

Seguros

elEconomista

Revista mensual

12 de diciembre de 2019 | Nº 74



José Carlos León

Director creativo y empresario

“La RSC está ya superada en la mente del consumidor, que la ve como marketing” | P12

DIGITAL Y A MEDIDA: EL FUTURO DEL SEGURO YA ESTÁ AQUÍ

La nueva movilidad, la colaboración con ‘insurtech’, el pago por uso, son las nuevas tendencias de 2020 | P6

Motor: Todo lo que necesita su coche para sobrevivir al invierno | P14

Pensiones: Jubilación activa, ¿cuáles son sus ventajas? | P20



04. ¿Sabía qué...?

Los retos pendientes del seguro de dependencia

El seguro solo da cobertura al 3% de las personas que sufren algún grado de dependencia

14. Motor

Todo lo que necesita su coche en invierno

Los meses de invierno exigen prestar más atención al mantenimiento del vehículo

24. Empresas

Cómo montar una 'startup' de éxito

Son muchas las personas que se lanzan a emprender, pero no todas alcanzan su objetivo

30. RSC

El seguro se vuelca contra el cambio climático

Varias compañías aseguradoras han participado en la cumbre COP 25 de Madrid

Edita: Editorial Ecoprensa S.A. **Presidente Ejecutivo:** Antonio Rodríguez Arce
Vicepresidente: Raúl Beyruti Sánchez **Consejero Delegado:** Pablo Caño
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 Alba Cárdenas **Fotografía:** Pepo García **Infografía:** Clemente Ortega
Coedita: Marketing Site, S.L. - Seguros TV
Director de 'elEconomista Seguros': Ramón Albiol (ralbiol@segurostv.es)
Jefa de redacción: Virginia M. Zamarreño (revista@segurostv.es)
Directora comercial y publicidad de 'elEconomista Seguros': Concha Aliende (concha.aliende@segurostv.es)

Reportaje Colaborativo y digital: el futuro del seguro está aquí

A punto de entrar en 2020 el sector asegurador se prepara para asumir nuevos retos y cubrir nuevos riesgos



06

Entrevista José Carlos León, director creativo y empresario

"La RSC está ya superada en la mente del consumidor, que la ve como una campaña de marketing"



12



20

Pensiones Jubilación activa, ¿cuáles son sus ventajas?

Hay una opción para los que, llegada la edad de jubilación, no quieren dejar de trabajar



22

Consejos útiles Claves para educar a los niños en el ahorro

La educación financiera desde pequeños es clave para saber tomar decisiones relacionadas con las finanzas en el futuro



El futuro del seguro es, hoy ya, una realidad

El sector asegurador ha dejado de ser gris y aburrido -si es que alguna vez lo fue- para amoldarse a las nuevas exigencias del consumidor. Transparencia, agilidad y sencillez son tres de las características más

demandadas por los consumidores. La irrupción de las nuevas tecnologías ha llegado para quedarse y ha movido los cimientos de algunas compañías de seguros. Pero el sector ha sabido, una vez más, adaptarse y abrazar la cultura del cambio y la colaboración, dos de las tendencias que mueven la economía actualmente, para crecer en un entorno marcado por la transformación digital. Y eso ha sido gracias a la colaboración con las insurtech, startups jóvenes centradas en el desarrollo de la tecnología aplicada al sector asegurador. La colaboración es vital para ambos actores, tanto para las nuevas empresas que desarrollan innovadores procesos y productos o servicios como para las compañías de seguros centenarias que precisan de una nueva visión para amoldarse a las nuevas exigencias de la sociedad. Este nuevo ecosistema es, además, un creador neto de empleo. En España hay censadas 197 compañías insurtech, que cuentan con más de 4.000 trabajadores entre sus filas. Y en

2020, cada una de ellas prevé crear una media de diez puestos de trabajo. Estos datos y muchos más los podrá encontrar en el reportaje de portada de la edición de diciembre de 2019 de elEconomista Seguros, en el que hacemos una radiografía de las insurtech en España y de las nuevas tendencias que marcan desde ya mismo el futuro del sector, como los seguros bajo demanda o temporales y los ligados a la nueva movilidad urbana, más sostenible y eléctrica. Además, le ofrecemos interesante información sobre el seguro de dependencia, consejos para que enseñe a los pequeños de la casa el valor del ahorro y profundizamos en el conocimiento del desafío que supone el doble vínculo. Y conocemos más a fondo a José Carlos León, director creativo y empresario y experto en marketing y comunicación; y a Berta Méndez Albiol, jugadora de fútbol profesional, quien nos relata el camino que ha tenido que recorrer para poder alcanzar su sueño. Además, como siempre, les invitamos a descubrir las últimas tendencias en tecnología y a disfrutar de una buena mesa esta Navidad. Si quiere pasar las fiestas fuera de casa, les proponemos una experiencia diferente descubriendo Portugalete. Les deseamos el mejor 2020. Buena lectura y felices fiestas.

