

Seguros

elEconomista

Revista mensual

10 de mayo de 2018 | Nº 57

LA REVOLUCIÓN DIGITAL LLEGA A LAS CONSULTAS MÉDICAS

El seguro de salud apuesta por las nuevas tecnologías que nos meten el médico en el bolsillo | P8

El 'blockchain' se propone revolucionar también el mundo del motor | P26

Seguros que le ayudan a hacer la Declaración de la Renta | P24

Carmen Cordón

Cofundadora de Hidden Away Hotels

“Mi padre, Publio, siempre me repetía que solo fracasa el que se rinde” | P16



13. Consejos útiles

Hacerse autónomo sin arruinarse en el intento

Le damos las claves para poner en marcha su propio proyecto sin dejarse la cartera en ello

24. Ahorro y jubilación

Seguros que ayudan a la hora de hacer la Renta

Si aún no ha presentado la declaración de la Renta correspondiente a 2017, lea este reportaje

26. Motor

El 'blockchain' llega para revolucionar los coches

El sector de la automoción también puede beneficiarse de las ventajas del 'blockchain'

28. Seguro y deporte

Cuidar la salud más allá de los 40 años

Llevar una vida activa y saludable es necesario, pero con cabeza

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

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

Reportaje

La digitalización de la salud nos mete el médico en el bolsillo

El futuro de la asistencia médica está ligado a las nuevas tecnologías. La telemedicina gana adeptos



08



20

Empresas

Nueva Ley de Protección de Datos: preparados, listos ¡ya!

El 25 de mayo entra en vigor el reglamento europeo de protección de datos; ¿está su empresa preparada?

Entrevista

Carmen Cordón, confundadora de Hidden Away Hotels

"Mi padre, Publio, siempre me repetía que solo fracasa el que se rinde"



16



32

Innovación

Los drones colonizan el cielo y la tierra

Se han convertido en un aliado profesional y de ocio. Conozca más sobre los aparatos que dominarán nuestros cielos



Bienvenidos a la nueva era de la atención sanitaria

En 2020 se prevé que las consultas médicas a través de la telemedicina asciendan a 158 millones. En 2014 rozaron los 20 millones en todo el mundo, esto supone que cada año la digitalización de la medicina crece cerca de un 50 por ciento

La revolución digital llega a las consultas médicas. Y lo hace para quedarse. La digitalización avanza imparable en la sanidad privada y también en la pública. Sus principales ventajas son el ahorro de tiempo y de costes tanto para los pacientes como para el sistema sanitario, ya que la mayor parte de las consultas médicas más habituales pueden realizarse de forma telemática, a través de una llamada de teléfono, una videollamada o incluso un chat de WhatsApp. Los datos indican que esta revolución no tardará en implantarse en España. Los expertos estiman que en 2021 habrá más de 50 millones de usuarios de dispositivos médicos conectados. Un año antes, en 2020 se prevé que se realicen más de 158 millones de consultas médicas virtuales en todo el mundo. En 2014, se realizaron 19,7 millones de actos médicos a distancia. La aplicación de internet de las cosas a la medicina permite, además, implicar a los pacientes en la prevención de enfermedades y en el tratamiento de patologías crónicas. Dispositivos cuantificadores de la actividad física y relojes inteligentes, como el *Apple Watch*, fomentan que el usuario practique unos hábitos de vida más saludables. Las compañías de seguros especializadas en salud lo saben y lo

quieren fomentar, ya que el objetivo es cambiar el modelo sanitario hacia la prevención y no centrarla en el tratamiento, como hasta ahora. Todos estos cambios los analizamos en el reportaje de portada de mayo, en el que, además, descubrirás cómo los *smartwatches* han sido capaces de salvar la vida a varios pacientes.

Además, la revista viene repleta de interesantes contenidos. Le recordamos cómo los seguros pueden echarle una mano a la hora de hacer la declaración de la renta, que ya ha cumplido su primer mes de campaña. Descubrimos los últimos proyectos empresariales de Carmen Cordón, hija de Publio Cordón y cofundadora de Hidden Away Hotels. Acaban de rehabilitar e inaugurar el Gran Hotel Inglés, el hotel más antiguo de Madrid, que cuenta con una apasionante historia.

Como no todo es trabajar, les proponemos desconectar con algunos de los festivales de música que esta temporada recorrerán la geografía española o si prefieren algo más urbano, les animamos a descubrir a los máximos exponentes del arte urbano, artistas que han hecho del grafiti un verdadero arte. Todo esto y mucho más le está esperando en el número de mayo de *elEconomista Seguros*. Feliz lectura.

ASÍ SE ASEGURAN LOS EDIFICIOS

El sector del ladrillo, golpeado duramente a lo largo de la crisis vive un nuevo resurgir. Casi una década después la demanda de pisos crece, con la edificación de viviendas. Es un buen momento para recordar cómo se aseguran los edificios de nueva construcción y de qué manera se protege a los inquilinos

DIEGO FERNÁNDEZ TORREALBA

Basta con dar un paseo por casi cualquier barrio -especialmente, en las ciudades- para comprobar que han aparecido de nuevo las obras, las grúas, los obreros, las excavadoras y los carteles de las constructoras y promotoras inmobiliarias.

Empiezan otra vez a construirse edificios de viviendas y la compra de pisos se reactiva, una realidad que tiene también una gran importancia para el sector seguros, que recobra su importancia en el sector inmobiliario. ¿De qué manera se aseguran estas nuevas construcciones?

Los seguros de caución entran en juego. Los contratantes son en este caso las empresas promotoras y constructoras, que deben responder ante sus clientes tanto de la seguridad y calidad de los nuevos edificios como de que la conclusión de los mismos se produzca en el plazo de tiempo estipulado. Hablamos de los seguros de caución para cantidades entregadas a cuenta.

La LOE -Ley de Ordenación de la Edificación de España, que entró en vigor en 1999- obliga a que este tipo de compañías respondan, mediante la suscripción de un seguro de daños materiales o de caución, para resarcir a sus clientes de los daños que *afecten a elementos de terminación o acabado que ocasionen el incumplimiento de los requisitos de habitabilidad* o que hayan sido causados por *vicios que tengan su origen o afecten a la cimentación, los soportes, las vigas, los forjados, los muros de carga u otros elementos estructurales y que comprometan directamente la resistencia mecánica y estabilidad del edificio*. Todo ello, hay que decirlo, si los desperfectos se producen en unos plazos determinados de



E. SENRA

tiempo, no con carácter permanente. Esa es la mejor manera de proteger a los nuevos inquilinos.

En el peor de los supuestos podría incluso darse la situación de que la construcción no se finalizara. En este caso el seguro de caución garantiza a los afectados, los clientes, la devolución del dinero que estos hayan entregado con anterioridad a cuenta del precio final de la vivienda, así como los intereses que correspondan. Ya que se ha invertido tiempo y esfuerzo en balde, por lo menos se recupera el dinero.

Más allá de ese blindaje por ley, los propietarios pueden estar interesados en contratar un seguro de hogar, que ayuda a proteger tanto el continente -la estructura del inmueble, desde el suelo a las paredes y los techos- como el contenido -los muebles y enseres- de cada domicilio. Pero, por supuesto, aporta una gran tranquilidad saber que de cualquier manera la legislación les ampara en el caso de que se produzca algún desagradable imprevisto en su nueva casa, exigiendo a las promotoras y constructoras responder ante ellos en ese tipo de situaciones.

Asefa Seguros, la especialista en el sector de la construcción

Fundada en 1972, Asefa Seguros nace con el objetivo de “ofrecer una respuesta aseguradora especializada al sector de la construcción”, según explica la compañía en su página web. Asefa amplió su oferta de productos en 2008 con su entrada en el ramo de salud. En 1989, la compañía es adquirida por el Grupo SMABTP, su principal accionista, y por Scor, primer reasegurador francés. En sus 46 años de experiencia, Asefa se ha convertido en un referente asegurador para el sector de la construcción, para el que comercializa diversas soluciones aseguradoras como caución, seguro decenal, responsabilidad civil, afianzamiento y fianzas, entre otros. La compañía cerró 2017 con un volumen de primas de 49 millones de euros, según los datos de Icea.

■ **Año de fundación:**

1972

■ **Domicilio Social:**

Avenida de Manoteras, 32 Edificio A. CP 28050, Madrid

■ **Número de empleados totales:**

171 empleados (Informe Anual 2016)

■ **Distribución por género:**

Mujeres: 49 por ciento

Hombres: 51 por ciento

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

Mujeres: datos no disponibles

Hombres: datos no disponibles

■ **Incorporaciones a la plantilla en 2017 (o último año**



Cyrille Mascarelle

Director general de Asefa



disponible):

Datos no disponibles

■ **Ramos en los que opera:**

Construcción y responsabilidad civil para empresas, salud para particulares

■ **Volumen de primas:**

49 millones de euros en 2017, de acuerdo con los datos de Investigación Cooperativa entre Entidades Aseguradoras (Icea)

■ **Cuota de mercado:**

0,08 por ciento al cierre de 2017, según el ranking de grupos de Icea

■ **Número de oficinas:**

Sede central más direcciones territoriales y red de oficinas propias y dos oficinas de Salud

■ **Página web:**

<http://www.asefa.es>

■ **Perfiles en redes sociales:**

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/asefa-seguros-y-reaseguros-s.a/>

Youtube: <https://www.youtube.com/user/AsefaSeguros>

■ **Canales de venta:**

venta a través de profesionales de la mediación

■ **Contacto (clientes):**

En el 91 781 22 23 y en la página web

<http://www.asefa.es/atencion-al-cliente-asefa>

■ **Presidente:**

Didier Ridoret

NUEVOS PRODUCTOS

SANTALUCÍA LANZA 'SCUDO' PARA PROTEGER A LA FAMILIA

Se trata de una 'app' para dispositivos móviles que permite avisar al resto de los miembros de la familia de una situación de riesgo o en caso de accidente

REDACCIÓN

Santalucía ha presentado recientemente *Scudo*, una app con la que proteger a toda la familia y a su entorno cercano ante situaciones de peligro como agresión, robo, acoso, violencia o un accidente de moto o coche. *Scudo* nace del impulso ofrecido por la aseguradora a la *startup* española wBunker, una de las ganadoras del Programa de Aceleración Santalucía Impulsa 2016-2017.

La app está disponible para los clientes de Hogar iPlus de Santalucía. Permite crear hasta tres grupos de protección con un máximo de siete miembros cada uno. En caso de que alguno de los miembros de los grupos se encuentre en una situación de peligro basta con apretar el botón de encendido de su *smartphone* cuatro veces seguidas para que la *app* se active y mande en tiempo real una alerta al resto de miembros, con la geolocalización, la imagen de vídeo y el audio de lo que está ocurriendo.



M. Z.

Para Ángel Uzquiza, director de Innovación de la aseguradora, "*Scudo* ayudará a que nuestros clientes puedan conectar con su entorno cercano ante una situación de inseguridad. Es una nueva forma de aportarles protección y estar cerca de ellos en cualquier momento y lugar". Disponible para Android e IOS, entre sus ventajas destaca que funciona tanto en España como en el extranjero y que está diseñada para no consumir apenas batería del dispositivo móvil. No es necesario desbloquear el teléfono para emitir la alerta, ni siquiera sacarlo del bolsillo o el bolso y los vídeos que graba están encriptados y protegidos.



EE

SEGURO DE DECESOS

MGS ELIMINA LA HUELLA DIGITAL

MGS Seguros incluye el borrado de la vida digital de sus asegurados que contraten su seguro de decesos

REDACCIÓN

MGS Seguros acaba de poner a disposición de sus asegurados de decesos el servicio de borrado digital. Así, se podrá solicitar la eliminación de la huella digital en caso de fallecimiento del asegurado, explica la compañía.

El avance de la tecnología ha propiciado que gran parte de nuestros datos personales estén en la red. Gracias a este nuevo servicio incluido en los seguros de decesos de la compañía, las familias de los asegurados de MGS Seguros podrán ejercer su derecho al olvido y proteger su intimidad, privacidad y

reputación.

Gracias a esta nueva garantía, los herederos legales del asegurado podrán eliminar cualquier rastro en redes sociales, blogs y webs que alberguen información personal, cuentas de correo electrónico y otras informaciones personales. Asimismo, se podrá solicitar el borrado de datos, archivos y programas existentes en dispositivos.

Este nuevo servicio tecnológico se ofrece de manera totalmente gratuita para los asegurados de MGS Profamilia, el producto de decesos de la entidad, "que va más allá del servicio funerario con prestaciones relativas a la salud, ayuda a personas mayores, accidentes personales y asesoramiento jurídico y gestión documental en caso de fallecimiento", recuerda la compañía de seguros.

Con el borrado digital, la entidad continúa desarrollando servicios vinculados a la tecnología que contribuyen a satisfacer las necesidades actuales y futuras de sus clientes, uno de los objetivos de MGS Seguros.

Porque **su sonrisa** no tiene precio

Conoce **Preventiva Dental Familiar**, el seguro que incluye servicio dental para todos los miembros de la familia, y para los más pequeños el plan de **Salud Bucal Infantil**.

- 13 Gratuitades
- 1900 Clínicas
- 4600 Odontólogos
- Precios máximos garantizados

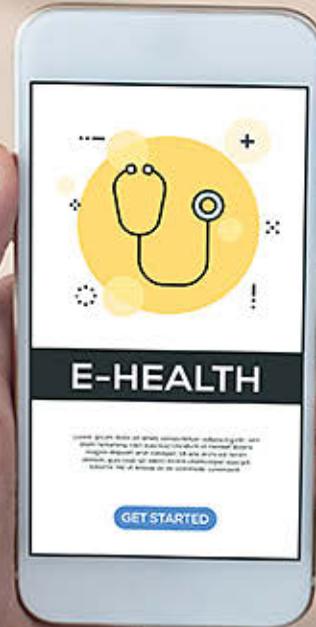
Y además 3.000€ de cobertura por fallecimiento accidental para un asegurado

Infórmate en www.preventivadental.com
900 20 30 10
Tu sucursal Preventiva más cercana

LA SALUD DIGITAL NOS METE EL MÉDICO EN EL BOLSILLO

Las nuevas tecnologías y la conectividad llegan al mundo de la salud. De esta manera, los dispositivos móviles permiten a los asegurados meterse a los médicos en el bolsillo

V.M.Z.



Se acuerda de esa época en la que el teléfono móvil solo servía para hacer llamadas y enviar y recibir mensajes de texto? Los smartphones solo llevan una década con nosotros, pero parece que han estado en nuestro bolsillo toda la vida, tanto, que es casi imposible concebir y desarrollar nuestra actividad diaria sin ellos. Incluso para recibir asistencia médica y sanitaria. Y no, no estamos hablando de consultar con el *doctor Google*, hablamos de la llegada de la conectividad a la asistencia médica.

La digitalización de la salud es imparable, aunque de momento sus

servicios no están fuertemente implantados, al menos en España. Pero el proceso es imparable. No lo decimos nosotros. En 2016 se estima que había 7,1 millones de usuarios de dispositivos médicos conectados o dispositivos de monitorización médica. Parecen pocos, pero su crecimiento será exponencial en los próximos años. Los expertos prevén que este tipo de dispositivos y wearables registren un crecimiento anual sostenido de un 47,9 por ciento hasta alcanzar en 2021 los 50,2 millones de usuarios.

Además de los dispositivos conectados, las consultas médicas virtuales no pararán de crecer en todo el mundo. Así, en los próximos años se estima un crecimiento global sostenido del mercado de la consulta virtual que alcanzará los 158,4 millones de consultas virtuales en 2020. En 2014, se realizaron 19,7 millones de consultas en todo el mundo, de acuerdo con los últimos datos disponibles.

