza y puedes empezar a disfrutar realmente en el escenario.

¿Cuál ha sido el papel más complicado al que se ha enfrentado?

Un papel en una obra que escribí sobre el emperador Calígula. Basado en la obra de Mario Camus. Intenté encontrar la persona debajo del mito que se ha creado sobre ese emperador. Investigué mucho para escribir y encontré que la descripción que nos ha llegado de Calígula la crearon los mismos que le mataron. Probablemente no fue ni tan loco ni tan sádico, pero había una guerra de familias en Roma, y la suya había perdido hasta ese momento...

¿Hay algún director de teatro o cine con el que no haya trabajado aún y le gustaría hacerlo?

No he trabajado con casi ninguno de los que me gustaría... Me gustaría trabajar con Tolcachir. Hice una prueba para una función dirigida por él pero lamentablemente no conseguí el papel, pero el poco rato que estuve trabajando con él me dio muy buenas sensaciones. En cine, creo que hay muchos buenos directores, todo depende de las historias...

¿Qué personaje le gustaría interpretar?

Me gustaría trabajar Shakespeare. Creo que tiene los mejores personajes que un actor pueda soñar...

¿Qué es el riesgo para usted? ¿Cómo se proteges de él?

Del riesgo no hay que protegerse, hay que calibrarlo y asumirlo. Saber qué puedes hacer y qué no, hasta dónde llegas, cuál es tu límite... Si te conoces a ti mismo, el riesgo es más controlado.

¿Qué le pide a 2016?

Poder hacer los planes que tengo en la cabeza. Viajar. Disfrutar de mi hija y de mi mujer. Terminar mi guión cinematográfico. Disfrutar un poco más de la vida, que al final estás en una rueda y te autoimpones cosas, tareas, trabajos, y pierdes de vista lo esencial. La felicidad.

PLANTAS QUE LIMPIAN EL AIRE EN CASA

Las plantas de interior hacen las viviendas más alegres y acogedoras y, además, depende de la planta que elijas, pueden ayudar a combatir la contaminación y a mejorar nuestra salud. Estas son algunas variedades que ayudan a purificar el aire y a llenarlo de oxígeno

REDACCIÓN

La contaminación de las ciudades es cada vez más evidente -en Madrid, por ejemplo, ya se han activado en varias ocasiones los protocolos por alta contaminación- y los efectos en la salud son cada vez más numerosos: alergias, asma y otras afecciones respiratorias proliferan cada vez más en las urbes por la elevada concentración en el aire de partículas nocivas.

Purificar el aire de nuestra vivienda es más sencillo de lo que parece gracias a estas cinco variedades de plantas de interior que recomienda la Nasa. Sí, ha leído bien, la agencia espacial norteamericana. Y no es algo nuevo, ya en 1989 la Nasa señaló que las plantas, además de decorar y crear un entorno más acogedor y agradable, absorben CO₂ y liberan oxígeno, ayudan a reducir la temperatura ambiente y limpian de sustancias contaminantes el aire que respiramos.

En los hogares hay muchas sustancias tóxicas, como el formaldehído, el benceno o el tricloroetileno, que son fuentes de muchos problemas de salud. Estas cinco variedades de plantas permiten limpiar estas partículas nocivas del ambiente y hacer de su casa un refugio frente a la contaminación.

El Potus (*epiperemnum aureum*) es de las más comunes, es muy resistente y no requiere grandes cuidados. Es muy eficaz para luchar contra el formaldehído, el benceno y el xileno y previene irritaciones oculares, en nariz y garganta y erupciones cutáneas. El Espatifilo o flor de la paz (*spathiphyllum*) crece habitualmente alrededor de ríos y arroyos. Algo más delicadas que los potus, pueden absorber los cinco principales contaminantes del aire (Formaldehído, benceno y xileno, monóxido de carbono y tricloroetileno).



CORBIS

La Palma de bambú (*raphis excelsa*) puede alcanzar los tres metros de altura. Tener una de estas plantas en casa purificará el aire de la estancia de formaldehído, xileno y amoníaco.

A la sansevieria o lengua de tigre (*sansevieria trifasciata*) le gusta mucho el sol y necesita poco riego y es perfecta para eliminar benceno, xileno y tolueno, tricloroetileno y

formaldehído. Terminamos este repaso con una de las plantas más comunes en las viviendas y las oficinas españolas, el Ficus (*Ficus robusta*) El también llamado árbol de caucho elimina el formaldehído del aire y ayuda a mantener la humedad del ambiente, por su elevado índice de evapotranspiración. Sólo precisa de mucho espacio para crecer.



A tu lado
TODA UNA VIDA

91 1024000

M **METROPOLIS**
SEGUROS

www.metropolis-sa.es

SIGUENOS EN  [metropolis-seguros.sa](https://www.facebook.com/metropolis-seguros)

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

5^a

COMPañÍA MÁS
SOLVENTE DEL
MERCADO ESPAÑOL

¿QUÉ ES EL VIRUS ZIKA Y CÓMO PUEDE PREVENIRSE?

El virus Zika ha cruzado océanos hasta llegar a Europa y a España. Cada vez son más las noticias sobre nuevos casos de ciudadanos españoles contagiados por este virus que ha levantado la alerta de la OMS. Conozcamos algo más sobre esta amenaza para las mujeres embarazadas

CARMEN LANCHO

Este virus es noticia por su rápida propagación, por la preocupación que supone en el caso de mujeres embarazadas y por los casos detectados en España. Ya no se trata de un problema localizado en zonas tropicales.

El virus Zika pertenece a la familia de otros virus ya conocidos como el dengue, la fiebre amarilla o la encefalitis japonesa; y toma el nombre del bosque Zika, situado en Uganda, donde fue descubierto en 1947, tal y como describe la Organización Mundial de la Salud (OMS).

Como otros virus, el Zika se descubrió en primates no humanos, pero con el tiempo, estudios serológicos realizados en 1952 detectaron su presencia en humanos. “En 1968 se consigue aislar el virus a partir de muestras humanas en Nigeria”, señalan.

Curiosamente aunque el virus está especialmente localizado y extendido en Centro y Sudamérica, principalmente en Brasil, los primeros estudios definieron dos ramas, una africana y otra asiática.

Los síntomas

Según informan desde el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad los síntomas que presenta la enfermedad producida por el virus Zika suele ser por lo general “leves, puede llegar a pasar desapercibida o diagnosticarse de

manera errónea como dengue, chikungunya u otras patologías virales que cursen fiebre”.

Sus principales síntomas van desde la fiebre hasta síntomas inespecíficos como dolor muscular, cansancio o dolor de cabeza. También son síntomas de la enfermedad la conjuntivitis, la artritis o la inflamación pasajera de articulaciones, malestar o erupciones maculopapulares.

El virus de Zika se transmite a las personas a través de la picadura del mosquito infectado *Aedes*, en

especial el tipo *aedes aegypti*, que vive en regiones tropicales, tal y como afirma la OMS, y su período de incubación, aunque no está claro, suele aparecer a los pocos días, desde la infección hasta la aparición de los primeros síntomas. Por su parte, los síntomas tienen una duración de entre dos y siete días.

El peligro de sufrir la enfermedad se centra en las mujeres embarazadas. Y es que, aunque desde la OMS indican que poco se sabe sobre las posibles complicaciones que puede traer el Zika, debido a la falta de grandes brotes, si se observó que en 2015 durante el gran brote vivido en Brasil se ha detectado un posible vínculo entre el virus y un aumento del número de recién nacidos con microcefalia. Aunque, desde la organización destacan la necesidad de seguir investigando.

No existe una vacuna contra el Zika, ni tampoco cura. Lo normal es pasar el virus y paliar sus efectos con medicamentos comunes contra el dolor y la fiebre, descansar y mantenerse hidratado, según indican los expertos. Por lo que es importante extremar las precauciones y evitar su picadura, especialmente si se está embarazada o se planea un embarazo en los próximos meses y se va a viajar a algún país tropical, o incluso evitar viajar a las zonas afectadas. De hecho, las autoridades brasileñas han recomendado a las mujeres embarazadas no acudir a la celebración de los Juegos Olímpicos en Río de Janeiro este verano para evitar posibles complicaciones en el desarrollo de su futuro hijo.

Mientras tanto, un buen repelente de mosquitos y cubrir el cuerpo lo máximo posible con prendas claras ayudarán a mantener alejado a cualquier mosquito.