La colaboración entre ‘insurtech’ y el seguro tradicional será clave para que el sector se adapte a las necesidades del nuevo consumidor. Transparencia, agilidad e inmediatez son las características de las nuevas pólizas



ISTOCK

LOS RETOS PENDIENTES DEL SEGURO DE DEPENDENCIA

España es uno de los países más longevos del mundo, una gran noticia que presenta numerosos retos. Con un amplio y creciente porcentaje de personas mayores de 65 años, los seguros de dependencia se antojan más relevantes que nunca para complementar la ayuda gubernamental

DIEGO FERNÁNDEZ TORREALBA

Condiciones favorables como el clima, la gastronomía, la asistencia sanitaria, la situación económica y la calidad de vida propician que España presuma de estar entre los países con mayor esperanza de vida -en torno a los 84 años-, actualmente la más elevada de Europa y la tercera en el mundo. Una tendencia positiva que, según señalan los expertos, nos convertirá en los más longevos del planeta dentro de unos pocos lustros.

Sin embargo, esta realidad positiva conlleva una situación compleja, pues casi toda cara tiene una cruz. Es fantástico que vivamos más tiempo, pero también es cierto que la esperanza

de vida con buena salud se suele situar en torno a los 72 años. Y eso significa más de una década por persona de promedio en unas condiciones que distan de ser las mejores y, posiblemente, en una situación de dependencia.

El crecimiento de la esperanza de vida ha conformado, en Europa en general y en España en particular, una población envejecida que potencialmente puede necesitar ayuda. La ley de Dependencia, aprobada en el año 2006, surgió para ofrecer una respuesta a esa situación, pero se antoja, según sostienen muchos de los afectados y sus familiares, insuficiente a causa de la falta de ayudas que tienen para afrontar las necesidades de estas personas.

Los seguros de dependencia han surgido para cubrir esa carencia, en un escenario en el que por un lado pueden servir de gran ayuda y por el otro tienen en su mano aprovechar una gran oportunidad de negocio -en la actualidad, únicamente en torno a un 3 por ciento de las personas dependientes están cubiertas con un seguro específico-.

Sin embargo, queda mucho camino por recorrer en este sector. Especialmente porque, a pesar de que numerosas pólizas del ramo proporcionan servicios de asistencia, centran su apoyo esencialmente en las indemnizaciones económicas que, aunque resultan útiles y necesarias son insuficientes para cubrir todo el apoyo físico y emocional que puede precisar el cliente. Las coberturas como asesoramiento telefónico, teleasistencia y ayuda a domicilio no acaban de satisfacer las necesidades ni de los afectados ni de sus cuidadores.

Esa es al menos la opinión que Voyislav Stojanovic, responsable de desarrollo comercial de AXA Salud, compartió en el pasado Forum CECAS: "El sector asegurador debe revisar los productos que hay ahora en el mercado, ya que están ligados a las rentas. Las compañías deberían desarrollar productos enfocados a servicios para mitigar este problema". El reto al que se enfrenta el ramo en un futuro cercano es, por lo tanto, ampliar su cobertura para ofrecer un mejor servicio, siendo capaz de convertir definitivamente esta demanda no sólo en una oportunidad de negocio, sino en una valiosa ayuda a las personas que la necesitan.



REALE **VIDA GLOBAL**
DISFRUTA EL PRESENTE
CON UN FUTURO SEGURO

La seguridad de vivir tranquilo

Reale Vida ofrece un conjunto de soluciones que se adapta a tus necesidades presentes y futuras.

Reale Vida Global es un seguro de protección con ventajas adicionales sobre el seguro de vida tradicional, gracias a la ampliación de las coberturas de riesgo y a garantías complementarias novedosas, que cubren necesidades actuales como la Dependencia o Enfermedades Graves o Terminales.

Vive tranquilo, con un futuro seguro.