En el caso concreto de España. Axa Partner, compañía que forma parte del grupo asegurador Axa, prevé que en apenas dos años, el 25 por ciento de las consultas médicas de sus clientes serán digitales, por vídeo, voz o chat. Se trata de una realidad imparable que, además, permite agilizar las consultas médicas rutinarias y contribuye a reducir de forma paulatina el gasto sanitario y la masificación de los servicios médicos. En España el gasto sanitario asciende a cerca del 9 por ciento del producto interior bruto (PIB) y en los próximos años, al hilo del paulatino envejecimiento de la población, el porcentaje del PIB dedicada a esta partida será cada vez mayor.

En este contexto, no es raro que las empresas tecnológicas hayan echado el ojo a un sector clave en el desarrollo de la sociedad y uno de los pilares sobre los que se sustenta el estado del bienestar. Prueba de ello es que en la última edición del *Mobile World Congress* de Barcelona numerosas compañías tecnológicas han estado a la busca y captura de socios que aporten servicios de asistencia en salud más allá de los dispositivos tecnológicos.

Fruto de esa alianza son los proyectos de algunas compañías aseguradoras que apuestan por la digitalización de los servicios de atención sanitaria, con la puesta en marcha de consultas médicas a través de chat, teléfono o videollamadas, la teleprescripción de recetas o la monitorización remota de pacientes crónicos con patologías como hipertensión, asma o diabetes.

Es el caso de Axa Partners. La compañía ha presentado recientemente en España su estrategia de salud digital, en la que apuesta por servicios como la teleconsulta, la videoconsulta y la teleprescripción. “Con esta tecnología los



ISTOCK

En 2021 habrá más de 50 millones de usuarios de dispositivos médicos conectados

asegurados que gocen de estos servicios no necesitarán desplazarse al centro médico para la primera evaluación, la cual se podrá realizar a través del móvil”, explica la compañía, que cuenta con un equipo médico propio para atender este servicio. “Además de tener siempre la garantía de un contacto directo con un médico experto que valorará la situación del paciente desde el sofá de su casa, en caso de ser necesario el profesional sanitario podrá teleprescribir los medicamentos necesarios sin el requisito del desplazamiento hasta la consulta”, añaden.

Atención en cualquier parte del mundo

La teleasistencia se vuelve importante especialmente en los viajes, en los que el servicio de teleprescripción de recetas de Axa Partners, válidas en los países de ámbito europeo, facilita a los pacientes la movilidad geográfica por vacaciones o por motivos de trabajo, sin dificultades ni en idioma ni en

dispensación. “La telemedicina es hoy la mejor alternativa a la consulta hospitalaria, siendo en muchas ocasiones complementaria, pero evitando los desplazamientos de los pacientes al centro sanitario”. La apuesta de Axa Partners es que para facilitar la consulta, la solución online es de fácil aprendizaje y manejo, tanto por el paciente como para el personal médico, con sencillez de comunicación y diagnóstico en la teleconsulta, además del acceso remoto a los datos de los pacientes. La compañía asegura que “los pacientes sienten que la teleconsulta les da tranquilidad y les evita desplazamientos, lo que puede suponer menos absentismo laboral y menor repercusión económica”.

Lo cierto es que la confianza en la telemedicina es cada vez mayor, de acuerdo con datos del portal de estadísticas statista.com hace ya cinco años se estimaba que la evolución a nivel mundial de la facturación del mercado de salud digital experimentaría un gran crecimiento, llegando a alcanzar una facturación de más de 233.000 millones de dólares en 2020.

Llevar unos hábitos de vida saludables contribuye a mejorar el estado general de salud de las personas. Y la llegada de los dispositivos cuantificadores, como los relojes inteligentes y las pulseras que miden la actividad física incentivan a los ciudadanos más sedentarios a moverse más. Algunas compañías de seguros han aprovechado este tirón de la vida sana para diseñar seguros de salud y de vida que incentivan a los asegurados a realizar ejercicio moderado.

Es el caso de Vivaz, la marca de seguros de vida de Línea Directa, o de DKV Seguros a través de su app Quiero cuidarme. Seguros El Corte Inglés acaba de lanzar un seguro de vida que bonifica a sus asegurados por caminar y alcanzar el clásico objetivo de los 10.000 pasos diarios.

Dispositivos que salvan vidas

En Estados Unidos, algunas compañías financian a sus asegurados un Apple Watch, el smartwatch de los de Cupertino, con la condición de mantener determinado nivel de actividad física durante dos años. Los expertos como Julio Lorca, director de desarrollo de DKV Seguros, señalan que esta tendencia es imparable y que se basa en

158,4
En 2020 se estima
que se realizarán
158,4 millones de
consultas virtuales
en todo el mundo



la prevención de las enfermedades más que en su tratamiento.

Aquí es donde este tipo de dispositivos se convierten en un aliado de pacientes y médicos. Gracias a ellos, los pacientes crónicos pueden tener mayor control sobre su enfermedad, controlar sus síntomas desde casa e implicarse de lleno en su salud, mejorando la adherencia a los tratamientos. Axa Partners lo hace a través de la *app* Healthlook, a través de la cual ha firmado acuerdos con diversas entidades para poner en marcha diferentes proyectos de monitorización de pacientes crónicos desde 2014. Por ejemplo, junto a Philips conjuga la monitorización remota de pacientes con problemas respiratorios -alergias y asma- con el uso del purificador de aire de Philips con el objetivo de reducir el número de crisis; o con pacientes de Enfermedad Pulmonar Obstructiva Crónica -EPOC- con el objetivo de reducir los costes hospitalarios para el Sistema Nacional de Salud.

Nadie duda de la utilidad de estos dispositivos, pero el debate en Europa se centra en el uso que las compañías puedan dar a toda la información de salud -considerados datos de carácter personal de especial protección-. De momento, en Estados Unidos, un reloj inteligente como el desarrollado por Apple ha logrado salvar la vida a más de un usuario.

El último caso es el de un neoyorquino de 32 años que se sintió mareado estando en el trabajo. Su Apple Watch le envió una notificación alertándole de que su ritmo cardíaco era muy bajo y que debía recibir atención médica inmediata. En el traslado al hospital sufrió una hemorragia masiva, y ya allí le diagnosticaron una úlcera perforada. Los médicos declararon a diversos medios de comunicación que “si el paciente no hubiese recibido la notificación, no habría sobrevivido, ya que se trataba de un adulto aparentemente sano y sin problemas graves de salud”.

Este no es el primer caso en el que el reloj de Apple es clave a la hora de diagnosticar una enfermedad grave. A un joven estadounidense de 18 años una alerta del dispositivo por tener un ritmo cardíaco demasiado elevado le facilitó ser diagnosticado de una enfermedad crónica renal que no había dado ningún síntoma previo. Esta ayuda tecnológica está avalada por la Universidad de California, que afirma que el reloj inteligente es capaz de detectar arritmias cardíacas con una exactitud del 97 por ciento. Gracias a la tecnología, podemos meternos al médico en el bolsillo y en la muñeca.

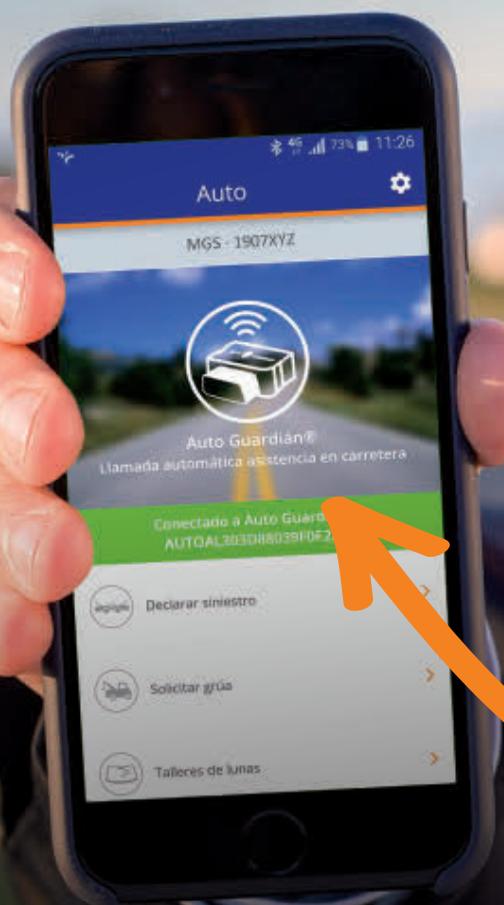
MGS

Seguros

PRESENTA

AUTO  GUARDIÁN®

¡GRATIS!
Con tu
seguro de
AUTOMÓVIL



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



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



CUIDE LA SALUD DE SU GARGANTA PARA PROTEGER SU VOZ

El cuidado de la voz y la garganta en ocasiones queda en segundo plano y solo cuando hay irritación o dolor, se le presta la atención que merece a esta parte del cuerpo tan delicada y olvidada

CARMEN LANCHO

Los dolores de garganta suelen ir asociados al invierno y al mal tiempo, pero la primavera también tienen sus inconvenientes, ya que las temperaturas cambian de forma rápida a lo largo del día y comienzan a aparecer los síntomas de las alergias.

Por lo tanto, no hay que bajar la guardia.

El cuidado de la garganta y de la voz es muy importante. La garganta comprende desde el velo del paladar hasta el esófago y contiene la laringe, la faringe, ganglios linfáticos, la epiglotis y las cuerdas vocales. Por ella pasan alimentos y aire, y permite hablar y comunicar a través de la voz.

A veces se produce irritación y dolor de garganta debido a las bajas temperaturas, el consumo de bebidas o alimentos fríos, aire acondicionado o un ambiente demasiado seco. La afonía, la disfonía -ronquera-, la tos o el dolor pueden indicar otros problemas, como una infección viral, que forma parte del proceso catarral. La garganta también sufre cuando se trata de infecciones bacterianas que causan inflamación de las amígdalas, llamada amigdalitis, o vegetaciones, una patología frecuente durante la infancia.

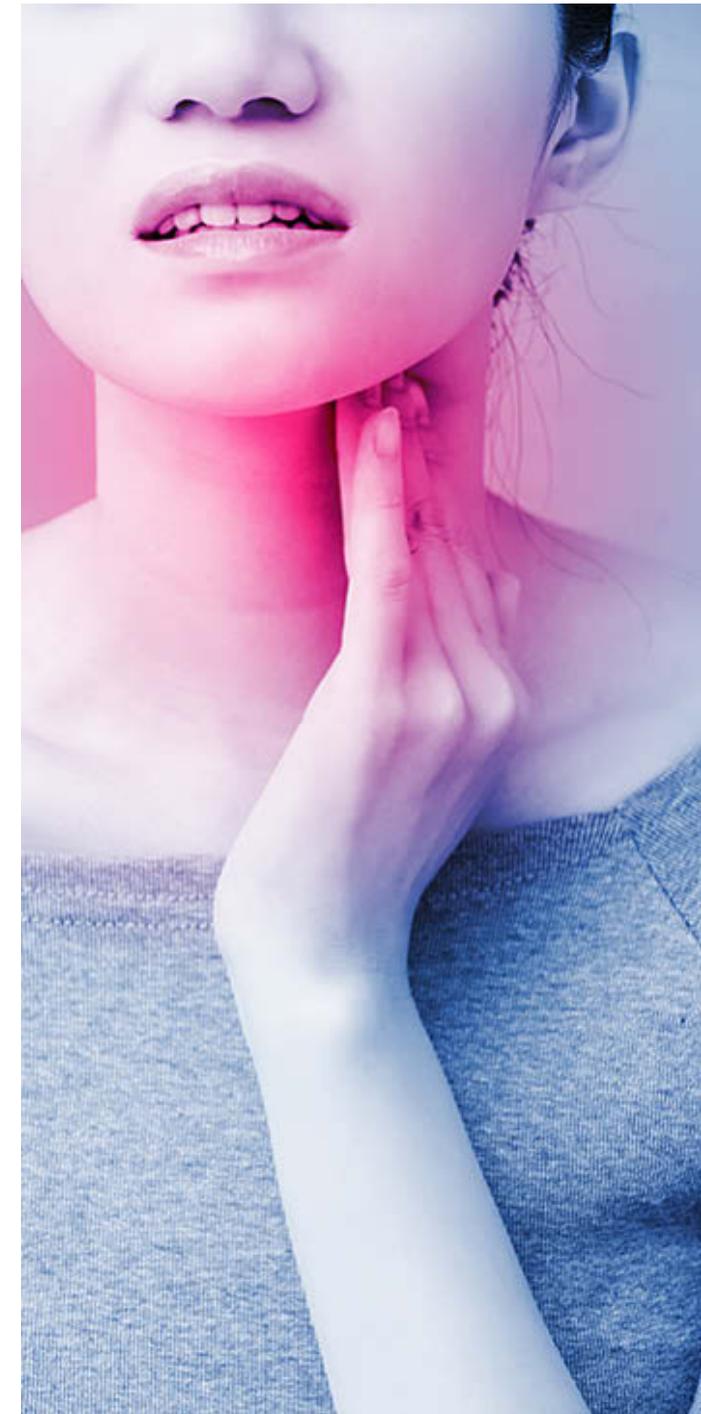
Hay infecciones que pueden derivar en una pérdida de voz, y en los casos más graves, la tos y las alteraciones en la voz pueden indicar un cáncer de garganta, ya que los cánceres de laringe -garganta- pueden comenzar por las cuerdas vocales, entre otros síntomas.

A esto hay que sumarle las molestias provocadas por las

alergias propias de la primavera, que provocan estornudos, picor e irritación de garganta. Esta zona del cuerpo también sufre las molestias del reflujo gástrico, una dolencia que derivada de problemas de acidez de estómago. En este caso se debe consultar con un médico especializado en aparato digestivo que pueda dar solución a este problema.

Para cuidar la voz es importante dejar algunos malos hábitos como el consumo habitual de tabaco y el alcohol. Las dolencias de la garganta empeoran si se es fumador. Gritar tampoco ayuda a mantener una voz sana.

Para proteger la voz y la garganta se deben evitar los cambios drásticos de temperatura, así como las bebidas muy frías. Los ambientes muy secos tampoco son beneficiosos. Por el contrario, mantener la garganta hidratada y estar en un ambiente húmedo son muy beneficiosos -se puede contrarrestar el calor seco de la calefacción con humidificadores-. Como dormir entre siete y ocho horas favorece el cuidado de la voz. Y por supuesto, mantener una correcta higiene bucal, para limitar las bacterias en la zona de la garganta. Aquellas personas cuya "herramienta de trabajo" es la voz, como profesores, teleoperadores, locutores, artistas, comerciales, etc., tienden a sufrir alteraciones como la afonía, nódulos, pólipos o laringitis, pudiendo llegar a perder la voz. En caso de sufrir cualquier problema o enfermedad relacionadas con la voz o la garganta se debe acudir al otorrinolaringólogo, logopeda o foniatra.





CÓMO HACERSE AUTÓNOMO SIN ARRUINARSE EN EL INTENTO

El tejido empresarial español está formado principalmente por emprendedores que, por distintos motivos, han puesto en marcha su propio negocio con mucho esfuerzo. Y usted, ¿tiene alguna idea o proyecto que quiera poner en marcha? Lea estos consejos para hacerlo sin gastar mucho dinero

CARMEN LANCHO

Por obligación o por vocación, el motivo es lo de menos. A 31 de diciembre de 2017 había 1.962.774 trabajadores autónomos -personas físicas- inscritos en los diferentes regímenes por cuenta propia de la Seguridad Social, según la Secretaría de Estado de Empleo, del Ministerio de Empleo y Seguridad Social. Mientras, las pymes llegaban al 1.321.663, de las cuales 1.148.456 eran microempresas formadas por entre uno y diez empleados. Aunque los comienzos nos son fáciles por lo general para los emprendedores, cada vez hay más fórmulas que ayudan a pasar las primeras dificultades.