PROTECCIÓN DISEÑADA PARA ESTUDIANTES DE ERASMUS

Cada vez son más los estudiantes españoles que optan a una Beca Erasmus para completar sus estudios universitarios en alguna ciudad europea. El sector asegurador ha creado pólizas para cubrir todas sus necesidades ¿Conoce sus conceptos?

V.M.Z.

Una vez superados los exámenes del primer cuatrimestre, muchos estudiantes universitarios están ahora preparando las maletas para continuar con sus estudios en alguna universidad europea gracias a una beca Erasmus. De acuerdo con los datos de la Comisión Europea, en 2014 cerca de 300.000 estudiantes europeos disfrutaron de una de estas becas. Esta es una experiencia muy gratificante para ellos, que aprenden a desenvolverse en un país extranjero, hacen nuevas amistades y se adentran en otra cultura en un viaje académico que no exento de riesgos.

El sector asegurador cuenta, prácticamente, con una solución para cada problema, y los viajes de estudios no son una excepción. Y los estudiantes de Erasmus son un colectivo



tan numeroso que algunas compañías han creado pólizas específicas para ellos, por implicar estancias más prolongadas que los tres meses que suelen cubrir los seguros de viaje al extranjero. La correduría de seguros Uniteco Profesional, o Mapfre, son algunas de las entidades del sector asegurador que cuentan con seguros específicos para estos estudiantes.

Tanto si quien lee este reportaje es un estudiante a punto de embarcarse en una beca Erasmus o el progenitor de uno de ellos, le interesa conocer algunos conceptos de estos seguros.

¿Qué cubren? Hay deferentes modalidades. El seguro que oferta Uniteco Profesional cubre la Responsabilidad Civil del estudiante mientras esté estudiando. La correduría explica que “este seguro suele ser exigido por las universidades donde se imparten los cursos. El seguro de responsabilidad civil le permite estudiar con la tranquilidad de que si hay un presunto error, la compañía se ocupara de su defensa y eventuales indemnizaciones”. El capital asegurado en este tipo de pólizas suele ser de 90.000 euros.

Protección contra accidente y seguro médico

Además de la responsabilidad civil, a la hora de viajar al extranjero hay que tener en cuenta otra serie de coberturas con las que el estudiante debería contar. Entre ellas destaca un seguro de accidentes que se haga cargo de los percances que sufra el estudiante en su actividad académica.

Si el estudiante, además, aprovecha su estancia para conocer el país europeo en el que está estudiando, o los de alrededor, es conveniente contratar un seguro de viaje que cubra sus desplazamientos, y los problemas que pueda encontrarse con su equipaje y demás enseres personales.

Por último, pero no por ello menos importante, en muchos casos es preciso contar con un seguro de asistencia médica que se encargue de su cuidado sanitario mientras está fuera del país.

Muchas compañías cuentan con seguros a la medida de estos estudiantes que ofrecen todas estas coberturas en una misma póliza, lo que permite garantizar la máxima protección al estudiante mientras disfruta de su beca Erasmus.



Francisco Javier **ZAMORA**

Chef de Otto Madrid

VIRGINIA M. ZAMARREÑO

Francisco Javier Zamora es uno de los chefs con mayor proyección de la gastronomía española. Dirige la cocina de Otto Madrid y ha sido uno de los chefs invitados por Mahou para reinventar las patatas bravas en la última edición de Madrid Fusión. Una curiosidad: su plato favorito es el arroz blanco con huevo frito y tomate frito casero..

¿Qué es para usted la pasión?

Para mí la pasión es un estado en el que realmente haces lo que te gusta y disfrutas haciendo lo que haces. Entonces, yo creo que sí, que la cocina podría ser mi pasión, es un trabajo en el que paso tantas, tantas horas, que al final como no te guste, como no te apasione, no duras.

¿Cuándo decidió dedicarse a la cocina?

La verdad es que desde pequeño siempre me ha gustado, siempre he ayudado en casa, ayudaba a mi madre a hacer la comida. Al terminar secundaria, como me gustaba la cocina, decidí meterme en el módulo de grado medio de cocina. Con 16 años es cuando empecé a estudiar cocina.

¿Cómo es la cocina que ofrece en Otto Madrid?

“El de la cocina es un trabajo tan duro que, como no te apasione, no duras”

Lo que queremos es ofrecer sobre todo cocina de producto, no enmascarar el producto principal con sabores, especias... Queremos que si el comensal pide merluza, que sepa a merluza y no a otra cosa. También la cocina tradicional, la que se cocina con esmero, con cuidado, con cariño, respetando siempre el producto principal. Y cocina saludable, mediterránea, con verduras de temporada, esa es la línea que seguimos aquí.

Supone volver a lo básico de la cocina...

Un poco sí. También utilizamos técnicas nuevas, como cocciones al vacío, cocciones a baja temperatura, utilizamos técnicas de sifones para hacer espumas... También cocinamos con toques modernos, pero siempre respetando el producto, que es lo principal.

¿Cuáles son sus principales referentes?

Realmente el cocinero con el que podría decirse que me he criado ha sido Joaquín Felipe. Ha sido mi mentor, empecé las prácticas con él y al final la mayoría de mis pasos grandes han sido gracias a él.

¿Desde cuándo dirige la cocina de Otto Madrid?

Entré aquí en septiembre de 2015. La verdad es que muy bien, la experiencia ha sido muy buena, muy acogedora por parte de todos los compañeros. Luego, aparte, es un proyecto que tenía un reto y lo vamos cumpliendo bien, por lo que estamos contentos todos.

¿Cómo se ves dentro de diez años?

Menuda pregunta... Si te digo la verdad, no tengo ni idea de cómo me veo dentro de diez años. Porque esta profesión da tantas vueltas que no sabes nunca donde vas a terminar, es imposible, no lo sé. Es muy complicado.

Pero ¿Se ve abriendo su propio restaurante?

Ojalá. Ese es un sueño que a todo cocinero le gustaría. Pero es algo tan... Es difícil. Ahora cómo se ha puesto de moda la cocina y la gente abre restaurantes siendo médicos, abogados... Y no saben lo complicado que es gestionarlos, llevarlos bien... Porque al final es un negocio y tienes que sacarle beneficio, como no sepas gestionarlo estás hundido. Ojalá, me encantaría abrir un restaurante, pero ahora mismo no lo veo cercano, no sabría decirte dentro de diez años donde voy a estar, si seguiré aquí, en mi propio restaurante, en China o a saber dónde.



PAOLO TAGLIOLINI

“El cocinero con el que puede decirse que **me he criado es León Felipe**”

“En Otto Madrid ofrecemos cocina y **productos de mercado**”

“Hay un ‘boom’ gastronómico, **todo el mundo quiere ser cocinero**”

¿Qué ha tenido que sacrificar para sacar adelante su carrera?

Tiempo. Familia, amistades... Porque al final estás todo el día en la cocina. Se necesita mucho tiempo para gestionar un restaurante. Cuando llegas a casa no paras de darle vueltas a posibles problemas que surgen cada día, a los menús, a los costes... No puedes desconectar nunca al final. Pero bueno, si se hace con gusto...

¿Qué le inspira?

La verdad es que no me inspiro con nada concreto. Voy probando. A veces los proveedores traen productos nuevos y vas probando, mezclando sabores... Con la experiencia sabes qué sabores encajan bien con otros. Siempre te vas guiando por tus propios gustos, está claro que sí a mí algo no me gusta no lo pondría en mi carta, tiene que gustarme a mí también.

La gastronomía española siempre ha sido una de las más reconocidas internacionalmente. Ahora con todo el ‘boom’ de programas gastronómicos ¿crees que se empieza a reconocer dentro de nuestras fronteras la valía de los cocineros españoles?

Si te digo la verdad, creo que se está prostituyendo de una manera tan grande esto de la hostelería..., porque aunque se vea en los programas que es una profesión dura, no tiene nada que ver con la presión que se vive dentro. Esto hace que los chavales estén muy mal informados. Me hace mucha gracia que las escuelas de hostelería ahora pidan nota para entrar en ellas, porque hay un *boom* tan grande que todo el mundo quiere ser cocinero, y realmente no sabes a lo que te vas a enfrentar. Si a mí hace diez años me dicen lo que sé ahora, a lo mejor habría desviado mi carrera hacia otra parte, porque realmente la hostelería es dura. Está claro que está bien que se reconozca a todos los cocineros españoles su mérito, todo lo que se está haciendo, pero tanto programa de cocina... Al final es un oficio como otro cualquiera, y ahora la gente te exige mucho más, pero son retos, y está bien.