Más información en:
www.reale.es o en el 902 400 900 / 914 547 400.

REALE GROUP

 **REALE
SEGUROS**

TOGETHER MORE

COLABORATIVO Y DIGITAL: EL FUTURO DEL SEGURO ESTÁ AQUÍ

La consolidación del ecosistema insurtech y los cambios en los hábitos de los consumidores unido a la transformación digital marcan los pasos de la revolución de la industria aseguradora. ¿Cómo será el sector en 2020?

VIRGINIA M. ZAMARREÑO



Coches que se conducen solos, ordenadores que son capaces de controlar todo lo que pasa en una casa, teléfonos móviles implantados en seres humanos... Son cosas con las que los libros y películas de ciencia ficción nos han deleitado en los últimos treinta años. 2020 siempre se ha considerado el año de la frontera tecnológica, la fecha en la que la tecnología iba a ayudar al ser humano a ser (casi) inmortal. Y nos estamos acercando.

Quizá no a la inmortalidad, pero sí a otras innovaciones soladas, como los coches autónomos o los hogares inteligentes gracias a la domótica. El avance tecnológico es imparable y a veces adelanta al ritmo con el que la sociedad es capaz de asumir este cambio. Y, aunque a veces resulte lo contrario, el sector asegurador sí es capaz de adaptarse y adoptar esta vertiginosa evolución para asumir y gestionar una cantidad ingente de riesgos emergentes.

Impulso del ecosistema 'insurtech'

Parte de esta evolución se debe a la colaboración entre las compañías de seguros mal llamadas tradicionales con las firmas de *insurtech*. Se trata de empresas de reciente creación, muchas de ellas son *startups*, que combinan las nuevas tecnologías con el negocio asegurador para encontrar soluciones a los nuevos riesgos que surgen. En los últimos años, su crecimiento ha sido imparable y la inversión destinada a este ecosistema se ha disparado.

De acuerdo con los datos del Informe Trimestral de Insurtech de Willis Towers Watson, el total de los nuevos fondos de financiación destinados a *insurtech* al cierre del tercer trimestre de 2019 ya supera el total anual de 2018. En los nueve primeros meses del año se invirtieron en *insurtech* 4.630 millones de dólares (4.183 millones de euros) en un total de 239 operaciones. La inversión crece un 5 por ciento más con respecto al cierre de 2018.

"El continuo avance en inversiones de *insurtech* reconoce el principal papel que la tecnología está jugando en la industria, aunque debemos evitar convertirnos en un sector saturado y frustrado por la misma tecnología. Hoy en día, la inversión en *insurtech* tiene que ver tanto con el bombo publicitario y la cultura emprendedora como con la tecnología apropiada para la industria de los reaseguros", analiza Andrew Johnson, Global Head of Insurtech de Willis Re.

En España, el ecosistema *insurtech*, formado por 197 *startups*, da empleo a más de 4.000 personas y en los próximos años se estima que crearán, de media, diez puestos de trabajo adicionales por cada firma. Además, los



perfiles más demandados por las *startups* serán IT (62 por ciento), ventas (40 por ciento) y marketing (28 por ciento). Esta es una de las principales conclusiones de la *IV Insurtech Unconference* organizada por la plataforma de innovación abierta Finnovating. El encuentro reúne a los cien CEO más innovadores del sector asegurador.

La colaboración es la clave

Según los datos de Finnovating, en los últimos tres años se han fundado y continúan operando 88 *insurtech*, el 45 por ciento del total. Madrid aglutina el 62 por ciento de las *insurtech*,

Barcelona el 21 por ciento y Sevilla el 5 por ciento. En cuanto a la tecnología, la que más utilizan estas empresas es el *Big Data*, seguida de la inteligencia artificial y el *machine learning*. Además, el 90 por ciento de las *insurtech* encuestadas por Finnovating tiene API (interfaz de programación de aplicaciones, según sus siglas en inglés).

Durante el encuentro, Rodrigo García de la Cruz, CEO de Finnovating ha destacado "el papel de la innovación abierta en contraste con el teatro de la innovación. Trabajamos por la colaboración entre corporaciones y *startups* con el objetivo de avanzar y satisfacer las necesidades de un mercado que demanda cada vez más rapidez, transparencia y una experiencia de usuario cuidada al detalle". "En este sentido -añade-, un 45,5 por ciento es tanto *B2B* como *B2C* y el 40 por ciento es solo *B2B*, y, según las cifras del *Observatorio InsurTech 2020* de Finnovating, el 42 por ciento de las *startups* colaboran con más de 10 corporaciones, el 14 por ciento entre 5 y 10, el 25 por ciento entre dos y cinco y el 18 por ciento colaboran con una o dos", señala.