Si está en paro seguramente habrá oído hablar de la

posibilidad de capitalizar la prestación por desempleo. Puede cobrar de una sola vez lo que le corresponda como prestación por desempleo para emprender un proyecto o comenzar como autónomo. Este importe está exento de IRPF y debe solicitarlo en las oficinas del Servicio Público de Empleo Estatal, Sepe.

Para empezar, debe darse de alta en el Censo de empresarios de la Agencia Tributaria, y después acudir a la Tesorería de la Seguridad Social para darse de alta como autónomo, obtener el número de afiliación, si no lo tiene, e inscribir la empresa -si es el caso- para que le asignen el código de cuenta de afiliación.

Los nuevos autónomos pueden acogerse a la tarifa plana, en el pago de las cuotas mensuales. Con independencia de la edad, es de 50 euros durante el primer año. A partir de ahí, las deducciones y bonificaciones en la cuota podrán variar según criterios como la edad.

En cuanto a la financiación, las ayudas públicas son escasas, pero suponen un buen apoyo. Existen subvenciones a fondo perdido y ayudas según el sector de actividad al que pertenezca. Cada Comunidad Autónoma tiene su propio programa de ayudas, y pueden contemplar ayudas al autoempleo femenino, ayudas a la innovación, ayudas a la creación de empleo, etc. Existen también microcréditos y líneas especiales de financiación de organismos como el Instituto de Crédito Oficial (ICO).

El auge de la economía colaborativa

Una forma de micromecenazgo que se ha extendido en los últimos años es el llamado *crowdfunding* donde un grupo de distintas personas aportan cantidades de capital realizando así una financiación colectiva. La economía colaborativa también ha desarrollado soluciones atractivas para no tener que invertir en material. Existen empresas que alquilan maquinaria y herramientas de todo tipo, desde menaje y utensilios de cocina hasta compartir despacho en espacios de *coworking*. Y las fórmulas de siempre, de renting de vehículos o de equipos y tecnología, lo que evita tener que hacer grandes desembolsos de dinero en el comienzo de su actividad.

MUTUA MADRILEÑA EXTIENDE SU LADO MÁS SOCIAL AL 'MUTUA MADRID OPEN'

La aseguradora promueve campañas contra la violencia de género y diversos actos solidarios a lo largo del torneo

ELECONOMISTA

Patrocinar un deporte no es solo sinónimo de fomento de los valores asociados a él, como el afán de superación, la cooperación o el respeto. Buen ejemplo de ello es el Mutua Madrid Open, la competición deportiva más importante de España en el mundo del tenis, que patrocina Mutua Madrileña desde hace ya 13 años y que ha adquirido un claro carácter social.

Desde que Mutua Madrileña puso en marcha su apuesta firme por este torneo, su patrocinio ha estado relacionado también con la promoción de diversas actividades con toque social, que se han ido incrementando a lo largo de los años.

Unos azafatos altamente motivados

Durante los 10 días que dura el *Mutua Madrid Open*, Mutua Madrileña desarrolla, entre otros proyectos, campañas de sensibilización relacionadas con aspectos de notable impacto social, como la lucha contra la violencia



de género o el acoso escolar, y recauda fondos, a través de sorteos y venta de productos solidarios, para financiar programas de ONG. Entre otras iniciativas, Mutua cuenta entre su plantilla de azafatos que trabajan en el torneo con dos miembros con síndrome de Down, pertenecientes a la Fundación Síndrome de Down Madrid, que destacan por su alta motivación a la hora de desempeñar su trabajo. Acompañados por azafatos experimentados que les ayudan y les sirven de guía en todo momento, desarrollan sus labores con dedicación e ilusión y completamente integrados en la dinámica y el ritmo de trabajo que impone la competición.

Contra la violencia de género

La lucha contra la violencia de género es una de las líneas de actuación en las que está volcada Mutua Madrileña a través de su fundación desde hace ya seis años. En este sentido, el *Mutua Madrid Open* se convierte en un altavoz fundamental para desarrollar una campaña específica que logre el mayor impacto posible. En los últimos ejercicios, algunos de los mejores jugadores y jugadoras de los rankings ATP y WTA participantes en el *Mutua Madrid Open* han prestado su voz y su imagen para ayudar a transmitir personalmente la importancia del rechazo social a la violencia de género.

Este año Mutua Madrileña centra su mensaje en la frase “Tú

Tú insultas como nadie. Tú humillas como nadie.
Tú ridiculizas como nadie. Tú golpeas como nadie.
Por eso para nosotros, tú

NO ERES NADIE.

Fundación Mutua Madrileña
contra la violencia de género.



no eres nadie”, con la que quiere afirmar que todo maltratador -que insulta, humilla, golpea...- no es nadie, mostrando su rechazo frontal contra quien así actúa y animando a la denuncia social del mismo.

Jugadores y jugadoras han colaborado en la elaboración de un vídeo y de unos elementos gráficos que son difundidos en las instalaciones de la Caja Mágica durante los diez días de celebración del *Mutua Madrid Open*, así como en redes sociales y otros soportes.

Apoyo a ONG

En apoyo a ONG, Mutua Madrileña pone en marcha durante el *Mutua Madrid Open* iniciativas para recaudar fondos, como la venta de sombreros solidarios o de papeletas para participar en el sorteo de una raqueta firmada por un tenista profesional. Todo lo recaudado se destina íntegramente al desarrollo de proyectos de apoyo a los más desfavorecidos. Este año, la recaudación por la venta de sombreros solidarios irá destinada al Proyecto Esperanza, impulsado por la Congregación de Religiosas Adoratrices, un programa de apoyo integral para mujeres víctimas de trata. Con todas estas iniciativas, Mutua

Madrileña confirma su compromiso con el deporte como escuela de valores y altavoz para sensibilizar e implicar a la población ante causas sociales que es necesario erradicar.



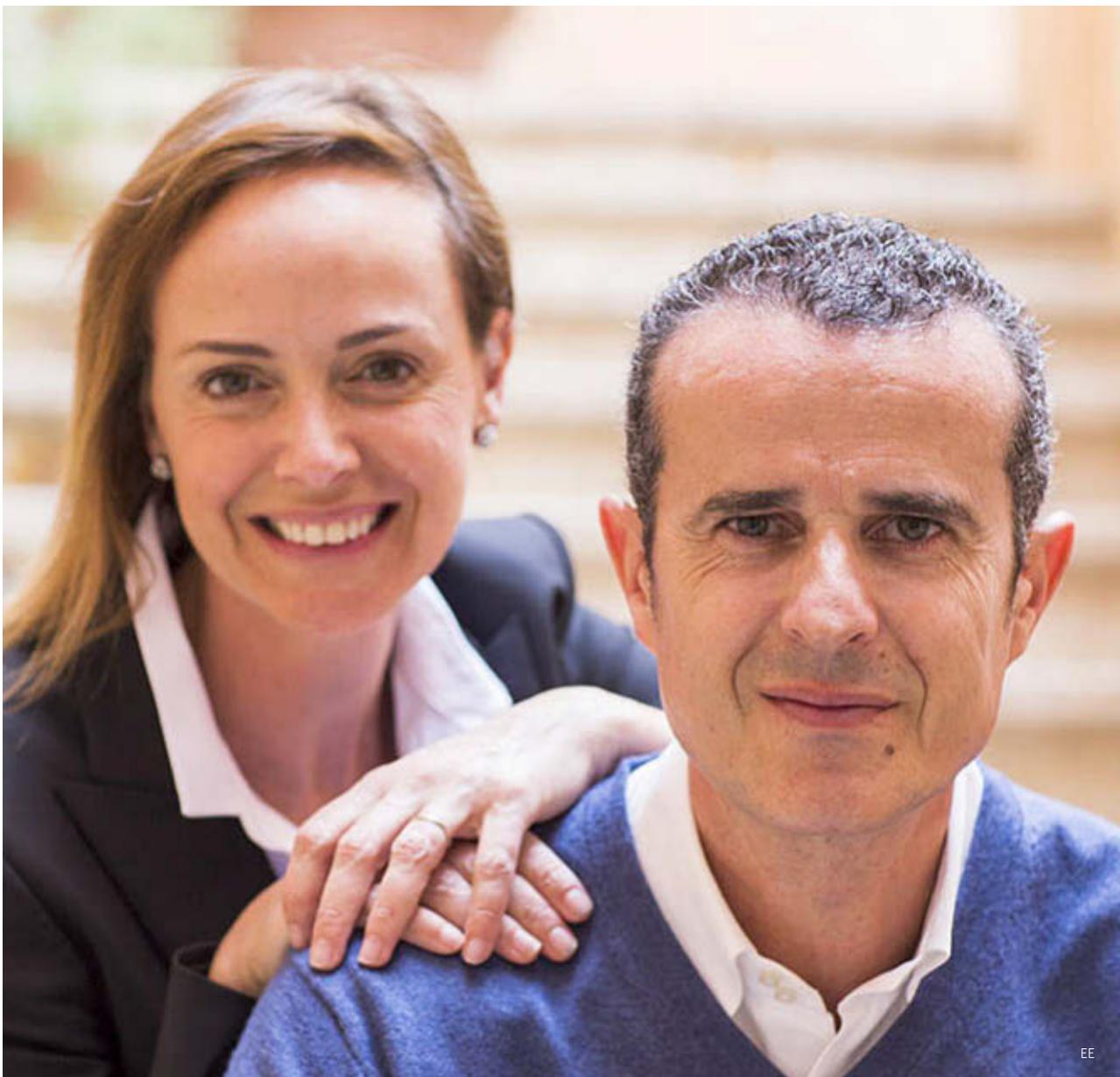
Deportistas y aficionados contra el acoso escolar

Además de la violencia de género, Mutua Madrileña aprovecha la celebración del *Mutua Madrid Open* para concienciar sobre el problema del acoso escolar, que representa otra de las líneas de actuación en las que trabaja la Fundación Mutua, en colaboración con la Fundación ANAR, a través de su campaña #NoBullying. Acabar con el bullying comienza en ti. Durante el torneo, Mutua busca el respaldo de personas influyentes del mundo del deporte, las redes, la música, el cine e incluso la política, que se visten con la camiseta de la campaña y envían mensajes de rechazo al acoso escolar a través de las redes sociales. Los deportistas Carlos Moyá, Jorge Garbajosa y Stan Wawrinka, entre otros muchos, fueron

algunos de los que dieron su apoyo a la campaña el año pasado.

#NoBullying. Acabar con el bullying comienza en ti es una campaña multimedia para luchar contra el acoso escolar a través de la prevención y concienciación de los menores, sus padres y los educadores. Los vídeos de la iniciativa acumulan más de dos millones de visualizaciones.

Este año, Mutua Madrileña ha vuelto a promover la colaboración de todos aquellos “influencers” que acudan al torneo y que los adolescentes admiran y sienten cercanos. Todo con el objetivo de sensibilizar sobre el daño que causa el acoso escolar.



CARMEN CORDÓN

Confundadora de Hidden Away Hotels. Acaban de inaugurar en Madrid el Gran Hotel Inglés en el Barrio de las Letras

V.M.Z.

Periodista, licenciada en Ciencias de la Información por la Universidad San Pablo CEU y Complutense de Madrid, cursó un Master en Business Administration en el Instituto de Empresa de Madrid. Carmen fue accionista y miembro del Consejo de Administración en las empresas que fundó su padre, Publio Cordón, Previa, Previa Vida y Grupo Hospitalario Quirón. Tras su formación como inspectora en el departamento comercial de la oficina de Previa en Valladolid y la puesta en marcha del área internacional de Previa en Madrid, Carmen se enfrentó junto a su marido al duro trance de lidiar con la negociación y pago del rescate por el secuestro y asesinato de su padre a manos de Grapo. En unos meses, Previa se vendió a DKV y Carmen junto con su marido, Ignacio Jiménez, comenzaron a desarrollar su carrera profesional al margen de la empresa familiar y aterrizaron en el sector turístico y de hostelería trasladándose a trabajar a República Dominicana con la compañía hotelera Occidental Hoteles. Durante casi 20 años ambos desarrollan sus carreras que culminan en Palma de Mallorca donde la pareja se instala y crían a sus tres hijos. Allí, Carmen desarrolla una amplia trayectoria periodística y literaria. También destaca como conferenciante profesional en conocidas plataformas como la Fundación Lo Que De Verdad Importa. Carmen fundó, junto a su marido, Hidden Away Hotels en 2014,

“Mi padre, Publio, siempre me repetía que solo fracasa el que se rinde”

como paso previo a la apertura de su primer hotel, Posada Terra Santa, en Palma de Mallorca. En 2018 han inaugurado el Gran Hotel Inglés. El hotel de lujo más antiguo de Madrid, cinco estrellas gran lujo, con el prestigioso sello de calidad *Leading Hotels of the World*.

¿Cómo surge el proyecto de reformar el Gran Hotel Inglés?

Ignacio y yo nos enamoramos de este lugar, su historia y su ubicación en una de las calles más castizas de Madrid. El Barrio de las Letras no tiene nada que envidiarle al soho de Londres o Nueva York. Es un lugar donde alguien que visite Madrid puede tener una experiencia genuina de la ciudad, pero con la protección del lujo más exquisito donde rezuma la elegancia Art Deco de los años 20. La base de nuestro proyecto es recuperar el esplendor y la categoría que tuvo el Gran Hotel Inglés cuando fue inaugurado en el siglo XIX. Es un lugar donde se recupera la esencia de la hotelería de lujo clásica dotándola de todos los elementos de tecnología y modernidad actuales. Es, de nuevo, un referente del lujo contemporáneo en Madrid.

¿Cómo ha vivido este proceso?

Con mucha pasión, intensidad, y entrega, creo que es la única manera de poner en marcha un negocio de éxito.

Además de este gestionan otro hotel. ¿Qué tienen de especial sus hoteles?

Que son un fiel reflejo de lo que a Ignacio y a mi nos parece que es el lugar perfecto donde uno se puede alojar cuando hace un viaje. Un hotel debe ser un espacio que resume la autenticidad de la ciudad que se visita, una experiencia en sí misma, donde la verdadera comodidad vaya de la mano del lujo y la profesionalidad exquisita en el servicio. Un sitio en el que uno se sienta siempre acogido como un invitado de honor, con la cordialidad y la cercanía que definen el carácter español.

Procede de una familia empresaria, vinculada al mundo del seguro.

¿Qué enseñanzas ha podido aplicar a la gestión hotelera?

Mi padre, Publio, siempre me repetía esta frase: "sólo fracasa el que se rinde". Creo que esta es la mayor enseñanza que uno puede recibir, la fuerza, la resistencia, el tesón. Uno debe luchar siempre, mantenerse y darlo todo sin dejarse vencer por los inconvenientes y en esa resistencia está el éxito. Creo que el hecho de ser soñador y muy apasionada es lo que te hace



“El proyecto quiere recuperar el esplendor del Gran Hotel Inglés”

En 2014 Carmen fundó junto a su marido Ignacio Hidden Away Hotels

“La pasión mueve el mundo, más que el dinero o el miedo”

mantenerte tan firme. La imaginación y la pasión son las fuerzas más poderosas que pueden acompañar al emprendedor. La pasión es la fuerza que mueve el mundo, más que el dinero o el miedo.

¿Y el riesgo? ¿Cómo se protege de él?