¿Qué le recomendaría a alguien que quisiera dedicarse a la cocina?

Que lo valore. Que si realmente le gusta cocinar que sepa que va a perder muchas oportunidades en la vida, de pasar tiempo con amigos y familia. Porque al final en la hostelería llevamos el ritmo totalmente contrario a los demás. Cuando ellos descansan, nosotros trabajamos, cuando tienen vacaciones, trabajamos, vas al revés. Pero si realmente le gusta, que tire para adelante, porque al final lo bonito es conseguir lo que uno quiere.

SECCIÓN PATROCINADA POR



PROS Y CONTRAS DE COMPRAR UN COCHE FUERA DE ESPAÑA

A la hora de elegir un coche de segunda mano muchos conductores miran fuera de nuestras fronteras. Algunos modelos salen más económicos, pero ¿tienen el mismo equipamiento y prestaciones?

ANTONIO FAJARDO



ISTOCK

Creo que todos, en el momento de planteamos comprar un coche de segunda mano, hemos oído historias sobre venta de coches usados de otros países. Coches que por menos dinero del que cuestan en nuestro país cuentan con más potencia y más equipamiento del que podríamos tener aquí.

Al margen de los mitos y leyendas que se cuentan sobre estos coches, ¿alguna vez han pensado en las diferencias de un mismo coche dependiendo del mercado al que se dirige?

Parece algo poco importante, ya que normalmente vivimos en nuestra burbuja más o menos aislada a la que llamamos realidad. Pero realidades hay muchas, y las necesidades o gustos varían en cada país.

Por ejemplo, en España la mayoría de la gente prefiere comprar huevos marrones, por eso la mayoría de los que se venden son de ese color, mientras que en otras partes de Europa gustan los que son de color blanco (y otro tanto pasa con el color de la yema).

Esto aplicado al mundo del motor significa para los fabricantes de vehículos tener que adaptar paquetes de equipamientos, modificaciones mecánicas (dependiendo de los certificados a cumplir en la región), cambios de nombre del modelo, etc.

Cada mercado es un mundo

Y es que por ejemplo, conseguir que el nombre de un coche no signifique nada a nivel mundial es muy complicado, y como ejemplos (y perdonen las expresiones) tenemos casos como el Nissan Moco, el Mazda Laputa o el Mitsubishi Pajero.

Los dos primeros nunca se vendieron en España y el tercero se acabó llamando Montero. Pero no sólo por el nombre hay que preocuparse. Hay modelos, como los dos que no se vendieron en España, que realmente sólo atendían a gustos del país nipón, y aunque pudieran haber encajado en más lugares (el Nissan Moco se acabó vendiendo en la India como Suzuki Maruti) la incertidumbre en las ventas frenan estas tentativas.

Otros casos de diferencias entre países puede ser, por ejemplo, Opel, que en Reino Unido se llama Vauxhall, o por ejemplo en Italia se venden muchos modelos preparados para funcionar con GLP (gas licuado del petróleo) y

gasolina, mientras que en España es poco común encontrar este tipo de especificaciones en un modelo de automóvil.

Otros modelos por ejemplo sólo existen con volante a la derecha, una configuración exclusiva para un número determinado de mercados, y es que si nos ponemos a pensar, cambiar todo el diseño del vano motor para cambiar la posición de los pedales, volante, cables, reparto de pesos, etc. es un trabajo que dependiendo del objetivo del vehículo no interesa realizar. Lo mismo ocurre con modelos con el volante a la izquierda, en los que tras valorar el mercado y las posibles ventas en países donde se conduce por el sentido contrario se acaba desestimando entrar en esos países con ese modelo determinado.

El clima también influye

Encontramos también otros casos en los que los equipamientos de los coches se adaptan a las condiciones climáticas del país. Por ejemplo, ahora en España todos los vehículos nuevos cuentan con lo que se denomina luces de día de manera obligatoria, que ayudan a identificar vehículos con mayor facilidad, pero esta normativa lleva muchos años siendo obligatoria en países nórdicos o en Reino Unido.

Sus condiciones ambientales y de luz hacían de ello una necesidad, y al ver lo positivo que ha sido (entre otros factores) se ha incorporado en el resto de Europa. Pero otro añadido específico que no se implantará en España son los sistemas de calentamiento del motor que tienen en Finlandia.

Allí, con temperaturas de treinta grados bajo cero en invierno, dejar el coche aparcado en la calle supone no poder usarlo al día siguiente. Para ello llevan usando desde hace años unos postes de corriente al lado de cada plaza de aparcamiento. Al llegar, conectan un cable que sale del vano motor, y que permite que se calienten distintas partes del vehículo, impidiendo su congelación.

Como ven esto no va a ser necesario en España, aunque sí es cierto que algunas marcas están empezando a ofrecer funcionalidades similares. En algunos modelos se puede programar la calefacción o el aire acondicionado para que a la hora que indiquemos esté el vehículo a la temperatura que queramos (algo que en verano en España puede ser muy útil si aparcamos en la calle).

Por todo esto es posible que si adquirimos un vehículo del extranjero podamos tener ciertos problemas o sorpresas poco agradables a la hora de tramitar el correspondiente seguro –que recordamos que es obligatorio para



ISTOCK

Los fabricantes adaptan los coches a los gustos y necesidades propias de cada mercado

circular en España- o pedir recambios en el taller -si las piezas tienen que exportarse esto puede disparar el coste del mantenimiento del vehículo elegido.

Quizá hagan falta piezas que no se encuentran en nuestro país, incrementando el coste del mantenimiento del vehículo. O ya que tendremos que pagar algo más, también se puede aprovechar para mejorar esa pieza con fabricantes *aftermarket*, pero eso lo dejaremos para otro mes.

Para los que no estén interesados en adquirir un coche fuera de nuestras fronteras, sólo queremos mostrar que a veces no todo es igual en todas partes y, aunque crean que no, su opinión como consumidores importa mucho a las marcas a la hora de desarrollar sus nuevos vehículos o mejorar los que ya están circulando por las carreteras.

SOY AUTÓNOMO ¿POR QUÉ MI PENSIÓN ES UN 30% MÁS BAJA?

Los trabajadores autónomos cobran de media una pensión un 30 por ciento inferior a la de los trabajadores por cuenta ajena. Conozca las claves para evitar esta brecha y disfrutar de la jubilación

VIRGINIA M. ZAMARREÑO



Los trabajadores autónomos generaron en 2015 una media de 207 empleos netos cada día, en total, crearon el pasado ejercicio un total de 36.305 nuevos puestos de trabajo a su cargo y se sumaron al régimen especial de trabajadores autónomos otros 39.219 profesionales, de acuerdo con un informe publicado por ATA, la Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos.

Los profesionales autónomos se han convertido en un referente en la creación de empleo en los años más crudos de la crisis, incluso muchos trabajadores por cuenta ajena que perdieron su empleo han visto la oportunidad de establecerse por su cuenta y probar suerte ofreciendo sus servicios como profesional autónomo.

El Gobierno ha puesto en marcha diferentes medidas para fomentar el autoempleo y la puesta en marcha de negocios, a través de incentivos fiscales y ayudas económicas. Pero cuando llega la hora de jubilarse, la pensión media de los trabajadores por cuenta propia continúa siendo cerca de un 30 por ciento más baja que la que cobra un trabajador por cuenta ajena una vez terminada su vida laboral.

¿A qué se debe esto? Fuentes de ATA explican que el procedimiento para realizar el cálculo de la pensión es el mismo para los beneficiarios de ambos regímenes (Régimen Especial de los Trabajadores Autónomos (RETA) y Régimen General).

“La diferencia estriba en que las bases de cotización de los autónomos tradicionalmente han sido mucho más bajas que las de los trabajadores por cuenta ajena y que el sistema de cotización de autónomos en nuestro país es voluntario”, señalan desde la Federación.

Es decir, el autónomo elige cotizar entre una base mínima de 884,4 euros y una máxima de 3.606 euros al mes. Esto supone que si se cotiza por una base mínima como autónomo persona física, se pagan 264 euros y en el caso de autónomos societarios 315 euros. El 86,3 por ciento de los autónomos persona física cotiza por la base mínima, independientemente de sus ingresos. “Esto implica que la cotización media en el RETA sea entre un 30 y un 40 por ciento, más bajo, lo que supone que las prestaciones y las pensiones también lo sean en la misma proporción”, explican.