Seguros bajo demanda

Uno de los segmentos en los que las *insurtech* están ayudando a las compañías de seguros son los seguros de pago por uso o bajo demanda. En este tipo de pólizas la tecnología es fundamental y esa parte es en la que las *insurtech* son especialistas. Una *startup* que planea entrar en España en las próximas semanas es Yolo Group. Su objetivo es ofrecer un *marketplace* de seguros digitales a través de su plataforma predictiva basada en inteligencia artificial y *machine learning*. Lo que ofrece son soluciones personalizadas, omnicanal y digitales a la carta. La *startup* de origen italiano ya colabora con compañías como Allianz Partners, AIG, Banca Intesa Sanpaolo, Ergo, Zurich Connect, Helvetia o Net Insurance.

Una solución similar es la que ofrece *Seguroportías.com*, una correduría digital que ofrece aseguramiento temporal para vehículos, hogares vacacionales o responsabilidad civil para actividades concretas, como paseadores de perros, entre otras opciones.

La colaboración con *insurtech* no es solo cosa de compañías de seguros. Los brókeres también ganan con esta simbiosis entre seguro y tecnología. Y tienen apetito inversor. El pasado mes de noviembre, Aon anunció la compra de CoverWallet. La operación proporciona al gigante de la mediación acceso a un mercado de seguros digitales en rápido crecimiento, que gestiona más de 200.000 millones de dólares (180.713 millones de euros) en primas, “así como aprovechar la plataforma de CoverWallet para desarrollar y escalar experiencias de usuario innovadoras que complementan la estrategia de Aon United”, explica el bróker.

Seguros para la nueva movilidad

Asegurar la nueva movilidad es uno de los principales retos para el sector asegurador. Los cambios en el transporte, con una mayor apuesta por el uso de vehículos compartidos en detrimento de la compra de coche propio y la irrupción de vehículos eléctricos alternativos como patinetes y bicicletas va a revolucionar el seguro de autos tal y como se conoce hoy.

En este ámbito, aseguradoras e *insurtech* colaboran para buscar la fórmula más adecuada para proteger esta nueva tendencia. Zego es una de las *startups* especializadas en seguros flexibles para la nueva movilidad y, además, la primera *insurtech* en obtener la licencia para operar como aseguradora en Reino Unido. Este hito le permitirá desarrollar y vender sus propios productos, además de consolidar su expansión europea y acelerar su crecimiento en países como España, donde opera desde finales de 2018. En la actualidad, las pólizas de Zego están respaldadas por quince reaseguradoras, entre ellas Swiss Re.

Diversificación del negocio

Mutua Madrileña, una de las aseguradoras con mayor presencia en el seguro de autos quiere anticiparse a este cambio que muchos expertos predicen como radical diversificando su negocio y apostando por la nueva movilidad. El grupo asegurador que preside Ignacio Garralda ha creado recientemente Mutuamad Sharing, una sociedad en la que la compañía aglutinará sus negocios relacionados con la movilidad. Su objetivo es ampliar su actividad en este ámbito. Al frente de esta nueva sociedad están Javier Mira, director



ISTOCK

El ecosistema ‘insurtech’ española emplea a más de 4.000 personas y seguirá creciendo

general de Grupo Mutua Madrileña, y Jaime Kirkpatrick, director general adjunto de transformación de Mutua Madrileña.

La compañía ha firmado en los últimos meses diferentes acuerdos en el ámbito de la movilidad, como la adquisición del 80 por ciento de Centauro, empresa de alquiler de vehículos, por 130 millones de euros, o la adquisición del 5 por ciento del capital de Movo, *startup* especializada en micromovilidad a través del alquiler de patinetes y motos eléctricas.

Además de estas tendencias, otros de los riesgos a los que deberá hacer frente el sector asegurador en 2020 serán, de nuevo, los ciberataques, la incertidumbre económica, la guerra comercial entre China y Estados Unidos, el futuro económico de China o las políticas de tipos de interés, algo con lo que el seguro lleva lidiando unos cuantos años ya.