El riesgo es el peaje que pagamos los soñadores que nos lanzamos detrás de una idea. Yo, la verdad, cuanto menos riesgo mejor. Ignacio, mi marido, conoce muy a fondo el sector en el que estamos, es un hombre de control y de números, no da puntada sin hilo, aun así, por mucho que se intente acotar, el riesgo es inevitable, por eso hay que tener siempre mucha imaginación, mucha cintura y siempre un plan B o C. Además, conozco el mundo asegurador y confío muchas veces contratando buenos seguros.

¿Qué le inspira?

La grandeza del ser humano, la eterna búsqueda de nuestra realidad más trascendental, la ingenuidad de un niño que siempre confía, la naturaleza grandiosa, Dios también me inspira.

¿Qué recomienda a alguien que quiera poner en marcha su propio proyecto?

Lo primero: que no deje que le tiren para abajo su idea y su entusiasmo contando por ahí sus ilusiones, hay muchos que hablan sin saber, y no hay que menospreciar el poder de las palabras, mejor que no la cuente a nadie que no sepa del tema, pues le robarán la pasión que es fundamental. Lo segundo, que no tema acercarse y preguntar a los expertos sobre su idea, que pida información, sin miedo. Que pregunte a los que sabe, el ser humano tiende a colaborar y a no decepcionar a las personas en el sentido que se espera de ellos. Yo misma estoy siempre rodeada de gente joven encantada de contarles lo que sé. Lo tercero, que no se lancen hasta que tengan todo bien atado, hace mucho frío aquí afuera. Lo cuarto, una vez lanzados, sólo hay un camino, tirar adelante hasta el final, la pasión ayuda mucho en esta fase. Y si al final se fracasa, hay que volver a levantarse, nadie nació sabiendo y así se aprende. Imagínese que los bebés, que empiezan a andar por primera vez, dejasen de intentarlo la primera vez que se caen... no aprenderían, ellos caen, vuelven a levantarse, sus primeros pasos son torpes, ridículos, se tambalean, se agarran a los que pueden y siguen sin importarles lo que pensamos, se vuelven a levantar, siguen a su instinto y al final andan. Esa es la actitud.

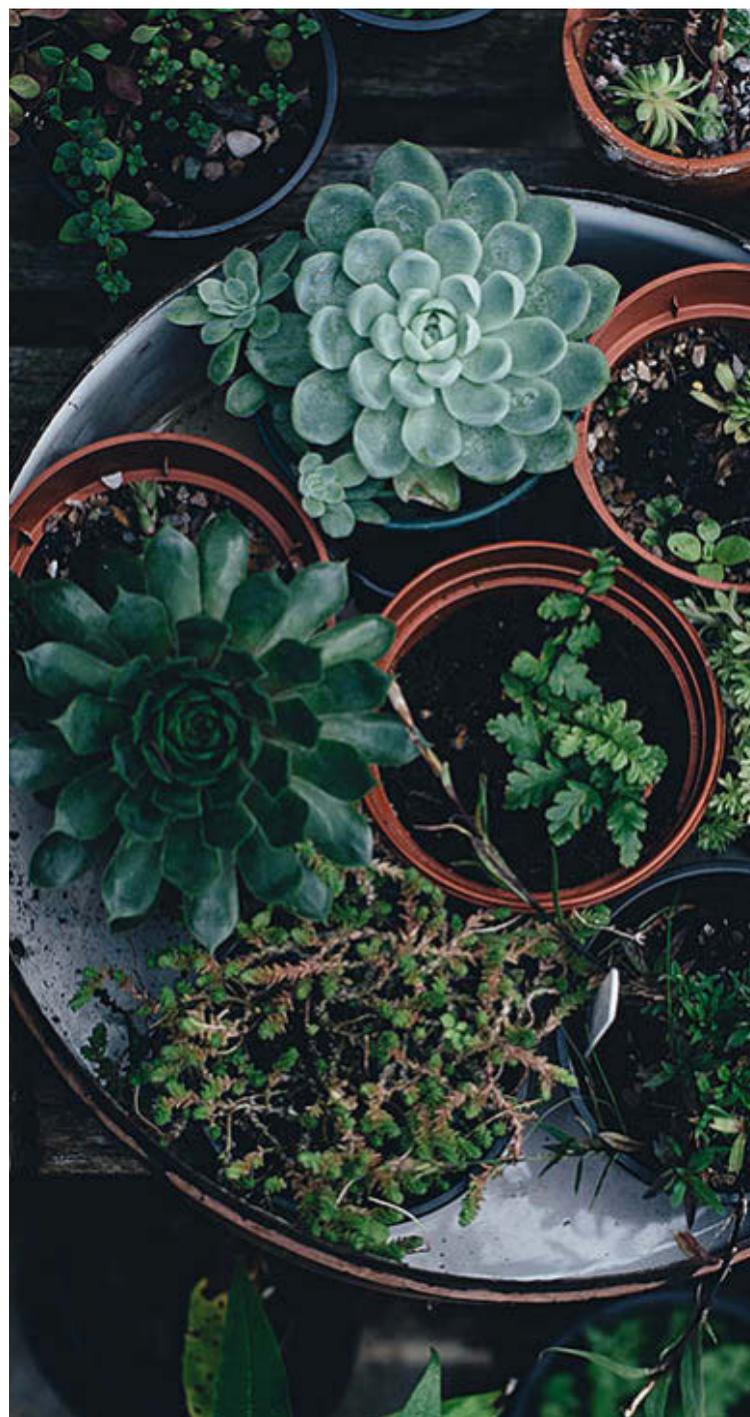
JARDINES A PUNTO Y A PRUEBA DE PLAGAS

Pasados el frío y la humedad de las lluvias, las suaves temperaturas de la primavera hacen brotar las flores y algo más. Comienzan las plagas y la lucha para combatirlas de manera eficaz y respetuosa con la naturaleza

CARMEN LANCHO

La primavera trae consigo una renovación vital. Las plantas empiezan a salir de su letargo invernal y la savia empieza a correr de nuevo. El buen tiempo despierta también a los insectos y comienzan las temidas plagas. Estas plagas pueden darse tanto en jardines como en plantas de interior y terrazas. Y una de las más conocidas es el pulgón, que convive con cochinillas y ácaros de arañas. Otras plagas muy comunes, tanto en jardines como terrazas y huertos urbanos, son la mosca blanca, la polilla del geranio o los caracoles.

Rosales, geranios, árboles frutales y plantas ornamentales son las más afectadas por las plagas. Todos estos insectos atacan a la planta y la dejan sin nutrientes o se comen sus hojas. Algo que suele agravarse cuando se alimenta a la



vegetación con nutrientes lo que las hace *más sabrosas*.

Otro problema añadido es que las propias plagas atraen a otras plagas. Es el caso del pulgón y de las cochinillas, que atraen a las hormigas. La cochinilla además favorece la aparición del hongo fumagina o negrilla. Rosales, árboles frutales, y plantas ornamentales son las preferidas de estos insectos.

Para luchar contra las plagas lo mejor es mantener vigiladas las plantas, con esto se puede evitar infestaciones de grandes proporciones, y se pueden prevenir manteniendo la vegetación lo más sanas posible, es decir, en unas condiciones óptimas de luz, temperatura y humedad.

Pero si una plaga termina atacando a uno o varios ejemplares es preferible optar en primer lugar por recursos naturales y respetuosos con el medio ambiente. Algunos insecticidas pueden resultar demasiado agresivos y terminar eliminando tanto a los invasores indeseados, como a otras especies que ayudan a mantener a raya dichas plagas, como son las mariquitas, las arañas, los ciempiés e incluso pájaros y lagartijas.

Una buena opción es disfrutar de las plantas autóctonas, acostumbradas a los invasores locales y más resistentes. Existen algunas especies vegetales capaces de repeler insectos como el romero, la menta, la albahaca o el laurel, entre otras.

Es recomendable mantener las hojas limpias. En caso de plaga, por ejemplo, una infusión de ortigas ayudará a limpiar la planta de pulgón. Si se trata de una infestación de cochinilla, puede pasar un algodón bien impregnado en alcohol por la zona afectada, y rociar vinagre diluido en agua por el exterior de los maceteros. Esto ayuda a repeler las hormigas, a la vez que funciona como un herbicida natural. Para mantener alejados a los caracoles de las plantas bastará con esparcir ceniza a su alrededor.

En caso de que la infestación sea muy fuerte, quizá la mejor opción sea arrancar los ejemplares más dañados, para evitar que se extienda la plaga por el resto de las plantas que forman parte del jardín o la terraza.

CLAVES DEL MARKETING DE 'INFLUENCERS'

Las redes sociales han cambiado el mundo más de lo que muchos imaginan. Ahora hay gente que es famosa y/o influyente solo por su Instagram. Personas normales que cuentan con cientos de miles de seguidores si no millones y tienen el mismo o más 'engagement' que las estrellas de Hollywood

Hay quienes son *influencers* a tiempo parcial como un modo extra de ganar dinero y hay quienes están ya a un nivel profesional. Pero ¿por qué les sigue la gente? Las personas siguen a estos influencers por cuatro razones.

La primera es que entretienen y divierten; la segunda, porque comparten un interés principal. La tercera es que se ven reflejadas en ellos. Y la cuarta razón: quieren ser como ellos.

El seguidor ve a ese influencer como un creador de tendencias y posible especialista. Las marcas de todo el mundo están saltando a esta estrategia de publicidad en la que pagar a un *influencer* por utilizar su producto puede ser más rentable que pagar a una estrella de cine. Tanto es así que muchos actores y cantantes están manejando personalmente sus perfiles en redes sociales para no perder su capacidad de influenciar y conseguir contratos publicitarios.

No hay duda de que el marketing de *influencer*, siempre y cuando esté bien hecho, funciona. Pero hay que saber cómo hacerlo ya que internet está lleno de perfiles falsos y el número de seguidores no siempre indica visualizaciones y conexión, ¿cómo sabe la marca que estos creadores de tendencias son reales y suponen una imagen positiva para la marca?

A primera vista puede sencillamente ir y revisar los perfiles de 50 seguidores de este influencer. ¿Parecen reales y activos? ¿Están en la zona geográfica que le interesa? Otra cosa que puede hacer es ver la cantidad de *me gusta* y comentarios que la persona recibe. Esto le da una idea del *engagement* o capacidad de respuesta de su audiencia.

Es importante pedir los datos de *engagement* y de alcance,



ISTOCK

ya que los hay que tienen solo 2.000 seguidores, pero son vistos por 30.000 personas en una semana. Puede ser más útil localizar a 20 personas con 10.000 seguidores reales que alguien con 200.000 seguidores. El número de seguidores potenciales que ven el mensaje es supuestamente el mismo, pero al multiplicar las plataformas el producto aparece en más sitios con más posibilidades de ser recompartido y creando mayor sensación de tendencia. En los casos de negocios locales, estos grupos son la mejor opción. Sus seguidores suelen ser mayoritariamente locales y verídicos. Invitarles a un evento, o a probar el producto, puede ser la mejor campaña de

publicidad. Ellos se encargarán de llenar la red de fotos con su producto o servicio y sus seguidores de querer probarlo. Pero seguir el resultado de estas campañas no es fácil. Aunque creen códigos de descuento para los seguidores de cada *influencer* o revisen los comentarios, lo cierto es que no hay forma de saber exactamente cuántos clientes se deben a ese ejercicio publicitario. Aun así, les animo a probarlo.

JULIANA NO

MANAGER DE DESARROLLO DE NEGOCIO PARA ATRIUM STAFFING
Y CORRESPONSAL DE SEGUROS TV EN EEUU
@julie_no

NUEVA LEY DE PROTECCIÓN DE DATOS: EMPRESAS PREPARADAS, LISTAS... ¡YA!

La información es poder y los datos personales una mina de oro cuyo tratamiento en esta vertiginosa era de la información y la tecnología requiere especial sensibilidad. La de Facebook ha sido una de las más flagrantes vulneraciones del derecho a la intimidad

ANA M. SERRANO

No es la única ni, por desgracia, la última. Las brechas de seguridad informática suponen un riesgo cada vez mayor a la hora de preservar los datos personales. En aras de garantizar estos derechos, la UE promulgó una nueva normativa sobre protección de datos. Se trata de legislación directamente aplicable y deroga la Directiva 95/46 vigente hasta el próximo 25 de mayo, cuando comenzará a aplicarse de forma definitiva el Reglamento General de Protección de Datos (RGPD).

La norma, que regula el tratamiento de datos personales y prevé cuantiosas multas -hasta 20 millones de euros o un cuatro por ciento de la facturación anual- para quien lo incumpla, contiene mecanismos similares a los establecidos en la norma anterior, sin embargo modifica algunos aspectos e incluye nuevas obligaciones.



Entre las novedades que afectan al tratamiento de los datos está el principio de responsabilidad proactiva. Obliga al responsable -la empresa- a aplicar medidas que garanticen que el tratamiento se ajusta a la ley: analizar qué datos tratan, la finalidad y el tipo de operaciones en que se emplearán. Es obligatorio informar de ello al interesado.

Enfoque de riesgo. Se debe tener en cuenta, además, el riesgo para los derechos y libertades de las personas que implica el acceso a los datos personales. Las empresas tendrán que informar a la Agencia de Protección de Datos cuando hayan sufrido una brecha de seguridad en un plazo de 72 horas tras haber tenido constancia de la misma. También a los interesados en los casos de mayor gravedad.

No se admiten formas de consentimiento tácito. El interesado debe manifestarlo de forma expresa y demostrable. Debe ser explícito para datos sensibles -origen racial, ideologías, religión, orientación y vida sexual, salud, etc.-, adopción de decisiones automatizadas y transferencias internacionales. Transparencia e información a los interesados respecto a las condiciones del tratamiento y el ejercicio de sus derechos de manera clara y concisa. Se evitarán remisiones a textos legales y fórmulas complejas.

Derecho de acceso y derecho al olvido: Se reconoce el derecho a obtener una copia de los datos personales objeto del tratamiento, así como solicitar su eliminación cuando ya no sean necesarios para el fin con el que fueron recogidos.

Delegado de protección de datos. Es el encargado de garantizar el cumplimiento de la normativa. Aunque es una figura optativa, será obligatorio cuando el tratamiento lo lleve a cabo una autoridad u organismo público, las actividades requieran un seguimiento regular a gran escala o recaigan sobre datos de carácter especial o relacionados con condenas y delitos.

ISTOCK



Ilusión por crecer juntos.

91 538 60 62
www.santalucia.es



Como corredor, tu mayor labor es asegurar la tranquilidad de tus clientes. Por eso, desde santalucía, ponemos a tu disposición una amplia gama de productos adaptados a sus necesidades, para garantizarles la mejor de las protecciones.

Para más información, contáctanos en el mail corredorescorredurias@santalucia.es

santalucía
SEGUROS

Estamos cerca, estás seguro.

ION CUERVAS-MONS

Cofundador y consejero delegado de Muno

VIRGINIA M. ZAMARREÑO

Ion Curvas-Mons es, por definición, un emprendedor. Estudio Arquitectura, y desde el comienzo de su carrera se vio atraído por la tecnología en proyectos de ciudades inteligentes y hogar conectado. Trabajó en la construcción del pabellón de Madrid en la Expo de Shanghai en 2010, y allí se *empapó* de la transformación que estaba viviendo el gigante asiático, con la irrupción de los móviles 3G y el despegue del comercio electrónico. Inspirado por esta revolución tecnológica, fundó su primera startup, centrada en internet de las cosas, uniendo diseño y tecnología. Con el primer proyecto, un prototipo real de una vivienda inteligente, dio la vuelta al mundo con escalas en Harvard o el MIT. Su empresa, Big Think Factory trabajó en proyectos con la británica Tesco y otras multinacionales, como Louis Vuitton o Telefónica. En 2015, Ion decidió vender la empresa para centrarse en nuevos proyectos.

¿Cómo surge la idea de crear Muno?