Con datos de la Seguridad Social correspondientes a 2015, los trabajadores autónomos jubilados cobraban, de media, 691,49 euros al mes, una cuantía 335 euros inferior a la que percibían los jubilados del Régimen General, que cobraron una pensión media de 1.026,66 euros mensuales. En total, cerca de un 33 por ciento menos.

¿Cómo puede evitarse esta brecha?

ATA indica que muchos trabajadores autónomos “cotizan más a la Seguridad Social por sus propios trabajadores que por ellos mismos”. Para evitar el impacto negativo a la hora de jubilarse, la Federación que preside Lorenzo Amor recomienda a los autónomos, en la medida de lo posible y siempre de acuerdo a su situación económica, “aumentar su base de cotización y adecuarla progresivamente a sus rendimientos netos”.

Al subir la cotización no sólo ven mejorada su pensión, si no que “así aumentarán aquellas prestaciones a las que tienen derecho, y que también se calculan de acuerdo a la base de cotización, como incapacidad, orfandad, viudedad, maternidad, paternidad..., etc.”

¿Cómo elegir la base de cotización?

A diferencia de los asalariados, los autónomos pueden elegir libremente su base de cotización, con independencia de sus ingresos. ATA recomienda que el autónomo vaya adecuando su base de cotización a sus rendimientos netos, “para que pueda disfrutar de unas prestaciones y una pensión de jubilación acordes a su situación económica, tal y como ocurre en el caso de los trabajadores por cuenta ajena”.

En todo caso, deberán estar atentos especialmente según se vayan acercando los años de cómputo de la pensión de jubilación. “En ese momento deberán hacer números y poder calcular así la base de cotización más adecuada para poder disfrutar de una pensión digna”, añaden.

Qué deben tener en cuenta al darse de alta

Gracias a las medidas de fomento del trabajo autónomo que se han puesto en marcha durante la última legislatura, existen diversas bonificaciones y reducciones en la base de cotización de las que los nuevos autónomos pueden beneficiarse, la más conocida de ellas es la Tarifa Plana de 50 euros para nuevos emprendedores.

Sin embargo, una vez superado ese período bonificado, existe una tendencia entre los emprendedores y los nuevos autónomos a elegir la base de cotización mínima, por sistema. “Todos sabemos bien que los comienzos son muy difíciles y, en ocasiones, resulta muy complicado hacer frente a la cuota de la Seguridad Social con unos ingresos reducidos y, sobre todo, fluctuantes, pero nosotros les aconsejamos que, si se lo pueden permitir, ajusten su base de cotización a sus rendimientos netos”, aconsejan los expertos de la Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores



691,49
Los autónomos cobran una pensión media 335 euros inferior a la de los asalariados

Autónomos, que añaden que “los autónomos deben ser conscientes de que no pueden seguir contratando seguros a todo riesgo para su coche y no asegurarse ellos mismos y a sus familias”.

Si les preocupa que estos rendimientos varíen de forma importante, no deben olvidar que esa base se puede modificar dos veces al año, tanto al alza como a la baja, lo que les puede facilitar mucho las cosas.

Complementar la pensión pública

La falta de información es, precisamente, una de las causas por las que los trabajadores autónomos se encuentran al final de su vida activa con una pensión que, en muchos casos, no les permite mantener su ritmo de vida tras la jubilación.

Por eso, contar con un asesor financiero cualificado —al igual que cuentan con ayuda para cumplir sus obligaciones fiscales— podría ayudarles a ajustar mejor su base de cotización o a elegir sistemas de ahorro privado que les permita complementar su pensión pública de jubilación.

EL SEGURO LUCHA CONTRA EL CO2

El cambio climático es una realidad. Las emisiones de dióxido de carbono (CO2) crecen cada día y sus consecuencias devastadoras también. Pero hay pequeños gestos que provocan grandes cambios y el sector asegurador ha acelerado su lucha contra el cambio climático

CARMEN LANCHO

Para la World Wild Fund (WWF) todo el mundo puede formar parte de la solución para frenar el cambio climático. Es un problema de todos al que se le puede aportar pequeños gestos para alcanzar su solución. Una de las grandes preocupaciones se centra en las emisiones de dióxido de carbono (CO2), o más bien en reducirlas y neutralizarlas. Y el sector del seguro quiere formar parte de este movimiento que ayuda y lucha contra la contaminación y sus efectos.

Para Jesús Ángel González, responsable de Comunicación y RSC del Grupo Liberty Seguros, “el sector asegurador es, posiblemente, el que más sufre las consecuencias del cambio climático”. Liberty incluye el medio ambiente en su RSC en una triple variable: “medimos todas nuestras emisiones de CO2 fruto de nuestra actividad empresarial, compensamos el cien por cien de esas emisiones con proyectos de secuestro de carbono y, por último, definimos anualmente un plan de reducción de emisiones para reducir nuestra huella de CO2”.

Compañías más sostenibles

Durante 2013, Liberty consiguió compensar sus emisiones en un cien por cien y ha obtenido, por quinta vez consecutiva, el sello CeroCO2 2014 que otorga la Fundación Ecología y Desarrollo, Ecodes. Esta Fundación ha creado Carbonpedia, copatrocinado por Liberty, que agrupa la información existente en cuanto a Huella de Carbono de entidad, evento y producto en España y en dos años ha publicado 514 huellas de carbono de las que un 60 por ciento pertenecen a productos o servicios entre los que figura el seguro.



CORBIS

Se puede ser sostenible mejorando las propias instalaciones, aplicando protocolos “verdes” reduciendo consumos energéticos y demás recursos. Por ejemplo, Multiasistencia ha finalizado recientemente la reforma de su sede en Madrid galardonada con el *Premio a la mejor rehabilitación energética en el sector terciario* de la Comunidad

de Madrid en 2015. El resultado ha sido una reducción del 39 por ciento en la demanda energética de sus instalaciones, con la reducción de las emisiones de CO2, y una mejora de aspectos como el confort climático, la calidad del aire o la accesibilidad al edificio.

Compañías como DKV Seguros centran desde hace años sus políticas medioambientales en el calentamiento global. Aunque, tal y como señala Carlos Martínez Gantes, director general de Servicios Generales de la compañía, “somos un sector de servicios y nuestro impacto es pequeño”, si se compara con otras industrias. En 2014 la aseguradora inauguraba su nueva sede corporativa en Zaragoza. El edificio es ejemplar en sostenibilidad: eficiencia energética, gestión del agua, uso de materiales sostenibles, movilidad sostenible, etc. Para Carlos Martínez “la sede es una consecuencia lógica de todo el trabajo que llevamos realizando desde el año 2000 que trabajamos sobre el tema de sostenibilidad y medio ambiente”.

Miden las emisiones, las reducen y desde 2007 compensan las emisiones producidas, con lo que obtuvieron el sello CeroCO2. Así han llegado a reducir un 54 por ciento las emisiones. Además, desde 2011 calculan la huella de carbono de sus productos, que también son CeroCO2. Trasladan esta preocupación a sus proveedores: “a los que exigimos nuestros valores y su comportamiento responsable”.

Llevar acabo estas políticas de sostenibilidad y un consumo responsable es posible y además beneficioso en todos los sentidos, incluidos el económico. WWF invita a todos el próximo mes de marzo, un año más, a participar en la *Hora del Planeta*... ¡un apagón ineludible!



F. VILLAR

PÓLIZAS QUE CUBREN EL RIESGO DE LAS SALIDAS A BOLSA

Los seguros de OPV complementan a los de responsabilidad civil de altos cargos y directivos y cubren posibles errores en los folletos de las ofertas públicas de valores (OPV). Este tipo de pólizas cada vez está más extendido en el mercado español y cada vez más empresas los contratan

v.m.z.

La reestructuración financiera provocó una oleada de fusiones entre entidades que culminó con la salida a Bolsa de varias de ellas, con un resultado dispar. En julio de 2011 un sonriente Rodrigo Rato tocaba de forma simbólica la campana que daba comienzo a la cotización de las acciones de Bankia en el parque madrileño. Menos de cinco años después, el Tribunal Supremo, en una sentencia sin precedentes, afirma que la entidad engañó a sus inversores en el folleto que debe recoger toda la información financiera de la entidad y abre la vía para que la entidad devuelva a los inversores particulares el dinero invertido entonces.