NUEVOS PRODUCTOS

REUNIONES Y EVENTOS A PRUEBA DE RIESGOS

AIG acaba de lanzar una póliza que protege tanto a los asistentes a encuentros como a trabajadores, colaboradores y clientes de reuniones y eventos

REDACCIÓN

AIG ha lanzado una solución aseguradora específica para espacios y eventos, *AIG Safe Place*. Se trata de un producto flexible, que se puede contratar para un evento de unas horas, de varios días o una sucesión de actividades a lo largo del año y con el que la aseguradora pretende cubrir las nuevas necesidades de protección detectadas en el mercado.

La compañía explica que *AIG Safe Place* es un seguro personal y objetivo, es decir, con una indemnización directa, que protege tanto a los asistentes al evento como a colaboradores y clientes, pero también a los trabajadores temporales, miembros de comités y voluntarios o ayudantes no remunerados.

Coberturas de AIG Safe Place

Su cobertura incluye asistencia sanitaria, fallecimiento e invalidez. "El principal objetivo es indemnizar y/o prestar la asistencia



REUTERS

necesaria de forma rápida, eficaz y sin esperas, con el añadido de que, además de incluir los gastos sanitarios por accidente, disponemos de un teléfono de asistencia de 24 horas los 365 días del año, lo que facilita la gestión y coordinación médica", explica Juan Ignacio Camell, responsable del Departamento de Accidentes de la compañía.

Este producto está dirigido a todo tipo de empresas, pero sus principales usuarios son hoteles, pabellones, centros comerciales, museos, bancos, casinos, centros de congresos, cines, clínicas y hospitales, estadios, recintos feriales y firmas de organización de eventos o de espectáculos.



G. R.

ALIANZAS ESTRATÉGICAS

AXA PARTNERS ASEGURA A LA NUEVA 'SOYOU'

La 'joint venture' entre Crédit Agricole y Bankia elige a AXA Partners como proveedor de seguros y servicios

REDACCIÓN

Crédit Agricole Consumer Finance y Bankia presentaron recientemente una nueva joint venture, *SoYou*, que nace con el objetivo de convertirse en un referente de la financiación al consumo en el mercado español. Uno de los colaboradores de la nueva plataforma de financiación es AXA Partners Iberia, que se posiciona desde el lanzamiento como su partner de seguros, comercializados junto con sus soluciones de financiación. Los productos que ofrecerá la entidad financiera, respaldada por la filial de AXA son un seguro de protección de

préstamo, tanto para préstamos al consumo, como para la financiación del vehículo con *SoYou*. Consistirá en un seguro que tendrá una duración igual a la de la financiación contratada y ofrecerá protección en caso de falta o reducción de ingresos por fallecimiento, incapacidad permanente y absoluta, incapacidad temporal, bien sea por enfermedad o por accidente, o desempleo.

Además, AXA PARTners comercializará con la financiera el seguro de vehículo protección plus, que se hará efectivo en el caso de que el vehículo sufra un siniestro total y los costes de reparación excedan del 70 por ciento del valor de mercado en el momento del siniestro. La indemnización irá destinada a reducir o cancelar el saldo pendiente del préstamo de auto que el cliente tenga suscrito con *SoYou*.

Las compañías seguirán colaborando en la configuración y comercialización de nuevos productos aseguradores para ofrecer a sus clientes un portfolio personalizado según sus necesidades, explica la compañía aseguradora en un comunicado.

CÓMO ELEGIR EL MEJOR JUGUETE

Los juguetes son imprescindibles para el desarrollo de un menor. Con las fiestas navideñas a la vuelta de la esquina, la entidad especialista en servicios técnicos, de seguridad y certificación TÜV Rheinland, explica qué medidas tienen que llevar los padres y tutores para que los pequeños disfruten de sus juguetes

REDACCIÓN

Jugar desempeña una labor muy importante en el crecimiento como persona. ¿Quién no recuerda los juguetes que le marcaron en los primeros años de vida? ¿Cuántos juegos han sido determinantes para que un adulto elija una profesión? Los peluches, balones, puzzles, juegos de mesa... ayudan a desarrollar, entre otras, las capacidades físicas, mentales, sensoriales, creativas o de sociabilidad. Sin embargo, hay que tener precaución no solo a la hora de adquirir juguetes sino incluso en el momento recreativo, más en estos tiempos en los que la tecnología ha desafiado los límites y es más difícil tener un control de cómo se desarrolla. Para ello, es necesario comprobar que en el embalaje está la *Marca CE*, que certifica que el artículo cumple las exigencias de seguridad de la UE. Hay que asegurarse de que en el embalaje o en el etiquetado figura el nombre, la marca del producto y la dirección en Europa del fabricante o importador.