Tras vender mi primera empresa, empecé a pensar en la oportunidad que había en el sector asegurador, que estaba dando sus primeros pasos en la transformación digital, me parecía que era un modelo de negocio muy interesante. En el sector queda mucho por hacer y la audiencia ya es digital y quiere una experiencia totalmente digital, eso lo estamos viendo ahora con



VMZ

“Estamos a punto de lanzar un seguro de salud”

“Muno es una agencia de seguros 100% digital”

Muno. Fue entonces cuando me encontré con el BBVA, que estaba buscando emprendedores con experiencia para montar proyectos conjuntos y así es como creamos Muno, una agencia de seguros completamente digital que comercializa productos de seguros dirigidos a autónomos con participación en beneficios. Comenzamos a trabajar en 2016 con la inversión de BBVA, y el primer producto se lanzó en junio de 2017 en modo beta. Estamos a punto de lanzar nuestro segundo producto, un seguro de salud.

¿Por qué decidieron centrarse en los autónomos?

Exploramos dónde la gente estaba más desprotegida para entender dónde había más oportunidad. Además, en el equipo el 95 por ciento habíamos sido autónomos antes, conocemos lo que hay y sabemos cuáles son las

“Pasión es levantarte todos los días corriendo porque tienes ganas de ir a trabajar”

dificultades de ser autónomo. Vimos que ahí había un nicho interesante y que al final, después de analizarlo y ver datos como que el 86 por ciento de los autónomos pagan la cotización mínima y que reciben muy poco tanto en la pensión como si tienen una baja, nos parecía que ahí había un tema interesante. Y además podríamos tratar de entenderles mejor, de crear un producto que de verdad recogiera las necesidades de los autónomos.

¿Qué les hace diferentes a otras agencias de seguros?

Somos una agencia digital, es una de las cosas que nos diferencia. Nuestro primer punto es la de ser especialistas en autónomos, tener un nicho particular en el que nos centramos y que por lo tanto conocemos muy bien. Nuestra atención al cliente lo primero que hace al entrar es formarse en autónomos. Por ejemplo, si llamas a Muno y preguntas cómo darte de alta en la Seguridad Social te lo respondemos, porque al final tenemos que saber todo lo que les pasa a este colectivo. Lo segundo es que con los productos que comercializamos buscamos que cubran sus necesidades concretas. Otra parte importante que nos diferencia es la participación en beneficios. Es un modelo que tienen todos los productos que comercializamos y trabajamos con las aseguradoras para que lo incluyan. Consiste, básicamente, en que cuando la siniestralidad es baja al finalizar el año se devuelve la parte de la prima no consumida a los asegurados. Este modelo lo que hace es aumentar la transparencia, que la gente entienda que es una comunidad. Y hay una tercera parte que es la conveniencia de lo digital, que es todo mucho más fácil de hacer. Puedes contactar a través de WhatsApp, Facebook, la web..., queremos estar en todos los sitios para hacerlo más fácil.

¿La digitalización ha sido una barrera de entrada o al contrario?

Al contrario. Sorprende pero es lo que estamos viendo. Vendemos en canales digitales y la gente ya está en ellos. No notamos esa brecha entre generaciones, eso de que los digitales solo llegamos a los millennials está pasado. Esa brecha va desapareciendo desde que existen los smartphones y para todo el mundo, con independencia de su edad, es más fácil de usar y gestionar si tienes un buen proceso de contratación digital.

Ese suele ser el argumento de las compañías tradicionales, la brecha digital, la desconfianza...

Solo hay que ver lo que está pasando en otras industrias. Las audiencias ya no son cautivas, no tienes a una persona sentada viendo la serie que tú



VMZ

“Nuestros productos incluyen la participación en beneficios”

“Queremos ser el altavoz de lo que necesitan los trabajadores autónomos”

“La educación en España tiene que cambiar muchas cosas de arriba abajo”

quieres que vea para ponerle el anuncio a una hora concreta. Todos están con sus redes sociales o viendo contenidos bajo demanda. La gente ve las cosas cuando le da la gana y ese control del tiempo es la clave de la audiencia digital. Ahora el consumidor prefiere un WhatsApp o un mensaje a que le llamen, porque al final, al mensaje respondes cuando tú quieres.

¿Cuál es su perfil de cliente dentro de los autónomos?

Nosotros, por vender productos de seguros, no vamos a gente muy joven. La franja está entre 30 y 45 años, pero tenemos un montón de gente mayor y más joven, estamos llegando un poco a todos. Además, hemos lanzado un observatorio para entender mejor a los autónomos. El primer paso es una encuesta para poder conocerles en profundidad, cómo les va, qué cosas les preocupan... Queremos, además, convertirnos en altavoz del colectivo, utilizar nuestras posibilidades de que nos oigan para que sepan lo que les pasa a los autónomos.

¿Es difícil para una ‘startup’ hacerse hueco en el mercado asegurador?

Sí, es un sector en el que tienes que entender muy bien primero la regulación, cómo funciona, no es súper transparente, hay que pasar por un proceso, porque todo el equipo y yo venimos de la tecnología. Podemos aportar un nuevo punto de vista al sector pero tenemos que entenderlo. Nos ha costado tiempo, sobre todo porque por la parte de la regulación hay muchas cosas que hacer hasta que puedes empezar a operar.

¿Qué es la pasión para usted?

Levantarse cada día corriendo porque tienes ganas de ir a trabajar. Hay algo que no entiendo, que es cuando alguien llega el viernes y está súper contento. A mí eso no me pasa. No quiero decir que no me guste estar con mi familia, pero a mí me encanta que empiece el lunes, estoy el domingo frotándome a las manos esperando a que llegue la nueva semana.

¿Cree que el sistema educativo en España tiene que cambiar?

Sí, la educación tiene que cambiar de arriba abajo. Es cierto que se avanza en muchas cosas. En otros países como China o Estados Unidos se tiene el punto de emprender y arriesgar, de decir: oye si hago algo y no sale bien pues no sale bien. En España parece que todo tiene que salir bien, sin fallos. En la educación hay muchísimo que hacer, como apostar por cosas más prácticas, porque al final estudiar tanto, memorizar, sirve para poco.

SEGUROS QUE AYUDAN A LA HORA DE HACER LA RENTA

Si aún no ha hecho la declaración de la renta, algunos de los seguros que tiene contratados pueden ayudarle con un trámite por el que este año pasarán 19 millones de contribuyentes

V.M.Z.



Además de por la llegada de la primavera y el buen tiempo, los meses de mayo y junio se caracterizan por la obligación que tienen los contribuyentes de rendir cuentas ante la Agencia Tributaria. La declaración de la renta es uno de los trámites más temidos por los españoles. Toca hacer balance y rendir cuentas ante el fisco si sale a pagar. Hay muchas fórmulas que permiten aligerar la factura con Hacienda, con opciones para desgravar en la base imponible del impuesto de la renta de las personas físicas (IRPF). Desde el alquiler de la vivienda habitual hasta las reformas de inmuebles, pasando por la contratación de algunos seguros.

El pasado 4 de abril se abrió el plazo para la realización de la declaración de la Renta, un trámite por el que este año deberán pasar alrededor de 19 millones de españoles, según los datos de la Agencia Tributaria, que este año apuesta por la digitalización y las nuevas tecnologías para hacer este trámite, con el lanzamiento de una app específica. A pesar de estas facilidades, a la hora de enfrentarse a la declaración de la renta siempre surgen dudas sobre cómo sacar el máximo partido a este, en ocasiones, engorroso trámite. “La falta de información sobre lo que es o no deducible puede ralentizar el proceso, y uno de los aspectos más desconocidos es lo que se puede o no presentar ante hacienda en materia de seguros. ¿Se pueden declarar las pólizas o seguros contratados? ¿Qué documentación se debe presentar?”, explican los responsables de Coverfy.es, una app que permite gestionar todos los seguros desde un dispositivo móvil.

La respuesta es fácil. Los principales seguros desgravables en la declaración de la renta son los de vida y hogar asociados a una hipoteca. En este caso, el contribuyente puede desgravar hasta el 15 por ciento de las cantidades destinadas a la compra de la vivienda habitual con un máximo de hasta 9.040 euros, siempre que se haya adquirido antes del año 2013. De esta manera, si en todo el año paga 7.200 euros por las cuotas hipotecarias, 250 euros por el seguro de vida y 150 euros por el de hogar, tendrá que sumar todas las cantidades y aplicar la deducción del 15 por ciento del total.

Fuera de la hipoteca, los seguros también ayudan a aligerar la carga tributaria. Es el caso de los seguros de vida ligados a un plan de ahorro. Los expertos de Coverfy señalan que permiten deducir un máximo de 10.000 euros al año a los menores de 50 años y hasta 12.500 euros para los mayores de esa edad.

Si el seguro de vida no está ligado a un plan de ahorro, no desgrava, con la excepción de los trabajadores autónomos, que sí pueden desgravarse la



ISTOCK

prima de los seguros de vida riesgo. Algo similar ocurre con el seguro del coche. En términos generales, las cuotas de estas pólizas solo pueden desgravárselas aquellos autónomos que puedan justificar que su actividad está ligada al uso necesario del coche y para la actividad que desarrollan, y en ningún caso para el ocio.

El caso de los planes de pensiones

Como seguro que ya conoce, uno de los principales alicientes para la contratación de planes de pensiones son sus ventajas fiscales. Las

Hacienda devuelve 1.400 millones en abril

La Agencia Tributaria ha devuelto a los contribuyentes ya 1.400 millones de euros hasta el cierre de abril, casi un 28 por ciento más que el año pasado en el mismo periodo, en tres semanas de campaña del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas correspondiente a 2017 (IRPF 2017). De acuerdo con los datos de la AEAT, son ya 2.238.000 los contribuyentes que han recibido hasta el momento su devolución, un 29 por ciento más que en el ejercicio anterior.

“Esta agilización en las devoluciones es el resultado de una nueva y fuerte aceleración de las presentaciones en este inicio de campaña, impulsada por el adelanto en los servicios de asistencia y con el apoyo de las dos nuevas vías incorporadas este año para la presentación de declaraciones, la nueva aplicación móvil y el plan ‘Le Llamamos’ de confección telefónica de declaraciones”, explica la Agencia Tributaria.

Así, en estas tres primeras semanas de campaña, 3,45 millones de contribuyentes ya han presentado su declaración, lo que supone 755.000 más -un 28 por ciento más que el año pasado en el mismo periodo analizado-. Las declaraciones con solicitud de devolución rozan los 3 millones, un 25 por ciento más, y aquellas con resultado a ingresar totalizan 380.000, con un incremento del 53 por ciento respecto a abril de 2017.

aportaciones anuales a estos productos de ahorro para complementar la pensión de jubilación reducen la base imponible del impuesto de la renta.

Los expertos aseguran que quienes más se benefician de este servicio son quienes cuentan con mayores ganancias. Por ejemplo, para quienes hacen una aportación anual a su plan de pensiones del importe máximo, es decir de 8.000 euros, podrán obtener un ahorro fiscal de 3.600 euros, siempre que sus ingresos anuales sean superiores a los 60.000 euros. Por lo tanto, la retención en el IRPF es del 45 por ciento. Los expertos de Coverfy señalan que para los contribuyentes que cuenten con salarios más modestos, el ahorro está en torno al 24 por ciento. Si aún no ha hecho la renta, los datos de los planes de pensiones deben incorporarse en la casilla 516.

Ventajas para autónomos y empresarios

En el caso de los trabajadores autónomos, tengan o no sociedad y empleados, los seguros pueden echarle una mano en esta época del año a la hora de rendir cuentas con Hacienda. Así, los seguros de responsabilidad civil o los patrimoniales a cargo de la empresa se consideran gastos deducibles. Lo mismo sucede con los seguros de salud. El trabajador autónomo que contrata una póliza de este ramo puede deducir como gasto fiscal hasta un importe máximo de 500 euros por persona -incluidos empleado, cónyuge e hijos- por año. En el caso del empleado, este mismo importe se deduce de la base imponible del trabajo.

Con el ahorro sucede algo similar: las aportaciones a sistemas de previsión social -como planes de pensiones o planes de previsión asegurada (PPA)- gozan de la ventaja fiscal de no tributar hasta el momento del cobro de la prestación, hasta un máximo de 8.000 euros de aportación por empleado y año.

Los seguros también pagan impuestos

¿Alguna vez se ha preguntado qué impuestos gravan los productos aseguradores? Es algo que se puede conocer fácilmente, solo necesita fijarse en el recibo que cada año -o con la periodicidad que tenga establecida- le envía su compañía de seguros. En el importe final que usted abona están incluidos, además del importe del seguro, los diferentes impuestos y exacciones que debe abonar. Uno de ellos es el impuesto sobre las primas de seguro, que grava con un 6 por ciento este importe. Hasta noviembre de 2017 el Estado ingresó por este concepto 1.333 millones de euros, un 5,5 por ciento más que en el mismo periodo del ejercicio anterior.

ASÍ REVOLUCIONARÁ 'BLOCKCHAIN'

LA AUTOMOCIÓN Y EL SEGURO DEL COCHE

La cara más conocida de las cadenas de bloques son las criptomonedas. Pero ellas son posibles gracias al 'Blockchain', una tecnología aún desconocida pero que está dispuesta a revolucionar también el mundo de la automoción y del seguro de coche

ANTONIO FAJARDO



Seguro que a todos los que están leyendo estas líneas les suena Bitcoin. Es la criptomoneda de moda, en boca de todos y protagonista de cada vez más informaciones. Pero no venimos a hablar de criptomonedas y de cómo en un futuro no muy lejano podrá comprar un coche con ellas, sino de la tecnología que está detrás de Bitcoin y otras, y de cómo esa tecnología puede cambiar nuestra relación con el automóvil y con las aseguradoras.

El nombre de esta tecnología es *Blockchain* (cadena de bloques)-y explicado de forma sencilla, se trata de una estructura de datos -los que se quieran- que se agrupan en bloques. A cada bloque se le añaden los datos del bloque anterior en la cadena temporal, por lo que se crea un registro continuo en el tiempo.

Las ventajas de *Blockchain* son varias. La primera es que para aprobar un bloque antes de añadirlo en la cadena, se tiene que resolver un problema matemático. Existen distintos métodos, pero al final la validación es un hecho público en el que todos participan, por lo que los datos son accesibles para todo el mundo.

Este hecho permite el segundo punto positivo, y es que al ser datos públicos no se pueden manipular, por lo que una vez se registren datos en el *Blockchain*, serán definitivos. Existen muchos otros detalles y beneficios, pero nos vamos a quedar con estos dos: los datos son públicos y sin opción de manipulación y para poder ser registrados tienen que ser aprobados por un sistema global, no por una empresa en particular -con lo que los datos están en todo el mundo, no en un solo lugar-.

¿En qué nos beneficiará en el sector del automóvil y las aseguradoras? Imagine una pieza de un coche, un manguito, por ejemplo. Primero se consiguen las materias primas, por lo que imaginemos que el primer bloque de una cadena es el minero, que vende cierta cantidad de material a la empresa que lo fabrica. El segundo bloque es la venta del manguito ya fabricado, con

todos sus datos de fabricación -fecha, materiales, propiedades, número de serie, etc.- al fabricante de vehículos. El siguiente bloque sería la venta del coche al nuevo dueño.

Al ser todos estos datos públicos y validados de manera transparente, el dueño del vehículo podrá revisar todas las piezas de su coche y de donde vienen si así lo quisiera. Si algo se le rompe y lo lleva al taller, la nueva pieza que se le monte tendrá el mismo registro que las otras piezas, y se podrá comprobar si son piezas originales o no, o si se ha llegado a cambiar la pieza.