El sector asegurador cuenta con soluciones que protegen a las compañías que decidan apostar su expansión a una salida a Bolsa. Pero este tipo de pólizas ¿qué cubre?

Oswald Carvalho, manager en el departamento de Riesgos Financieros de Marsh explica que el seguro de OPV cubre las reclamaciones derivadas de cualquier oferta pública de valores, alegando errores u omisiones en los folletos informativos. También cubre las declaraciones realizadas por los responsables de las firmas en presentaciones o *road shows* con inversores. “El seguro de OPV complementa el seguro de D&O que cubre la responsabilidad civil de los consejeros y directivos y no cubre reclamaciones que no están fundamentadas en el folleto o las presentaciones”, especifica.

¿Quiénes lo contratan?

El responsable de Marsh señala que cada vez más empresas deciden protegerse de futuras reclamaciones con estas pólizas. Además, “hay mucha oferta en el mercado asegurador y los seguros son cada vez más competitivos”.

Suelen contratarlos empresas que salen a bolsa por primera vez o cualquier empresa que realice una oferta pública de valores mediante la emisión de un folleto informativo. No tiene por qué ser necesariamente una ampliación de capital, estos seguros también protegen en el caso de las emisiones de bonos y otros tipos de deuda.

Oswald Carvalho explica que “la contratación de este seguro está cada vez más extendida, la mayoría de los clientes conoce su existencia y casi todas las últimas operaciones de OPV están aseguradas por estas pólizas”.

En este sentido, en 2015 muchas empresas salieron a bolsa por las favorables condiciones de mercado. En 2016. A pesar de un comienzo de año con mucha volatilidad en el mercado, como consecuencia de la caída del precio del petróleo, la incertidumbre política y el estancamiento de la economía china, Carvalho adelanta que “ya hay entidades estudiando salir a bolsa, muchas de ellas participadas por entidades de Capital Riesgo, lo que indica que el mercado sigue atrayendo inversiones”.

Messi protege sus
piernas por 50
millones de euros.
GETTY



¿CUÁNTO CUESTA ASEGURAR A UN DEPORTISTA DE ÉLITE?

Son máquinas de precisión que trabajan a alto rendimiento. Su cuerpo es su bien más preciado y deben protegerlo ¿Cuáles son los seguros más habituales entre ellos?

DIEGO FERNÁNDEZ TORREALBA

El instrumento de trabajo de los deportistas no es una azada, un piano o un ordenador, sino su propio cuerpo. Es lo que más deben cuidar, más allá del aspecto personal, para ser lo mejores que puedan en su profesión. Es su herramienta de trabajo.

Como tal, también está expuesta a riesgos, pues el deporte está sujeto a muchas variables, imprevistos e inconvenientes que pueden acabar causando lesiones de menor o mayor gravedad o incluso, en el peor de los casos, provocando una retirada del deporte profesional. Por ello es importante cuidar el cuerpo... y también asegurarlo. Por supuesto que millones de deportistas en todo el mundo —profesionales e incluso amateurs— cuentan con seguros que les cubren a la hora de competir, pero vamos a detenernos en algunos de los seguros, referentes a deportistas de élite, más curiosos y llamativos. Como pueden suponer, las cantidades de dinero alrededor de

esos contratos son tan desproporcionadas como los ingresos que perciben los deportistas o las ganancias que generan. Todo va en consonancia. Hay que decir además que normalmente las pólizas de los deportistas se suelen corresponder con la duración de los contratos que firman con sus clubes, entidades deportivas y federaciones.

Vamos a hablar de uno de los deportistas más mediáticos del mundo, el jugador portugués del Real Madrid Cristiano Ronaldo. ¿Sabían que tiene aseguradas sus piernas en más de 100 millones de euros? Es una cantidad incluso más elevada que la que el conjunto blanco debió pagar por su contratación.

Cristiano y Messi

Como la gran estrella que es —aunque ahora no esté en su mejor momento— del Madrid, el club no quiso arriesgar con respecto a su jugador franquicia y prefirió curarse en salud para prevenir un posible desastre. Si así sucediera, si por

desgracia el portugués sufriera una lesión grave que le obligara a retirarse, la entidad presidida por Florentino Pérez percibiría la friolera de 103 millones de euros. Y es que en el caso del futbolista de Madeira no sólo hay que tener en cuenta su elevado nivel futbolístico, sino su espectacular impacto mediático, que genera incluso más ingresos que su rendimiento como deportista.

Su compañero Gareth Bale, otro jugador que mueve mucho dinero tanto en el césped como fuera de él, también está protegido por un grupo de aseguradoras internacionales.

Y, si hablamos de Cristiano Ronaldo, no podemos dejar de hacerlo de su némesis, su archirrival, su eterno contrincante

**Fernando Alonso
aseguró sus
pulgares con el
Santander por 10
millones de euros**

por el trono de mejor jugador del mundo: el argentino Leo Messi. Si Cristiano tiene aseguradas sus piernas el genial jugador del Barça no iba a ser menos. 50 millones de euros cuesta el seguro de un jugador que ha tenido unas cuantas lesiones —aunque la mayoría no de una excesiva gravedad— a lo largo de su carrera.

Cuando hablamos de jugadores mediáticos no podemos dejar de referirnos a un ya exdeportista que quizás haya sido el futbolista con un mayor potencial de marketing de todos los tiempos: David Beckham. Sus piernas estaban aseguradas por la astronómica cifra de 142 millones de euros, muy por encima incluso de las de Cristiano Ronaldo.

De las piernas a las manos

Y si el instrumento de trabajo de un jugador de campo son sus piernas, en el caso de los porteros también lo son las manos. Otro gran futbolista, el madrileño Iker Casillas, tiene éstas aseguradas, en su caso por una cantidad bastante más modesta si se permite el término: 5 millones de



Cristiano aseguró sus piernas por 103 millones de euros. GETTY

euros aproximadamente. Se dio de hecho la circunstancia de que en un partido el mostoleño sufrió una rotura en la mano izquierda —en la base del quinto metacarpiano— y debió estar cerca de tres meses de baja.

Cambiamos de deporte aunque seguimos hablando de otro popular deportista español, de otro campeón del mundo... y de manos. El asturiano Fernando Alonso firmó hace unos años una póliza de vida y accidentes con el Banco Santander que contaba con una cobertura especial para sus pulgares, que quedaron asegurados desde entonces por 10 millones de euros. Durante el acuerdo se resaltaba no sólo la importancia de los mismos en su rendimiento como piloto de Fórmula Uno, sino su importancia simbólica. Desde la firma se afirmaba que estos apéndices constituyen un signo de victoria y de que todo está bajo control y bien protegido.

Volvemos, por tanto, a incluir el marketing en la ecuación.

Yéndonos a otros deportes, podemos hablar del exjugador de la NBA y de la selección española Jorge Garbajosa, que aseguró sus tobillos y peronés, partes del cuerpo que suelen sufrir mucho en el caso del baloncesto y están más expuestas a lesiones; o de la bella tenista rusa Anna Kournikova, otro icono mediático, que como una figura más allá del deporte decidió asegurar no sólo sus brazos, sino también su rostro y sus pechos.

No sólo deportistas

Es la manera de proteger no sólo su cuerpo, sino su medio de vida. Y no sólo podemos hablar de casos de deportistas. Actores, cantantes, DJ's... han optado también por curarse en salud firmando pólizas referentes a partes de su cuerpo. Algunas son surrealistas, como el seguro que suscribió el galés Tom Jones por el vello de su pecho; Jennifer Aniston aseguró su melena, Julia Roberts su popular sonrisa y Daniel Craig todo su cuerpo. Miley Cyrus, por su parte, decidió a contratar un seguro para proteger su lengua.

¿Qué aseguran más los deportistas?

142

El futbolista inglés David Beckham, icono deportivo y de la moda, casi más apreciado fuera que dentro del campo, aseguró sus piernas por 142 millones de euros, casi la misma cantidad que cobrarían Messi y Cristiano Ronaldo juntos si alguna lesión o accidente les obligara a abandonar su estratosférica carrera deportiva.

5

Iker Casillas, muchos años considerado el mejor portero del mundo, aseguró sus manos por 5 millones de euros. El bicampeón del mundo de Fórmula 1 Fernando Alonso cuenta con una póliza que protege sus pulgares y muchos tenistas tienen aseguradas también sus extremidades superiores en caso de graves lesiones.