Seleccionar siempre los juguetes apropiados a la edad y habilidades del niño, teniendo en cuenta la edad recomendada. Leer siempre con detenimiento las advertencias referentes a los peligros inherentes al juguete y los riesgos de daños que entrañen su uso, haciendo caso de todos los consejos que se indican en las instrucciones.

¡Cuidado con las pilas! Los más pequeños desconocen que son tóxicas y pueden querer llevárselas a la boca para probarlas. Es mejor evitar los que contienen pilas de botón. También hay que tener precaución con los juguetes magnéticos. En general se recomienda utilizar todas las medidas de seguridad que incluyan los juguetes. Supervisión



de adultos: los más pequeños nunca deben estar solos, así que se aconseja acompañarles mientras juegan. Es importante que los padres se involucren, fomentando los juegos en familia, así como descubrir nuevas habilidades y formas de aprendizaje. En el caso de las videoconsolas o dispositivos tecnológicos: controlar que juegan un tiempo prudencial,

comprobar si el juego es educativo, desactivar el GPS o activar el control parental y las restricciones de uso que consideren necesarias. Todo consumidor tiene que saber que, si el juguete no cumple con alguno de los requisitos legales o lleva implícitos riesgos no advertidos, puede denunciarlo en los organismos de consumo de su comunidad autónoma.

EE



Ahora **tu seguro de hogar** con Preventiva, incluye una aplicación que te dará **a ti y a tu familia** una importante protección y seguridad.

¿Como funciona?

Pulsando 5 veces el botón de encendido, te geolocaliza, graba audio y vídeo para que en el caso de necesitarlo, puedas aportarlo como prueba en un juicio. Descubre todas sus ventajas en: preventivaguardian.com



JOSÉ CARLOS LEÓN

Profesor de 'marketing' y publicidad, director creativo y empresario

ANITA CUFARI

Es profesor de *marketing* y publicidad, director creativo y empresario. Autor de varios libros. El último que ha lanzado es *El Buen Capitalista*. En redes se lo conoce como *@comicpublicidad*.

¿Cómo nace la idea de su libro 'El Buen Capitalista'? ¿Qué aprendió al escribirlo?

El libro recoge más de seis horas de clase del master de posgrado en el que participo como profesor, donde explico desde una perspectiva de *marketing* cómo ha cambiado la sociedad, las motivaciones de consumo y, sobre todo, las propuestas de valor de la nueva economía. Me di cuenta de que, más allá del *marketing* con propósito o la RSC, se estaba produciendo ese cambio radical y silencioso para la mayoría, en el que muchas empresas estaban acompañando, cuando no incentivando, un mundo más sostenible. Aprendí que la economía de mercado puede ser un arma de desarrollo y cambio masivo, en el que los consumidores somos la parte principal del sistema capitalista. Más que nunca, la capacidad de elección en nuestras compras nos empodera. Y que la palabra "capitalista" es un tabú.

Su libro no se centra en economía o política, habla del mundo actual



PEPA MÁLAGA

“La palabra ‘capitalista’ sigue siendo un tabú”

“La capacidad de elegir nuestras compras nos empodera”

que las empresas no parecen comprender, ¿por qué les cuesta tanto?

No habla de política partidista o de una ideología concreta, porque en el 99 por ciento de los países capitalistas, gobierne quien gobierne, no lo pone en cuestión. Sí que habla de cómo los gobiernos tienen la responsabilidad de corregir las desigualdades, favorecer el mercado justo y redistribuir la riqueza que crean las empresas. Éstas, por su parte, tienen que entender que no pueden esperar a que un gobierno les obligue a hacer algo, especialmente cuando el mercado es global y cada país tiene sus regulaciones.

Plantea que hay “empresas que creen en las personas y personas que creen en las empresas -y en su poder para transformarlas-”, ¿quiénes se están quedando atrás?

“La RSC está ya superada en la mente del consumidor, que la ve como una campaña de marketing”

Aquellas que siguen creyendo en la Doctrina Friedman, que asigna como única responsabilidad social de las empresas la de obtener beneficios -cuantos más mejor-, para sus accionistas. Hoy, esa visión ha quedado superada y se suceden día a día las voces en contra.