Otro ejemplo podría ser lo que se acuerda con el taller a la hora de reparar un vehículo. Ambas partes acuerdan un presupuesto, este se registra en la cadena de bloques, se valida y queda para la posteridad. Si se quiere vender un vehículo, el posible comprador puede perfectamente revisar todos los datos que existan, las veces que ha ido al taller o si el coche ha sufrido modificaciones no declaradas.

Como se puede ver, el beneficio para los usuarios es inmediato, y para la venta de un vehículo usado más aún. ¿Cuántas veces al querer comprar un coche de segunda mano no tenemos información acerca de la historia de ese vehículo?

Si el propietario no guarda las facturas del taller no podremos saber nada más con certeza, pero esto es algo que *Blockchain* nos permitirá cambiar, entre otras cosas. Ofrece confianza instantánea en la historia del vehículo. No más *se me olvidó comentar lo de aquel pequeño accidente -que no fue tan pequeño-*, los kilómetros que desaparecen misteriosamente de los cuadros de mando de los coches, los *repuestos son cien por cien originales* o el *siempre lo he llevado a la casa oficial*.

Pero el beneficio va más allá. Las aseguradoras podrán controlar mejor los vehículos que aseguran y personalizar más los contratos y las primas. Se podría acabar con el fraude al seguro por parte de los talleres, a la vez que se obtiene más transparencia por parte del asegurado -que puede verificar la cadena de bloques para ver qué está pasando una vez realiza una reclamación o da un parte de accidente-.

Incluso se están desarrollando aplicaciones para el móvil que permitirán reportar accidentes con fotografías, mensajes de voz, texto y demás información de manera automática. Esto último en sí no es una novedad, pero el hecho de que la información sea inalterable y accesible públicamente permitirá resolver los partes de accidente de manera más rápida y menos costosa.

ISTOCK



‘Blockchain’ permitirá conocer la historia de un coche, desde las averías hasta los recambios

Viendo el alcance que puede tener el uso de *Blockchain* uno puede pensar que el coste de un sistema así se disparará, pero hay que tener en cuenta que este es un sistema global y que puede acceder todo el mundo, por lo que los costes de mantenimiento se redistribuyen automáticamente entre todos los participantes. Además, las personas que validan las transacciones -así es como se denomina al validar un bloque en la cadena- recibe un pago en una criptomoneda, por lo que existe un incentivo en realizar ese trabajo computacional. El coste que tiene generar esa criptomoneda no repercute en los usuarios de la cadena de bloques, por lo que los costes tendrán más que ver con la generación de aplicaciones para revisar datos, validarlos y generarlos -*apps* para dar partes del seguro, *apps* para confirmar presupuestos de taller y la posterior factura, etc.-.

Bitcoin se llevará todos los titulares de prensa, pero la tecnología que puede revolucionar nuestra era será la cadena de bloques. Muy pronto lo empezaremos a ver en muchos ámbitos de nuestra vida, y el mundo del automóvil no será una excepción.

CUIDAR LA SALUD MÁS ALLÁ DE LOS 40

Cuidarse es siempre una decisión acertada en cualquier etapa de la vida, pero cobra mayor importancia cuando se alcanza la mediana edad. En esa etapa comienzan a aparecer dolores y molestias que antes no existían, la recuperación de los esfuerzos se hace más lenta y los excesos cometidos se pagan el doble

DIEGO FERNÁNDEZ TORREALBA



Cuidar la salud no es sólo acudir al médico cuando nos sentimos mal. Es realizar ejercicio habitualmente, preocuparse por nuestro estado anímico y mental o cuidar nuestra alimentación. Son pautas recomendables en cualquier etapa vital y más a partir de la mediana edad, cuando empiezan a aparecer dolores que antes no existían y la recuperación de los esfuerzos es peor. Una vida saludable es posible: basta con tener ganas de estar sano y voluntad.

Pasan los años y ya no nos sentimos indestructibles, pese a que nunca lo hemos sido. Sin embargo, se puede mantener una fantástica calidad de vida poniéndole, eso sí, una dosis más alta de voluntad y de disciplina que cuando se es joven. Vigilando más la alimentación, realizando ejercicio con regularidad -y con cabeza-, evitando el sedentarismo y, si fuera el caso, tratando de poner remedio a estados emocionales negativos como la ansiedad y el estrés.

Siendo todas esas dinámicas -sencillas pero no tan fáciles de llevar a la práctica- realmente efectivas para ayudarnos a mantener una buena salud física y mental, lo cierto es que no todo está bajo nuestro control. Por eso tampoco está de más la decisión de acudir con cierta regularidad a un médico con el fin de que supervise nuestro estado de salud y nos aconseje al respecto en base a los datos objetivos de los análisis médicos que se nos hayan realizado y a su criterio particular, ayudándonos a desarrollar dinámicas que nos ayuden a llevar una vida sana o a mejorar nuestros hábitos para hacerlos más saludables.

Una de ellas, claro, es como dijimos la realización de un ejercicio adecuado y con regularidad, respetando además los tiempos de descanso y nuestras propias limitaciones. En ese aspecto los consejos de un especialista, como un preparador físico, pueden ayudarnos a elegir bien el tipo de ejercicio a realizar y la intensidad y la frecuencia con que lo desarrollemos. Porque para el cuerpo puede ser tan malo el sedentarismo como los sobreesfuerzos.

En este sentido, hay que tener muy en cuenta que el ejercicio siempre debe estar adaptado a nuestras características físicas y a nuestro estado de salud. Además, en caso de querer incrementar la exigencia de la preparación que realicemos, debemos tener presente que esta progresión debe ser siempre moderada y gradual. Roma no se conquistó en un día.

Por supuesto, la nutrición es fundamental y es un aspecto esencial de nuestra salud. Una correcta alimentación contribuye de forma decisiva a llevar una vida más saludable, y acudir a un nutricionista puede ayudarnos a ello. En base a nuestras características físicas y a los datos extraídos de diferentes pruebas -como análisis de sangre y orina-, este médico especialista escuchará cuáles son nuestras pautas de alimentación para aconsejarnos otras que nos ayuden no sólo a mantenernos en nuestro peso ideal -o alcanzarlo-, sino a nutrirnos de manera saludable.

También puede ayudarnos a descubrir intolerancias alimentarias y aconsejarnos una dieta en consecuencia, e incluso darnos la pauta para que podamos contribuir, gracias a una correcta nutrición, a la superación de una enfermedad o al menos a paliar sus efectos negativos.

También vigile su salud mental

Y si la salud física es importante, no lo es menos la salud mental; y más en estos tiempos marcados por los cambios constantes, la vida a todo correr, la revolución tecnológica, la constante comunicación *online*, la ansiedad y el estrés. Estamos en el siglo XXI y acudir a un psicólogo se ha desestigmatizado. Ya no es un lugar al que van *cuatro locos*, es simplemente una ayuda a personas que por diversos motivos sienten que necesitan cuidar su estado anímico y su salud mental. También empiezan a verse cada vez con menor recelo disciplinas como la meditación y disciplinas como yoga o pilates, que ayudan a calmar el frenesí interior constante en el que nos vemos envueltos por la vorágine del día a día.

Los seguros y la salud

La contratación de un seguro médico puede resultar una buena decisión de cara a cuidar, de la mano de profesionales especializados, aspectos como los ya citados -ejercicio, alimentación y salud mental- sin tener que gastar una gran cantidad de dinero consulta tras consulta. Eso sí, hay que estudiar claramente la cobertura del producto que hayamos contratado y si nuestro seguro es con o sin copagos.

Muchas aseguradoras incluyen en su oferta garantías referentes al cuidado de los aspectos ya citados -como consultas con especialistas, endocrinos y nutricionistas, o sesiones de psicoterapia- y otras muchas ramas de la salud, así como la realización de pruebas diagnósticas. De esa manera la aseguradora pone a disposición del asegurado los medios que sean necesarios; tanto los materiales como los humanos, así como los especialistas en cada área médica.



El cuidado de la salud y la belleza se ha convertido en algo habitual en los últimos años. ISTOCK

Los seguros de salud ofrecen coberturas para cuidar de la salud física y mental de forma integral

Estética y bienestar

Otro ámbito al que cada vez se le presta más atención es el de la estética y bienestar, campo que cada vez se incluye con más asiduidad en la oferta aseguradora del ramo de salud. Es una respuesta a la tendencia creciente en la sociedad de cuidarse de una manera integral, tanto por dentro como por fuera.

Cada vez es más frecuente ver incluidas dentro de la cobertura de los seguros de salud garantías complementarias realmente variadas, que van desde la cirugía o la medicina estética hasta las sesiones de fisioterapia, los tratamientos en balnearios y spas o las clases de disciplinas como yoga o pilates. En definitiva, un ramillete de servicios cada vez más completo con el fin de que quien quiera dedicarse plenamente al cuidado de su salud -y tenga la suerte de contar con el tiempo y el dinero suficientes para ello- pueda tener a su alcance los medios adecuados para lograrlo.

EL VOLUNTARIADO CRECE EN LAS COMPAÑÍAS Y LA MEDIACIÓN

La Responsabilidad Social Corporativa se ha hecho un hueco en las estrategias de las compañías aseguradoras, que logran implicar a sus empleados en múltiples acciones de voluntariado corporativo

REDACCIÓN

La responsabilidad social corporativa ha llegado a la estrategia de las principales compañías aseguradoras del sector, logrando la implicación de toda la organización por devolver a la sociedad parte del beneficio que reciben de ella. Una de las acciones que más crecen en los últimos años es la implicación de los trabajadores del sector asegurador en iniciativas de voluntariado corporativo.

Por ejemplo, Mapfre ha logrado que en 2017 se implicaran más de 6.700 voluntarios entre empleados y sus familiares, un 17 por ciento más que un año antes, y participaran en alguna de las cerca de 1.300 actividades solidarias puestas en marcha por el grupo asegurador con el objetivo de ayudar a las personas más vulnerables de la sociedad.

Según explica la compañía, los voluntarios de Mapfre han destinado su tiempo y esfuerzo a acciones relacionadas con actuaciones de emergencia y ayuda en caso de catástrofes, así como otras relacionadas con la nutrición, la salud y la educación. El pasado año lograron recaudar más de 180.000 euros y 194.000 kilos de alimentos y ayudaron a más de 93.000 personas principalmente en riesgo de exclusión social de 26 países a través de diversas campañas.

Reale Seguros, otra compañía muy comprometida con la RSC, desarrolla a lo largo del año numerosas acciones de voluntariado. En 2017, la compañía que en España dirige Ignacio Mariscal, participó en la Semana Internacional del

Voluntariado con varias acciones solidarias en Madrid, A Coruña, Sevilla y Valencia, además de la organización de diversas recogidas de alimentos, juguetes y productos de primera necesidad para ayudar a los colectivos con más necesidades.

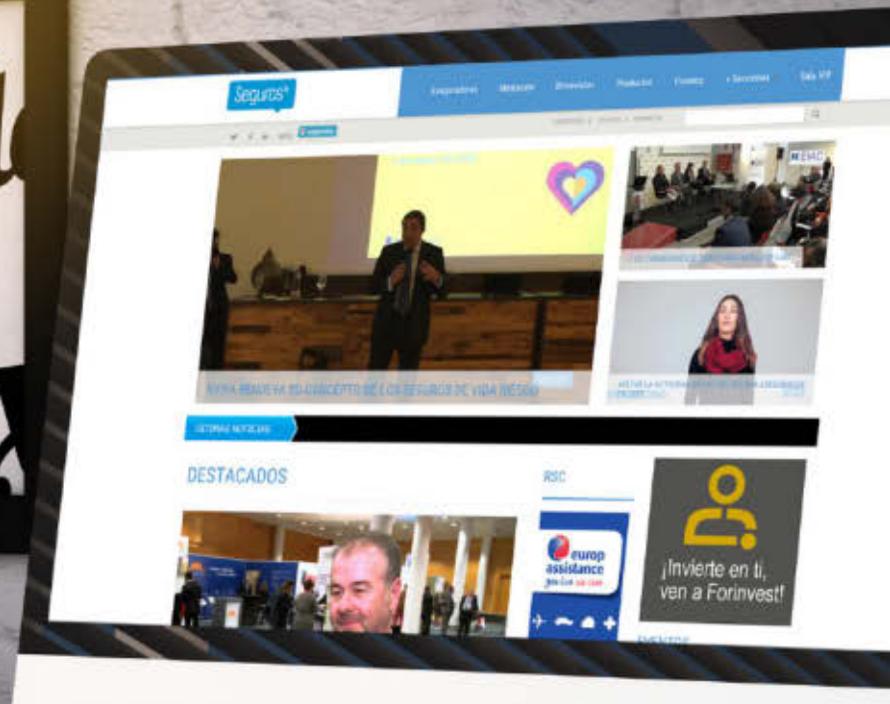
Los 340 empleados que forman parte del Club del Voluntariado de Zurich realizaron un total de 8.317 horas de voluntariado durante 2017. Gracias a estas actividades, la Zurich Foundation ha contribuido con 30.000 euros, que los integrantes del Club han decidido donar al SJD Pediatric Cancer Center, el centro de oncología pediátrica más grande de Europa. Entre los países del Grupo Zurich que participan en el Compromiso con el Voluntariado, España se sitúa en quinta posición gracias al esfuerzo de los voluntarios de Zurich en nuestro país y la dedicación a diferentes causas sociales, explica la compañía aseguradora, que promueve la importancia del voluntariado y garantiza un mínimo de un día libre al año para que los colaboradores puedan dedicarlo a causas benéficas.

Los profesionales de la mediación también se implican en este tipo de acciones solidarias. Por poner un ejemplo, la Asociación de Voluntarios de Marsh (AVM) ha conseguido recaudar 2.300 euros en su VI fiesta *Cada gota cuenta* celebrada el pasado 12 de abril, que se destinarán íntegramente al proyecto *Pequeños Guerreros* de la Asociación Bomberos Ayudan de Madrid.



Seguros^{tv}

Todo sobre el sector asegurador



Si quieres conocer todo sobre tu
compañía de seguros **VISÍTANOS**



Reportajes, entrevistas, mesas redondas, eventos y toda la actualidad del sector a un solo click.

LOS DRONES COLONIZAN EL CIELO Y LA TIERRA

Parecían seres extravagantes procedentes de galaxias lejanas, juegos de ciencia ficción con componentes diabólicos, pero no. Los drones, “vehículos aéreo no tripulados”, como los define la RAE, se han consolidado como una herramienta fundamental en muchos sectores. El origen del término hay que buscarlo en la naturaleza, en concreto, en los panales

ANA M. SERRANO



El dron primitivo es el zángano colmenero, pues los primeros prototipos -allá por el año 1916- trataban de imitar la facilidad de vuelo del insecto. Originalmente utilizados en las guerras, los drones han colonizado la vida civil contemporánea. No sólo se han convertido en aliados casi imprescindibles en sectores como la construcción, la producción audiovisual y la agricultura -en Japón, el 40 por ciento de los arrozales están monitorizados con drones-. Son tremendamente eficaces en labores de rescate, reforestación, incluso en la lucha contra incendios y enfermedades contagiosas como la malaria. También permiten establecer sistemas de mensajería automatizada y de vigilancia efectiva en espacios abiertos. Mientras el primer dron postal siberiano se estampaba contra una pared a principios del mes de abril, una de las grandes novedades en materia de supervisión llega de la mano de la Dirección General de Tráfico (DGT) para observar y controlar el tráfico y detectar infracciones. Por ahora los drones no ponen multas. Todo se andará.