RELOJES DE LUJO CADA VEZ MÁS INTELIGENTES

Los seguros de decesos son uno de los más valorados por las familias españolas y uno de los ramos con mayor crecimiento año tras año. Estas son algunas de las ofertas que han lanzado las compañías en este segmento

ANA M. SERRANO

Más o menos sofisticado, con mayor o menor acierto, rara es la compañía tecnológica —los de Cupertino a la cabeza— que no se haya aventurado a experimentar con algún modelo al uso. Claro que ya estaban tardando las grandes firmas asociadas al lujo en lanzarse a la carrera digital con relojes de alta gama dispuestos a comerse el pedazo de pastel que les corresponde.

Aunque durante el pasado año hemos ido conociendo diferentes apuestas por aunar estética, elegancia, exquisitez y alta tecnología con diseños exclusivos, hay que reconocer que TAG Heuer y Hermès han quebrado a la competencia, al menos de momento. Tanto la compañía suiza como la francesa han sabido sorprender, logrando las mejores alianzas tecnológicas de 2015.

Así, el pasado mes de noviembre TAG Heuer presentó en Nueva York su modelo *Connected*, el primer reloj inteligente de la firma helvética que se sumerge de este modo en el universo de la innovación tecnológica e informática. Un modelo extraordinario que rompe, además, con numerosos paradigmas asociados al saber hacer artesano de TAG Heuer al incluir al fin un reloj digital



junto al repertorio de sus clásicos cronógrafos; todo ello sin renunciar al lujo, la estética y la impecable manufactura relojera avalada por más de un siglo de tradición. Y es que el nuevo TAG Heuer *Connected* oculta su inteligencia bajo una bellísima estructura de titanio y zafiro que garantizan tanto su ligereza —tan solo 52 gramos de peso— como su resistencia, y una estanquidad IP67 frente a las salpicaduras. Fruto de la colaboración entre TAG Heuer, Intel y Google, el innovador modelo se alza como el primer *smartwatch* con procesador Intel en su interior, compatible con teléfonos Android e iOS, 4 GB de memoria, micrófono integrado, pantalla táctil y batería de litio de última generación.

Todo el universo Android Wear y hasta 4.000 aplicaciones Google Play encerrados en una caja de titanio de 46 mm, esfera cronógrafo, tres agujas, números satinados en relieve y GMT en tres colores: negro, azul marino o blanco perla; aunque con toda probabilidad, Google Play ofrecerá otros diferentes modelos personalizables.

Basado en el modelo Carrera clásico, su correa de caucho vulcanizado con cierre desplegable y pulsadores de seguridad también de titanio, se encuentra disponible en siete colores: verde, azul, naranja, rojo, blanco, negro y amarillo.

Aunque no se trata de un reloj deportivo —carece de sensores relacionados con la salud, monitores de ritmo cardiaco o contador de pasos, sí es compatible con RaceChrono Pro, y Google Fit—, posee un diseño atlético perfectamente adaptado a la práctica de cualquier deporte, también a la elegancia más clásica.

Como era de esperar, siendo uno de los pocos competidores de gama alta del Apple Watch, el nuevo Connected ha alcanzado un éxito tan flagrante que la compañía ha decidido aumentar la producción de 1.200 a 2.000 unidades por semana. Aunque, mientras se materializa dicho incremento, la casa suiza se ha visto obligada a suspender las ventas online al menos hasta el mes de mayo, dando prioridad a las expectativas de sus establecimientos físicos.

Y mientras los suizos de TAG Heuer navegan por los hasta ahora (para ellos) enigmáticos océanos de la técnica digital, Apple Watch, el gigante tecnológico por excelencia y pionero en el mercado de la inteligencia relojera, se tira de cabeza a la marea del lujo con una alianza extraordinaria. El equipo perfecto, así califican la nueva coalición tanto Jonathan Ive —jefe de diseño de Apple—, como Pierre-Alexis Dumas, director artístico de Hermès.

No es para menos. De este enlace entre tecnología de vanguardia y diseño exclusivo nace tal vez el reloj inteligente más lujoso y codiciado del mercado.

Un savoir-faire indomable, una innovación sin precedentes y un amplio catálogo de posibilidades, convierten al Apple Watch Hermès en el culmen de la belleza, la elegancia, la funcionalidad y el ingenio. Una pieza relojera excepcional que aúna la tecnología de la manzana con el diseño francés más exquisito.

Todo comenzó en septiembre del pasado año. Cuando el lujo con mayúsculas desembarcó en Cupertino con una colección nunca vista, un compromiso basado en la excelencia y tres modelos distintos que permiten, además, personalizar la esfera exclusiva Apple con diseños inspirados en los relojes Clipper, Cape Cod y Espace, clásicos atemporales de la firma francesa.

La diferencia se centra en la correa, que puede ser de una o dos vueltas (la célebre double tour, icono de la Maison parisina), y siempre en piel de alta calidad, para las cajas más pequeñas de 38 mm, aunque también adaptables a la caja de 42 mm. Es este último el tamaño elegido para el modelo estrella de la serie, el Manchette. De inspiración ecuestre y finamente trabajado con el emblemático cuero Hermès, este brazalete —el único de la colección disponible en un solo tono, el Barénia fauve— responde a un diseño artesanal que mantiene el sensor de frecuencia cardiaca permanentemente en contacto con la muñeca. Por supuesto, todos nacen provistos de la tecnología Apple y apps de serie integradas como correo, teléfono, calendario, sensor de actividad y entrenamiento, cronómetro, mapas, wallet, Siri, música, tiempo, bolsa, fotos..., e infinidad de aplicaciones adicionales detalladas en la App Store.

A partir de 1.100 euros en función del modelo, el Apple Watch Hermès está disponible en las Apple Stores seleccionadas, grandes almacenes de lujo especializados y escogidas boutiques Hermès; aunque desde el 22 de enero ya puede adquirirse en España también online.





Mutua pone en marcha su II Torneo Infantil de Tenis

Mutua ha abierto las inscripciones del II Torneo Infantil de tenis *Soy de la mutua, soy ganador*, que se celebrará en la Caja Mágica de Madrid entre el 20 de febrero y el 29 de abril. Los participantes, que se dividirán por edades en cuatro categorías, podrán inscribirse en soydelamutuasoyganador.com, hasta agotar las 1.200 plazas.



Caser ofrece asistencia en caso de error al repostar combustible

Caser Asistencia en Viaje ha lanzado un servicio que ofrece la posibilidad, en caso de error al repostar, de realizar en el lugar del percance la extracción del combustible. Este servicio se realiza a través de vehículos homologados y adaptados para poder realizar la extracción, para que el cliente pueda continuar su camino sin contratiempo.



Zurich tira de las redes sociales para explicar sus coberturas

Zurich Seguros ha decidido transformar los tradicionales folletos en vídeos digitales para explicar las coberturas de sus seguros de líneas personales. Estos vídeos, a los que se podrá acceder a través de Youtube, en Zurich.es y en Twitter, tienen una duración de un minuto y condensan de una forma sencilla las principales ventajas de los productos.



Teresa Brantuas, subdirectora general de Allianz Seguros

Allianz Seguros ha nombrado subdirectora general a Teresa Brantuas, que será la nueva responsable del área de Vida y Salud y asumirá la dirección general de Allianz Popular. Brantuas entra a formar parte del Comité de Dirección de Allianz y sustituye en el puesto a Cristina del Ama, que el pasado noviembre fue nombrada directora general.



Los seguros de impago de alquiler crecen un 30% en 2015

El sector de seguros de impago de alquiler se mantuvo en alza en 2015, aumentando un 30 por ciento, según los datos de Arrenta y Cuarto Pilar. La cobertura mejor acogida fue la de 12 meses, que registró un crecimiento del 22 por ciento y copa el 63 por ciento del mercado, mientras que la póliza de 6 meses contó con una cuota del 35 por ciento.



Santalucía cumple su objetivo y crece un 11,21% en Vida

Santalucía cerró 2015 con más de 345.000 pólizas vendidas y un incremento en primas devengadas del 2,75 por ciento respecto a 2014, según los datos hechos públicos por la compañía. El ramo de Vida, que experimentó un crecimiento del 11,21 por ciento, supuso la consecución del objetivo de la aseguradora de reforzar su posición en Vida y Pensiones.