Como viajar dentro de ellos. Aunque, hoy por hoy, los drones se encargan de las misiones más peligrosas y “sucias”, aseguran los expertos que mucho antes de lo que pensamos, embarcarnos en un dron no tripulado para desplazamientos relativamente cortos será tan fácil como tomar el autobús. “El 30 por ciento del transporte discurrirá por el aire a través de rutas situadas en cotas más bajas que las de la aviación comercial”, explicaba Ángel Alonso -presidente de AUVSI España- en una entrevista en *El País*.

De hecho, la compañía china eHang acaba de realizar los primeros vuelos

con pasajeros a bordo de su taxi-dron gigante, el eHang 184. Circula a una velocidad máxima de 13 Km/h., gestionado desde una aplicación.

A pesar de los parches y las normas dictadas a matacaballo, la legislación va por detrás de la realidad y el desgobierno internacional en materia de seguridad y privacidad es preocupante. Y es que no sólo aumentan peligrosamente los incidentes y accidentes provocados por drones; además los aparatos son invisibles e ilocalizables por los radares convencionales. El mal tampoco escapa a la tentación dron. Para los delincuentes del siglo XXI el diablo llega con hélices y tecnología sofisticada: entrega drogas, explosivos, armas, espía en cualquier sitio... Por ello están naciendo y probándose sistemas antidrones para identificar e interceptar los vehículos aéreos no tripulados (UAV) que representen un peligro para la seguridad. De ahí también la urgencia de establecer una regulación eficaz que civilice y supervise el espacio aéreo, la obligatoriedad de un plan de vuelo y la eliminación del anonimato -tanto aeronaves como pilotos deberán estar registrados, controlados y asegurados, como los automóviles-.

Al margen de su indiscutible utilidad profesional y de los problemas derivados del su mal uso, volar drones es una actividad cada vez más vinculada al ocio. Niños y adultos disfrutan del nuevo jueguito donde pueden, pues las prohibiciones y restricciones para volarlos, sobre todo en espacios urbanos, limitan el juego libre. Aunque sean de plástico e inofensivos, las leyes españolas -RD 1036/2017, de 15 de diciembre- prohíben volar drones sobre ciudades y aglomeraciones al aire libre, playas pobladas y campos de fútbol. Tampoco está permitido hacerlo de noche, cerca de los aeropuertos ni por encima de los 120 metros de altura.

Para paliar las necesidades de experimentar, en Barcelona se ha inaugurado la primera pista interior para volar drones. Se llama Indrone Park. 1.200 metros cuadrados para pilotar en franjas de 15 minutos. Dispone de otra pista menor donde cada piloto ensaya con su propio artillugio.

A golpe de dron, la fotografía es otro de los hobbies que anda por las nubes. Raro es el aficionado o profesional que no tenga uno o se plantee adquirirlo. Entre los más populares y asequibles se encuentran los DJI, sobre todo el DJI Mavic Pro Platinum y el Phantom 4 Pro Obsidian, diseñado para uso profesional. Cuentan con una autonomía cercana a los 30 minutos, hélices algo más silenciosas equipadas con control de velocidad electrónico, cámara 4K y sensores omnidireccionales, entre otras bondades. En



Los drones tienen cada vez más adeptos, pero deben cumplir con algunos requisitos legales. EE

30% El 30% del transporte mundial podría realizarse a través de drones incluso tripulados



tamaño mini, el DJI Spark es una opción muy interesante. Aparte del precio -unos 500 euros- y las dimensiones, tiene varios modos de vuelo inteligente, estabilizador mecánico, control gestual y cámara de altísima calidad.

Por presupuesto, el DJI Phantom 3 Standard es fantástico para familiarizarse con los aparatitos. Como buen básico, su precio no asusta aunque sus prestaciones descienden en calidad. Captura vídeos en 2,7K libres de fluctuaciones, vuela hasta 25 minutos y dispone de opciones de vuelo inteligente, además de una cámara de 12 megapixels. La firma ofrece información sobre espacios aéreos permitidos a través de la aplicación.

Porque claro, los vuelos fotográficos disfrutan de un montón de restricciones adicionales ligadas a la privacidad, la estrategia, la defensa y la seguridad nacionales. Bases militares, sedes gubernamentales, centrales nucleares y otros objetivos estratégicos son áreas absolutamente restringidas. Las llamadas zonas de autorización, como indica su nombre, requieren la solicitud de un permiso explícito, mientras que en las zonas de advertencia -parques naturales, áreas protegidas, etc.- el piloto deberá contar con un equipo de comunicaciones adecuado. Otra aplicación útil para evitar

sobrevolar espacios peligrosos y meterse en líos legales es IcarusRPA. Disponible para iOS y Android, la app genera también informes de vuelo, asesora en materia legal, meteorológica, seguros a través de profesionales cualificados.



El beneficio de Mapfre cae un 9% hasta marzo

Los ingresos de Mapfre entre enero y marzo se situaron en 7.257 millones de euros, un 7,6 por ciento menos que el año anterior, y las primas se acercaron a los 6.200 millones de euros (-7,2 por ciento). El trimestre ha estado condicionado por la ausencia de resultados extraordinarios, la caída de las principales monedas y los bajos tipos de interés. El beneficio neto, por su parte, se situó en 187 millones de euros, un 9,3 por ciento menos que un año antes.



VidaCaixa gana un 17% más en el primer trimestre

VidaCaixa obtuvo un beneficio neto consolidado de 144,3 millones de euros en el primer trimestre, un 17,2 por ciento más que el año pasado. Este incremento se atribuye al buen comportamiento de todos los negocios, especialmente el negocio de riesgo, explica la compañía en un comunicado. El total de primas comercializadas alcanzó los 2.966,2 millones de euros, un 26 por ciento menos que en el primer trimestre de 2017.



Preventiva Seguros crece un 12% en pólizas en 2017

Bajo el lema *Imparables*, Preventiva Seguros, que en 2018 celebra su 75 aniversario, compartió con alrededor de 200 asistentes a su Convención anual sus resultados de 2017 y la estrategia del grupo asegurador para los próximos años, que se centrará en la omnicanalidad y la innovación. La compañía cerró el pasado ejercicio con un crecimiento en nueva producción del 9 por ciento en pólizas y del 12 por ciento en primas.



Divina Pastora vende 'online' su seguro de vida

Divina Pastora Seguros permite, a través de su página web, la contratación *online* de su seguro de vida. Los clientes podrán finalizar, si lo desean, el proceso de contratación de este seguro mediante una clave que le llegará por SMS. Divina Pastora avanza así en el proceso de transformación digital que está llevando a cabo. El seguro de vida de Divina Pastora ofrece tres niveles de protección en función de las necesidades del cliente, señala la compañía.



MetLife celebra la vida en su última campaña

MetLife estrena campaña de marca en el mercado español bajo el concepto *Celebramos la Vida*, con la que lanza un mensaje de optimismo para resaltar y proteger lo más importante, la vida de las personas y la de aquellos a los que aman, haciendo un homenaje a esas vidas que tanto significan para la compañía. Con un lenguaje optimista, MetLife se apropia de un territorio de marca con el que demuestra su compromiso con sus seguidores, explican.

'DECIDE Y VENCERÁS'



ISTOCK

LOS PROBLEMAS NO SON SIEMPRE EL PROBLEMA

No me imagino una vida sin problemas o, mejor dicho, no me gustaría no tenerlos. Sería algo así como formar parte de un enorme mecanismo infalible y frío que volviera automática cualquiera de nuestras acciones, decisiones y emociones y, por tanto, en realidad no existirían tales cosas, por innecesarias

Una vida que no nos planteara problema alguno, un mundo en donde todo estuviera solucionado de antemano, acabaría con cualquier atisbo de creatividad. ¿Para qué serviría la imaginación en una realidad sin fallos, anomalías, inconvenientes, sorpresas ni opciones? Una vida sin problemas sería fantasmagórica, poseída por un destino implacable, iríamos cumpliendo nuestro cometido sin cometer error alguno, como máquinas diseñadas con la única voluntad de ejecutar sus hereditarios y heredados programas. Sin sueños, creencias, valores ni aprendizaje nos empujaría el tiempo por el segundero hasta desplazarnos del tablero sin

dejar rastro, anécdotas ni historia. Los problemas no sólo forman parte de la vida, sino que son la vida misma. Vivir es, de algún modo, ir resolviendo lo que nos pasa; a veces es algo urgente, otras es clave, algunas insignificante, a veces es inesperado, otras lo planificamos, algunas ni nos lo planteamos, pero cada cosa que nos ocurre requiere en realidad una solución, que se puede dar en forma de respuesta, más o menos aprendida, más o menos acertada o conveniente, o en forma de análisis, superficial o profundo, de perspectiva, fija o dinámica, de sentimiento, positivo o negativo, de aprendizaje, global o concreto, o de conclusión, definitiva o pasajera.

La vida es un escenario cambiante que nos propone continuamente cambios, de tanto en tanto grandes pero las más de las veces pequeños, inapreciables. La vida son problemas, sí, algunos resueltos, otros resolviéndose y otros irresolubles que acaban siendo los peores por andar buscando remedio donde no se puede. Porque eso también nos pasa. A veces viene el mundo y se lleva lo que esperábamos o nos trae lo que no queríamos y lo hace de forma categórica, incontestable y no podemos hacer otra cosa que asumirlo o luchar inútilmente. Si la solución no está fuera siempre cabe encontrarla dentro, al menos, en forma de comprensión, adaptación o conocimiento. Sin embargo, a veces los problemas son demasiados o desproporcionados, objetivamente injustos, complejos o simplemente nos pillan en un momento con pocas fuerzas, voluntad o recursos para resolverlos y nos superan. Y necesitamos ayuda. Y hay que pedirla. No deberíamos dejar nunca de aprender a mejorar nuestro arsenal de soluciones, nuestra capacidad de afrontamiento, estrategias y variedad de respuestas, nuestras perspectivas y análisis, porque la vida nos irá poniendo a prueba y queremos superarlas todas: a veces logrando cambiar lo que nos pasa, otras, cambiando lo que vemos.

JORDI CÁNOVAS

CONSULTOR Y COACH

Firma del acuerdo por el consejero delegado de Informa D&B, Juan María Sainz, y el presidente de 'elEconomista', Alfonso de Salas. ALBERTO MARTÍN



INFORMA Y 'ELECONOMISTA' CERTIFICARÁN LA EXCELENCIA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

Una acreditación global sobre la solvencia, la rentabilidad, el crecimiento y la calidad de las compañías

BEGOÑA ORTEGA

La certificación *leE*, *Informa - elEconomista* acredita la excelencia en la gestión de las empresas con el respaldo del periódico económico líder mundial en español, *elEconomista.es*, y la empresa líder en información comercial, financiera, sectorial y de marketing, Informa D&B. Un equipo experto y especializado otorgará este certificado en base a la evaluación de los principales parámetros que determinan la gestión de las compañías: solvencia, rentabilidad, crecimiento, empleo, internacionalización, responsabilidad social corporativa, satisfacción de clientes, innovación, gestión del riesgo comercial y digitalización.

Tal y como manifiesta el consejero delegado de Informa D&B, Juan María Sainz Muñoz, “esta certificación de *elEconomista* e Informa, por todos los conceptos que engloba, no es solo una certificación sobre el que más vende o el que tiene más beneficios, sino que vamos a analizar otros indicadores de la gestión de la empresa, como la internacionalización, la política de recursos humanos, la responsabilidad social corporativa, la digitalización, la satisfacción de los clientes o la innovación, entre otros”. “Es una certificación global que hemos denominado *Certificado a la Excelencia en Gestión Empresarial*, entendiendo por empresa excelente aquella que satisface adecuadamente las necesidades de sus accionistas, clientes, empleados y de la sociedad. Lo fundamental de este proyecto es que analiza la estrategia de las empresas en su globalidad”, añade.

Pero, ¿por qué deberían las empresas optar por obtener esta certificación? Entre los beneficios que aporta el *leE* se encuentra el conocer en profundidad las empresas, tanto sus fortalezas como debilidades, potenciar la imagen con las entidades financieras, mejorar la percepción de los trabajadores, rentabilizar las acciones de Responsabilidad Social Corporativa (RSC), destacar frente a los competidores, conseguir reconocimiento para tu marca, consolidar la confianza de los clientes y proveedores, aumentar la demanda de los productos y servicios, y aumentar el valor de tu compañía.

El *leE* sirve además para poner en valor las diferentes direcciones que integran la organización, así como sus actuaciones.

Para la Dirección General, sirve como mejora de las relaciones con otras organizaciones y con todos los *stakeholders* -clientes, proveedores, trabajadores, competidores, Administraciones Públicas...-, ya que supone un reconocimiento a la buena gestión de la empresa, favoreciendo un mejor entorno empresarial y unas relaciones más duraderas con todos los interlocutores con los que se relaciona la corporación.

Para la Dirección Financiera, aumenta la credibilidad para gestionar sus negocios con las entidades financieras, apoyando a las acciones que se estén desarrollando para obtener una financiación más propicia, renegociación de la deuda, ampliando los límites en los créditos concedidos por las entidades financieras. Además, mejorará la relación con proveedores.

Para la Dirección de Recursos Humanos, facilita la atracción de nuevos empleados y la retención de los mismos, ya que los trabajadores estarán más predispuestos a trabajar en la empresa, puesto que la obtención del certificado de excelencia atestigua haber superado una serie de parámetros exigentes. También supondrá un retorno de las acciones empresariales de

Página web para obtener la certificación 'leE', Informa - elEconomista. EE

¿Qué beneficios obtengo con esta certificación?

- 1** Conoce y descubre en profundidad tu empresa, sus fortalezas y debilidades
- 2** Potencia tu imagen con entidades financieras
- 3** Mejora de la percepción de tus trabajadores
- 4** Rentabiliza tus acciones
- 5** Destaca frente a tus competidores
- 6** Consigue reconocimiento para tu marca
- 7** Consolida la confianza de tus clientes y proveedores
- 8** Incrementa la demanda de tus productos y servicios
- 9** Aumenta el valor de tu compañía

RSC que viene desarrollando la corporación.

Para la Dirección de Marketing, permite transmitir una imagen de excelencia, proporcionando una ventaja diferencial frente a la competencia. Además, refuerza la imagen de la marca, siendo reconocida como una empresa con un alto nivel de exigencia en su gestión empresarial.

También reforzará su campaña en prensa, gracias a la publicación de la noticia de los premios en *elEconomista*, líder en información financiera y económica.

Y, por último, para la Dirección Comercial, consolidará la confianza de tus clientes, ya que supone un reconocimiento a la labor de la organización. Esa confianza provocará un aumento en la demanda de tu cartera de productos y servicios y, en definitiva, un aumento del valor de tu negocio. También posibilita el *networking* con las otras empresas que obtenga los certificados y que serán entregados en una gala.

¿Cómo conseguirlo?

Para conseguir la *Certificación como Empresa Excelente en Gestión Empresarial* se deben seguir cuatro sencillos pasos. En primer lugar, se

debe completar una auditoría *online* para conocer de forma inmediata si la probabilidad de obtener el certificado es baja, media o alta.

En segundo lugar, realizar un pago de 250 euros para que un equipo analice la gestión y los resultados de tu empresa. En tercer lugar, una vez facilitada la documentación necesaria, en un plazo máximo de cuatro semanas, se remite un cuestionario solicitando la información más detallada relativa a las variables objeto de análisis. Esta información es tratada de forma confidencial y se utilizará exclusivamente en el proceso de certificación.

Por último, si, una vez analizada toda la información, la empresa cumple los requisitos para obtener el certificado, el equipo de expertos se podrá en contacto para realizar el pago en función del tamaño de la empresa.

Los precios variarán en función de la tipología de empresa, dependiendo de sus cifras de facturación.

Para las empresas pequeñas con una facturación anual entre uno y diez millones, el estudio de la empresa es de 250 euros, mientras que el precio de la certificación es de 1.500 euros.

Para las empresas medianas, con una facturación anual de entre diez y 50 millones de euros, el estudio de la empresa es de 250 euros y el precio de la certificación de 2.750 euros.

Por último, para las empresas grandes con una facturación anual superior a 50 millones de euros, el estudio de la empresa es de 250 euros y el precio de la certificación de 5.750 euros.

Gala 'Certificación leE'

Las empresas interesadas en certificar su excelencia a la gestión empresarial tienen hasta el 31 de julio para presentar sus solicitudes a través de la página web <http://www.economista.es/certificado-gestion-empresarial/>, accediendo a través del apartado *Consigue ahora tu certificación*.

Otra posibilidad es llamar al teléfono gratuito 900 10 30 20, en horario de lunes a viernes, de 8:30 a 18:30 horas, o escribir un correo electrónico a clientes@informa.com

Una vez completados los cuatro pasos anteriores, se prevé que el proceso de certificación de todas las empresas participantes finalice en octubre de 2018.

Posteriormente, las empresas certificadas por su excelencia en gestión empresarial obtendrán este reconocimiento en una gala de entrega de los certificados que se celebrará en el mes de noviembre.

Los cuatro pasos para obtener el informe de auditoría son:

Datos de la compañía

En primer lugar, el interesado en obtener el certificado leE debe acceder a la página web <http://www.economista.es/certificado-gestion-empresarial/>, seleccionar el apartado 'Consigue ahora tu certificación' y rellenar los siguientes campos con el nombre de la empresa, el nombre de la persona de contacto, el correo electrónico y el número de teléfono de contacto. Una vez que se rellenan estos campos, se selecciona la opción de 'Comenzar auditoría'.

Información financiera

En el siguiente paso, el interesado debe completar datos y ofrecer información sobre la situación financiera de la compañía como la rentabilidad, el ebitda sobre ventas, el crecimiento sobre la variación media anual acumulativa del importe neto de cifra de negocios entre el periodo 2015-2017; la internacionalización, con los datos sobre exportaciones sobre ventas en 2017, y confirmar si tiene cualquier otro certificado de calidad. El periodo de evaluación es entre 2015 y 2017, debido a que se quiere certificar una trayectoria empresarial, por lo que es necesario hacer el promedio de la gestión entre los citados años.

Nivel de probabilidad de obtener el certificado

Una vez completada la información relativa a la situación financiera y contable, se evalúa el nivel de posibilidad de obtener el *Certificado de Excelencia en la Gestión Empresarial*, que puede ser bajo, medio o alto. Dependiendo de estas probabilidades, si la empresa lo desea puede pasar al siguiente nivel, para obtener un análisis en profundidad de su compañía.

Realizar el pago

Para obtener la auditoría completa, se deben rellenar los datos de la dirección fiscal y realizar el pago de 250 euros para que un equipo analice en profundidad la gestión de la empresa.

FIRMA DE UN ACUERDO

UNESPA PROMUEVE LA EDUCACIÓN FINANCIERA

La patronal del seguro en España colaborará con la Fundación Junior Achievement para ayudar a los más jóvenes a aprender a gestionar los riesgos

REDACCIÓN

Unespa, la patronal del sector asegurador, y la Fundación Junior Achievement han firmado un convenio de colaboración para la puesta en marcha del programa educativo *El riesgo y yo*. “Esta iniciativa responde al deseo del sector asegurador de comunicarse mejor con la sociedad, y

refuerza su compromiso con la educación y desarrollo de los más jóvenes”, explican.

El convenio entre la Asociación Empresarial del Seguro y Junior Achievement se enmarca dentro de la iniciativa *Estamos Seguros*. El programa de educación financiera promovido contará con la participación de profesionales voluntarios de 19 aseguradoras, que impartirán 76 sesiones formativas a estudiantes de 15 a 17 años, de 4º de ESO y Bachillerato, en centros educativos de todo el país.

El programa se basa en la metodología *Aprender Haciendo* de Junior Achievement y combina contenidos divulgativos y



EE

actividades prácticas. La iniciativa tiene como objetivo hacer a los jóvenes conscientes de los riesgos a los que se encuentran expuestos en su día a día, así como familiarizarles con las herramientas que existen para evitar sus efectos adversos, explican ambas entidades. El programa trabajará la adquisición de habilidades para que los estudiantes aprendan a prevenir el riesgo y gestionarlo en situaciones cotidianas.

Unespa y sus asociadas quieren contribuir al aprendizaje de herramientas que ayuden a los jóvenes a tomar decisiones de forma prudente y acertada, y a formarse como ciudadanos socialmente responsables.



EE

DATOS DEL FICHERO FIVA

MÁS COCHES ASEGURADOS EN ABRIL

El número de vehículos asegurados crece en abril un 2,21 por ciento y ya roza los 30,8 millones de unidades

REDACCIÓN

El número de vehículos asegurados en España se situó en 30.786.932 unidades a cierre de abril. Esta cifra supone un incremento del 2,21 por ciento respecto del mismo mes del año 2017, según los datos del Fichero Informativo de Vehículos Asegurados (Fiva) hechos públicos recientemente por Unespa, la patronal del sector asegurador. De este modo, el parque de vehículos a motor que circulan por las calles y carreteras del país se ha incrementado en 664.251 unidades en los últimos 12 meses.

De acuerdo con los datos del fichero, en abril se produjeron 950.434 altas de vehículos y 903.203 bajas. Esto se traduce en que, en cifras intermensuales, el parque ha crecido en 47.231 unidades respecto al cierre del mes de marzo. O lo que es lo mismo, un 0,15 por ciento.

En lo que va de año se han efectuado 3.782.475 altas y 3.608.689 bajas de vehículos. Esto se traduce en un incremento neto del parque móvil de 173.786 unidades entre el inicio de enero y el cierre de abril.

El seguro de automóviles es obligatorio e imprescindible para que los vehículos puedan circular por las carreteras y calles españolas y cuando se viaja con el vehículo al extranjero. El ramo de autos cerró el primer trimestre del ejercicio con un volumen de primas facturadas de 2.919 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 2,93 por ciento respecto al mismo periodo del ejercicio precedente, de acuerdo con los últimos datos elaborados por Investigación Cooperativa Entre Entidades Aseguradoras (Icea).

LOS PRIMEROS MINUTOS, DECISIVOS

En meses anteriores conocimos los tipos de redes que tienen los 'networkers' profesionales y explicamos cuáles son las metas del 'networking'. Este mes vamos a tratar sobre esos primeros tres minutos que transcurren desde que nos presentan a una persona y que son claves para que la relación empiece con buen pie

Veamos algunos conceptos imprescindibles que todos conocemos pero que a menudo olvidamos poner en práctica. El primero es ese instante en el que ambos decimos nuestros nombres mientras nos damos un apretón de manos. Esos segundos son importantes y deberemos hacerlo mirándole a los ojos y evitando una sonrisa excesiva. Mirar a los ojos transmite transparencia y la sonrisa le dice que nos alegramos de verle. No son malos mensajes para iniciar un contacto ¿verdad? Lo segundo que tendremos que tener en cuenta es el apretón de manos. Es muy importante que sea cordial, cálido, sin sudor. Si nos sudan las manos, deberemos meter la mano discretamente en el bolsillo apretando el pañuelo que llevamos para que absorba ese sudor que estropearía ese momento mágico. Deberemos tener cuidado en no apretarle demasiado ni *darle un pescado*. Es muy desagradable tanto que nos hagan daño como recibir una mano sin fuerza, totalmente flácida, eso transmite falta de personalidad. Y, por supuesto, es importante su duración: no se debe alargar en exceso ni soltar la mano en medio segundo, parecería que tenemos miedo, que nos intimida o tenemos algo que ocultar.

En ese momento nos dirá su nombre y es clave que lo recordemos para poder dirigirnos a él. Recomendamos repetirlo mentalmente mirándole a los ojos o incluso en voz alta con tono interrogativo como si le pidiéramos confirmación de que lo hemos escuchado bien. Una vez abierto el contacto deberemos abrir el camino para empezar a generar una relación. Lo primero es evitar centrarnos en nosotros para



contarle lo que hacemos y pensar solo en conocerle mejor. Para ello le haremos algunas preguntas abiertas simples que le ofrezca la posibilidad de contarnos cosas sobre él.

¿Y qué preguntar? Sobre su profesión, responsabilidades, su empresa, su proyecto... Y en ese momento deberemos callar, mirarle de nuevo a los ojos y escuchar atentamente para entender y aprender cosas que posteriormente nos permitirán encontrar cómo aportarle valor. Debe ser una escucha activa, en la que le demos *feedback* de que estamos atendiendo, con leves gestos de la cabeza, la mirada, las cejas, con sonidos y

palabras de asentimiento. Acabamos de ver otro enfoque muy importante para tener éxito como profesional aprovechando el *networking*. En próximos capítulos repasaremos otros aspectos que nos ayudarán a mejorar. Mientras tanto, disfrutemos del *networking* dejando de hacer contactos y generando relaciones que, en el fondo, es la base del éxito.

ANTONIO DOMINGO

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

FESTIVALES 2018: CANTIDAD Y CALIDAD

Junto a la primavera, arranca la temporada alta de festivales en España. Nuestro país cuenta con una fuerte tradición en este terreno, alojando un año más algunas de las principales citas musicales internacionales. 'Primavera Sound', 'Sonar', 'Bilbao BBK Live', 'FIB' o 'Low Cost' son algunas de las muchas citas festivaleras de 2018

DIEGO FERNÁNDEZ TORREALBA

Ya estamos en plena temporada de festivales. Rock, pop, electrónica, indie, jazz, blues, reggae, rap, heavy... Todos los estilos de música tienen cabida, así como cientos y cientos de grupos: desde los grandes hasta formaciones hasta ahora desconocidas que quieren hacerse un hueco en el panorama musical nacional e internacional.

Si los pies y los oídos aguantan, disfrutar de un festival -o varios- en estas fechas es un gran plan ahora que ha llegado el buen tiempo. Sólo hay que tener ganas de divertirse, un carácter sociable -recomendamos abstenerse quienes aborrezcan las aglomeraciones- y amor por la música en directo. Con eso, ropa cómoda y unas buenas zapatillas ya estaremos listos para disfrutar de cualquiera de los muchos festivales que brinda la escena española, vibrando con nuestros grupos favoritos y descubriendo nuevas bandas.

El problema es realizar una buena selección, pues la oferta es realmente amplia para todo tipo de gustos musicales. Vamos a sintetizarlo citando algunos de los principales festivales que se celebrarán este 2018 en España. El *Viña Rock*, celebrado en abril, ya ha pasado, pero viene mucho y bueno. Por ejemplo, el megafestival *Primavera Sound* de Barcelona, que conjugará de nuevo pop, rock y música alternativa en un gigantesco espacio del 30 de mayo al 3 de junio. Arctic Monkeys, Björk o Lorde son algunos de sus principales reclamos. Sin moverse de la Ciudad Condal, a quienes les guste la música electrónica y experimental no pueden perderse el *Sonar*, que tendrá lugar los días 14, 15 y 16 de junio y en donde se podrá disfrutar, entre muchos artistas, de Gorillaz o John Talabot.

Ya en pleno verano, otro de los imprescindibles es el clásico *Bilbao BBK Live*, que este año tiene lugar del 12 al 14 de julio. Tampoco se lo perderá Gorillaz, así como grupos de la talla de The Chemical Brothers, The XX o Noel Gallagher's high flying birds.

Pero si hablamos de clásicos no podemos obviar el *FIB*, el Festival Internacional de Benicàssim. El hecho de que se celebre en la playa ya es un buen aliciente, pero para muchos lo será aún más la presencia de Pet Shop Boys, Liam Gallagher, Travis Scott o The Killers. Las fechas: del 19 al 22 de julio.

Sin apenas una semana de respiro bajamos la costa hacia Benidorm, donde tiene lugar el *Low Cost Festival* del 27 al 29 de ese mismo mes. Otra buena ocasión para ver a The Chemical Brothers o a grupos españoles de música indie como Los Planetas o Izal.

Estas son algunas de las muchas opciones de un año cargado de otros macroeventos de gran nivel como *Cruïlla*, *AiRumbo Festival*, *Arenal Sound*, *Dreambeach*, *Rototom Sunsplash*... Una temporada más, opciones nunca van a faltar en un calendario plagado de cantidad y calidad musical.



GRAFITI: A LA CAZA DEL ARTISTA URBANO

Los artistas callejeros sitúan el origen de sus obras en las pinturas rupestres, pero es en los 70, cuando empieza a desarrollarse en Nueva York. La calle es un lugar difícil y el grafiti, lejos de ser una manifestación caótica y sin estructura, se organiza bajo un código ético propio, camaradería e ideales

ANA M. SERRANO

No todo grafiti es arte urbano, ni todo arte urbano es grafiti. El grafiti es un modo de expresión en sí mismo y por definición ilegal. El arte urbano abarca disciplinas como el estarcido (*stencil*) o el mural artístico, es decir, el grafiti legal. Desde hace ya varios, el grafiti ha pasado de acto vandálico a expresión artística. Y los cazadores de arte urbano, una especie cada vez más prolífica. Batir la ciudad en busca del mejor escritor de muros es una actividad cultural, sorprendente y fantástica para recibir -esta vez sí- al buen tiempo.

Casi todas las grandes capitales ofrecen visitas guiadas por lo mejor de su arte callejero. En Madrid son muy habituales los recorridos por los barrios de Lavapiés, Malasaña, Carabanchel o Tetuán. Una de las plataformas que los organiza es Madrid Street Art Project. Safaris urbanos, abiertos a todo tipo de público, conocedor o no del arte urbano madrileño. Se completan con información acerca de las obras, los autores, las técnicas o la idiosincrasia de los lugares intervenidos. También desarrollan un evento, Muros, en el espacio exterior de Tabacalera, mediante el cual varios artistas urbanos mantienen vivos sus muros. Cada dos años cambian de aspecto y nos dejan ver las obras de artistas como Zosen, Lolo, Julieta XLF, Alice Pasquini, Pincho, Susie Hammer, Ze Carrion, Ruina, Suso33, Okuda, Borondo...

La escena urbana barcelonesa siempre ha despuntado. Durante los noventa fue una de las ciudades más permisivas. Tanto que algunos de los artistas más famosos acabaron viviendo y pintado sus paredes. Tras un tiempo de sequía y prohibición, parece que la Ciudad Condal recupera parte del poder del arte urbano gracias a proyectos como Murs Lliures



El arte urbano pasa de la clandestinidad al reconocimiento en muchas ciudades españolas y del resto de Europa y del mundo. En esta selección de imágenes puede ver algunos de los trabajos que se pueden encontrar en las fachadas y los muros de las principales ciudades españolas. EE



-impulsado por la plataforma artística Rebobinart con el consentimiento del Ayuntamiento de Barcelona-, creado para "liberar" muros urbanos y ponerlos a disposición de los artistas. En sus primeros cinco años, el proyecto ha conseguido paredes emblemáticas como las del Parque de las Tres Chimeneas -paraíso del skate-, Poble Nou -el más creativo de la ciudad- o Selva de Mar. También organizan rutas guiadas gratuitas por el distrito de Sants-Montjuïc.

Bajo el abrigo de Rebobinart ha crecido un bello proyecto:

#womart. El pasado mes de abril, diez artistas -entre ellas Hyuro, Paula Bonet o BTOY- han realizado intervenciones en diez ciudades distintas con el fin de visibilizar el talento femenino en las artes visuales. Womart surge de esta necesidad reivindicativa y pretende ser una plataforma de reconocimiento de las artistas urbanas.

Salir de caza sin moverse del sofá es posible gracias al proyecto *Google Street Art*: miles de obras de arte urbano, accesibles a cualquiera en un clic.