PROTECCIÓN FAMILIAR COMPLETA **A BUEN PRECIO**

Los seguros de decesos son uno de los más valorados por las familias españolas y uno de los ramos con mayor crecimiento año tras año. Estas son algunas de las ofertas que han lanzado las compañías en este segmento

REDACCIÓN

Si bien no es lo más agradable, es importante tratar también acerca de uno de los tipos de seguro más contratados en España, el de decesos. Por desgracia si existe una certeza en la vida es la de la muerte, y por ello no está de más conocer algunas buenas ofertas en lo que respecta a los mismos. Su campo de acción es amplio, y cuantan con una gran mayoría de las ofertas económicas. Veamos alguna de ellas, poniendo como ejemplo a una persona de mediana edad, 46 años.

SegurCaixa Adeslas ha puesto en el mercado la oferta más barata, 37,67 euros anuales. El seguro incluye, en caso de fallecimiento, los siguientes servicios: arca, carroza fúnebre, traslado y estancia en velatorio, una corona y centro de flores, recordatorios, vehículo de acompañamiento, servicio religioso, trámites, certificados, inhumación/incineración y urna, nicho y traslado nacional o internacional.

Además esta póliza permite la libre elección del cementerio, la asistencia en traslados (en los nacionales por el cien por cien del valor del mismo, en los internacionales para viajes al extranjero no superiores a 60 días) e incluye el traslado o la repatriación de los restos; cubre 6.000 euros en los casos de muerte o invalidez por accidente. Abarca además el fallecimiento de hijos no asegurados si ocurriera durante el periodo de gestación en caso de aborto o antes de cumplir los 30 días de vida.

El seguro ofrece otros servicios como asistencia a los familiares, a los hijos menores de 15 años o discapacitados, asistencia en viaje, repatriación sanitaria urgente, gastos médicos en el extranjero, asesoramiento médico telefónico, segunda opinión médica -en caso de enfermedad grave-, asesoramiento jurídico familiar e incluso un pack de apoyo -



orientación psicológica, gestión de duelo, asesoramiento en nutrición-. Por último, ofrece otros servicios opcionales como el pack de ADN o el pack de becas (becas de estudio para los hijos del contratante menores de edad).

Vamos ahora con otra opción económica, la de DKV (38,38 euros anuales). Incluye arca lisa o tallada, instalación de la capilla ardiente, traslado y estancia en tanatorio, carroza fúnebre, asistencia eclesiástica o laica, corona de flores naturales con cinta dedicatoria, recordatorios, vehículos para acompañar al duelo, certificado de defunción, derechos de registro civil, arbitrios municipales y tramitaciones precisas para la inhumación/incineración y urna, publicación de la defunción, nicho temporal y traslado nacional e internacional.

La asistencia en traslados es por el cien por cien de su valor, incluye también la elección de cementerio, ofrece un servicio de traslado-repatriación a los extranjeros, un servicio de asistencia familiar -para facilitar las gestiones necesarias-, otro de asistencia jurídica (asesoramiento telefónico), otro de asistencia mundial (traslado o repatriación sanitaria en caso de enfermedad o accidente, desplazamiento familiar, asistencia a menores, regreso anticipado del asegurado a España en caso de fallecimiento de un familiar, envío de medicamentos, consulta médica a distancia, servicio de información, tramitación de mensajes urgentes). Incluye los gastos médicos de urgencia fuera hasta 6.000 euros y el adelanto de fianzas penales exigidas al asegurado como conductor de un vehículo en los procedimientos criminales en el extranjero a causa de un accidente de circulación hasta 1.500 euros. El seguro cuenta también con orientación legal, con un servicio sencillo para realizar el testamento y otro de atención al duelo para las familias.

PRINCIPIOS DE 'SOCIAL MEDIA', QUÉ ES Y EN QUÉ SE BASA

Empezamos la Guía sobre Social Media para empresas y profesionales. Lo primero que tendremos que fijar son los conceptos que vamos a tratar y en qué se basan para evitar equívocos a la hora de interpretar lo que significa cada cosa

Normalmente escuchamos hablar de redes sociales y en ese concepto incluimos todo, porque para el ser humano es más sencillo etiquetar con conceptos grandes que nos sirvan para entendernos, pero la realidad es que no todo son redes sociales y no podemos incluirlos en esa categoría porque desvirtuaríamos su significado. El concepto de *Social Media* es un nivel superior al de redes sociales, ya que incluye otros formatos que no son exactamente iguales, como foros, *blogs*, servicios de mensajería o el mismísimo Twitter. No existe una definición académica para *Social Media* pero por resumir, podríamos decir que son entornos digitales interactivos, sociales, multidireccionales, donde compartir y conversar son la base.

Y debajo de este paraguas, los *blogs* son bitácoras donde una o varias personas publican o comparten contenidos de diferente tipo y que permiten ir más allá de los medios de comunicación convencionales, en los que el medio era el que emitía y la otra

parte no podía responder ni conversar. Los foros son otro entorno de conversación pura y dura donde se comparten preguntas y respuestas. En ambos casos pueden estar o no moderados.

Las redes sociales (RRSS) tienen otro concepto, son plataformas que permiten por un lado generar perfiles personales y acumular diferente tipos de información, y por otro permiten crear de forma privada o pública lugares donde compartir y conversar. Las RRSS pueden segmentarse de muchas formas. Pueden ser generalistas o temáticas, privadas o públicas, profesionales, de vídeo, de fotografía...

El tercer concepto, que se suele agrupar como red social pero que realmente no lo es, es Twitter, ya que se trata de un medio de comunicación pero con los atributos del Social Media, es decir, compartir y conversar de forma multidireccional, uno a uno, o uno a todos.

Por último tendríamos el concepto de las plataformas de mensajería privada que tanto crecimiento están teniendo en los últimos años en diferentes segmentos de población, y que nos permiten compartir texto, fotos, vídeo y audio en unos casos, o documentos de todo tipo en otros.

Por citar algunos ejemplos, las mayores plataformas de *blogs* son *Blogger* y *WordPress*. Algunas de las mayores redes sociales en nuestro lugar del mundo son *Facebook*, *Youtube*, *Instagram*, *Linkedin* o *Pinterest*. Twitter no tiene competencia que se le parezca aunque en la zona asiática si existen otras plataformas similares e incluso mayores. Y por último en las plataformas de mensajería privada tenemos *Whatsapp*, *Snapchat*, *Line* o *Telegram*.

El mundo del Social Media es un mundo apasionante, ofrece unas herramientas muy valiosas y en algunos casos casi imprescindibles para desarrollar las estrategias digitales de las empresas, como iniciativas de e-commerce, crear marca personal de profesionales o directivos y para realizar una parte importante del *networking* que requiere cualquier proyección profesional o empresarial que se precie.

En los próximos capítulos de esta guía iremos analizando cada uno de ellos, mientras tanto, apasionémonos con este entorno social y divirtámonos haciendo buenos negocios.



ANTONIO DOMINGO

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

SECCIÓN PATROCINADA POR



PLANIFICA TU ESCAPADA ROMÁNTICA AL EXTRANJERO

Febrero es el mes del amor. La celebración de San Valentín tiñe de rojo al mes más corto del año. Si piensas celebrar este día con un viaje junto a la persona que más quieres, AXA Assistance te ofrece una serie de consejos para hacerlo de forma segura y sin percances

REDACCIÓN

Hay muchas opciones para celebrar San Valentín, pero sin duda una de las que más cautiva a los enamorados es la de realizar una breve escapada romántica. La tendencia actual es viajar al extranjero, aunque sólo sea por un par de días. Hay destinos que nunca pasan de moda. Ciudades como París, icono mundial del amor, o Venecia, son opciones casi seguras.

La primera recomendación es que escojáis el destino en función de los gustos de ambos, ya que lo importante es vivir una experiencia romántica en compañía de la persona deseada.

Para asegurarse de que la escapada salga según lo previsto, es importante que antes de partir al extranjero llevéis a cabo una serie de acciones, porque aunque penséis que se trata tan sólo de un fin de semana hay pequeños contratiempos que pueden arruinar el viaje romántico planeado.

Así pues, en primer lugar, aunque parezca obvio, es importante que consultéis la meteorología. Está siendo un invierno inusualmente cálido, pero si vuestra intención es recorrer la ciudad a pie lo mejor es que os aseguréis que durante vuestra estancia no va a hacer mal tiempo.

En todo viaje existe la magia de perderse por la ciudad y descubrir la parte menos turística, es decir, impregnarse de



su esencia. Sin embargo, si es la primera vez que visitáis el lugar, lo más recomendable es que os asesoréis –lo podéis hacer de camino a través de vuestro *smartphone*- sobre cuáles son los lugares de interés y las actividades que podéis realizar. Ya habrá tiempo de repetir destino y sumergiros en el bullicio de la ciudad.

Información útil, siempre a mano

También es muy importante que elaboréis un pequeño listado con información útil en caso de emergencia: teléfonos y direcciones de embajadas o consulados, por ejemplo. No debe suceder nada malo, pero aporta seguridad tener a mano, en caso de padecer alguna incidencia, las direcciones de aquellos lugares en los que podéis recibir asistencia.

Por ello, también es aconsejable contar con un seguro médico -por si surge algún problema de salud y debéis recibir atención médica o incluso ingresar en el hospital-, así como con un seguro de asistencia en viaje que cubra tanto la pérdida como el robo de equipaje y las posibles cancelaciones de última hora.

Por último, si os atrae el plan romántico de viajar al extranjero para celebrar San Valentín, pero queréis huir de los destinos más típicos, en el blog de viaje de AXA Assistance encontraréis las **ciudades más románticas para realizar una escapada por Europa o el resto del mundo.**

GUÍA PARA REDESCUBRIR TERUEL

Bella y muy rica en arte, como bandera del mudéjar en España, toda la ciudad es un museo de esta expresión artística merced a la cual se combinó de una manera tan peculiar la arquitectura musulmana con la cristiana. Son razones suficientes para probar que Teruel no sólo existe, sino que merece mucho la pena redescubrirla

DIEGO FERNÁNDEZ TORREALBA

En la vida en ocasiones no se nos mide por lo que valemos, sino por lo bien que nos vendemos. Esa máxima referida a las personas puede aplicarse perfectamente al mundo del turismo. Hay territorios, lugares y ciudades increíbles que bien por pertenecer a un país o región con menos nombre o fama, a causa de una deficiente campaña publicitaria o lastrados por un prejuicio o leyenda urbana se mantienen indiferentes al interés del viajero habitual.

Uno de esos espacios es la pequeña ciudad de Teruel, que harta de ser tan injustamente ignorada tuvo la habilidad de idear un eslogan tan contundente como certero: Teruel existe. Y a quienes van les acaba demostrando que no sólo existe, sino que además es bonita.

Bella y muy rica en arte, como bandera del mudéjar en España. Toda la ciudad es un museo de esta expresión artística merced a la cual se combinó de una manera tan peculiar la arquitectura musulmana con la cristiana. El mudéjar -Patrimonio de la Humanidad en la urbe- regala a este apartado sitio un sello propio y una originalidad difíciles de encontrar.

Vamos a dar un paseo.

Empezamos por la peculiar catedral, que no nos recordará a ninguna que hayamos visto: su base es mudéjar pero desde su origen en 1171 ha absorbido otros estilos como el plateresco, el gótico, el renacentista, el neoclásico y el modernista en una mezcla magistral.

Tampoco se puede dejar de visitar el conjunto formado por la Iglesia de San Pedro y el Mausoleo de los Amantes.



sdf sdrs arsjecuti Gestoasdres Admin istrativos. EE

La primera, gótica, llama la atención por su fascinante interior, de estilo modernista neo mudéjar, y su torre del siglo XIII; el segundo por la popular leyenda encerrada en ese gran monumento funerario de sólido alabastro.

Las torres de San Martín y del Salvador, también con una trágica leyenda de amor a sus espaldas, lucen junto a las de la Catedral, San Pedro y la Merced, honrando gracias a su imaginación decorativa no exenta de armonía el no siempre valorado arte mudéjar.

La pequeña Teruel también llama la atención del visitante por la magna y fabulosa escalera que da acceso al casco histórico. De más reciente construcción (1920-1921) y estilo neo mudéjar, supone un grandioso acceso al centro de la ciudad si bien no el único.

El principal lugar de reunión y celebración de la villa es la plaza del torico – así se llama popularmente a la Plaza Mayor-, agradable espacio público porticado que presume de edificios modernistas y cuya guinda es una minúscula estatua de este bravo animal. Es un homenaje a Teruel, cuyo nombre procede de la mezcla de Tor (toro) y uel (la estrella).

La capital del sur de Aragón ofrece un importante patrimonio mudéjar y modernista, un casco histórico agradable y bonito, la leyenda de los amantes y mil más, buen jamón y queso, mucha paz, veranos frescos y pueblos cercanos de interés turístico y gran belleza como Albarracín. Y además resulta perfecta para una escapada corta pues se recorre con facilidad en un par de días o incluso en uno. Razones suficientes para probar que Teruel no sólo existe, sino que merece mucho la pena ser redescubierto.



¿TE VAS DE ESCAPADA
ROMÁNTICA?

-10%
DE DESCUENTO
EN TU SEGURO
DE VIAJE

No olvides introducir el código
10AMOR
en el paso 3 de la contratación

[CONTRATAR MI SEGURO](#)

Promoción válida hasta el 16 de Febrero 2016 a las 23:59 CET

TU YA HAS PLANEADO TU ESCAPADA PERFECTA...

Que nada te arruine tu escapada romántica, **contrata tu seguro de viaje AXA Assistance.**
Nosotros nos encargamos de los imprevistos.

Y ahora **-10% DE DESCUENTO**



ASSISTANCE

reinventando / los servicios

LEVADURA MADRE, SABOR A TRADICIÓN

El pan, un alimento tan básico como tradicional, se ha convertido en un producto gourmet gracias al buen hacer de maestros panaderos como Moncho López, el alma de las tahonas Levadura Madre y garante del secreto de sus codiciados productos

ANA M. SERRANO

De alimento básico a producto para sibaritas, el pan artesano, cocido a fuego lento, se ha convertido en uno de los placeres gastronómicos más deliciosos y asequibles en esta nueva cultura gourmet que nos invade.

Directamente relacionado con la dieta mediterránea, ese instante de disfrute de un pan tradicional, elaborado a la antigua nos traslada casi al instante a la infancia, al olor a leña, a los sabores de pueblo. De ahí su creciente demanda en todos los hogares contemporáneos.

Pero no todo vale en la cultura del buen pan. Pues tras esa obsesión por el “pan caliente” que empezó a ponerse de moda hace apenas cuatro o cinco años, comenzaron a proliferar todo tipo de sucedáneos a bajo precio que con la



excusa del “recién hecho” comercializaban piezas congeladas, de clase ínfima, blandas, insípidas... Por fortuna, un puñado de artesanos, amantes de las cosas bien hechas y conocedores de la mejor tradición panadera, se empeñaron en devolver la calidad a esta tradicional profesión tan entrañable como exquisita.

El caso de Levadura Madre

Entre este puñado de artesanos panaderos encontramos a Moncho López, el *alma mater* de Levadura Madre. Un apasionado del oficio de panadero que, bajo la premisa de recuperar el gusto por la cosas bien hechas, los sabores tradicionales y ese trato “de tú a tú” que se había perdido en las panaderías, en poco tiempo ha puesto en marcha dos tahonas en Madrid y se ha convertido en todo un referente para los que buscan el sabor de la tradición.

Un trato personal que en las panaderías Levadura Madre se cuida hasta el último detalle; desde la decoración de diseño, acogedora y cálida, hasta la presentación de los productos en cestitas, campanas transparentes y alacenas de madera y cristal.

Todo ello envuelto en un ambiente dominado por el blanco donde se atesoran hasta treinta clases de pan diferentes: pan Pouchon, Pagés de centeno, hogaza multiharinas, de espelta y maíz, de vino, pasas y nueces, de chocolate y naranja... Un surtido extraordinario cuyo secreto reside en el amor, el mimo con los que se elaboran. Y en la masa, claro.

Más que pan

Como Levadura Madre no vive sólo de pan —en su oferta se encuentran también bizcochos, bollitos, pasteles, tartas o pastas de té, que son otra de sus grandes tentaciones artesanas—, nos propone un San Valentín tan dulce como sus *cookies Red Velvet*. Ellas son las verdaderas reinas del mes de febrero, con una textura y sabor que sorprenden incluso a los paladares más exigentes. Al igual que la mayoría de sus productos, las deliciosas *Red Velvet* también pueden encargarse *online*.