Si “el mercado ya no es lo que era”, ¿en qué se ha convertido?

El mercado ya no es un Mr. Monopoly o Tío Gilito acumulando monedas. Hoy cualquiera puede crear una empresa capitalista en el garaje de su casa con un ordenador. Hoy el capitalismo, aunque a muchos les retumbe en los oídos, es más democrático que nunca.

Un directivo que lea su libro, ¿qué debería plantearse de su empresa?

Lo primero es si él le compraría algo a su empresa sabiendo exactamente cómo hace lo que hace. Después, la pregunta sería cómo puede hacerlo mejor aún, para ser valioso para los demás.

¿Comprar es una cuestión ideológica? ¿Hacemos política con nuestra tarjeta de crédito?

Absolutamente. Aunque, al igual que en las elecciones, hay quien no lee los programas y no sabe lo que apoya realmente. Los veganos y animalistas lo tienen muy claro; el resto debería empezar a comprar sabiendo qué está ayudando a mantener, o no, en políticas de empleo, medioambientales, culturales, etc.

Una marca de vehículos afirmaba que “conduce como piensas”

¿Creamos empresas -y trabajamos en ellas- como pensamos o estamos en modo “crucero” tratando de seguir las tendencias?

Esa marca se dio cuenta de lo que estaba pasando y lo trasladó a su publicidad, porque ya lo había hecho a su producto. Nos dijo: si quieres cambiar el mundo, empieza por cambiar a un coche no contaminante. Otras empresas se apuntan al carro pensando que solo es una moda. Ya se darán cuenta de que no lo es cuando el consumidor se lo haga saber.

Dentro del sector seguros -y finanzas-, ¿cuáles cree que son las empresas que están siendo mejores capitalistas?

Yo puedo hablar de una muy concreta para la que tengo el gusto de trabajar, que es Reale Seguros. Su ejemplo me inspira y me demuestra que se puede. Desde sus programas de voluntariado corporativo y las acciones de



PEPA MÁLAGA

“La búsqueda del dinero fácil o ‘pelotazo’ lleva a atajos poco éticos”

“La responsabilidad debe mostrarse en todo el proceso”

“Hoy, el capitalismo es más democrático que nunca”

RSC hasta las políticas laborales que les ha llevado a conseguir las máximas certificaciones en conciliación, igualdad y diversidad, *Best Place to Work*, etc. Otra que tiene una filosofía y experiencia muy interesantes es DKV.

¿Qué mensaje nos debería quedar después de leer su libro?

Me gustaría que fuera positivo e inspirador, sin caer en la autocomplacencia. Que la economía de mercado es una herramienta de desarrollo y depende de cómo se utilice. Y que el poder final lo tenemos los consumidores.

¿Hace falta mucho más que algunas acciones de RSC para estar en línea con lo que piensan los consumidores?

Sí, mucho más. La RSC está ya superada en la mente del consumidor, que lo ve como una campaña de *marketing* y casi genera más desconfianza. La responsabilidad debe mostrarse en todo el proceso: el producto, la venta, la postventa, la publicidad, etc. Pero es una manera perfecta de empezar.

¿De qué pie cojean las empresas españolas?

Probablemente en dos conceptos muy nuestros: la búsqueda del dinero fácil o “pelotazo”, que lleva a decisiones y atajos poco éticos muchas veces; y la obsesión por el presentismo, que es reflejo de una visión inmovilista, poco innovadora y donde la confianza no existe.

¿Hay algún sector que lo esté haciendo mejor que otros?

La moda y la distribución están dando pasos de gigante, después de ser probablemente los más cuestionados. Será difícil borrar sus estigmas, pero evolucionan a marcas responsables y sostenibles. Teniendo en cuenta el peso que tienen en la economía y el consumo, se va a notar mucho.

¿En qué proyectos está trabajando? ¿En cuál le gustaría trabajar?

Todos están relacionados con esta visión del *marketing*. Desde ofrecer talleres y formación sobre cambio e innovación social aplicada a la empresa, hasta un proyecto editorial propio dentro de los ODS con pequeñas ONG que gestionan escuelas infantiles en países post conflicto, que me hace mucha ilusión, para 2020. En cuanto al trabajo de agencia, estoy volcado en el Tercer Sector y en que mis clientes comerciales apliquen estas ideas. Quiero crear un producto de marca propia que resuelva problemas reales de la gente. Sería una empresa social desde el principio. Estoy tanteando prototipos, pero aceptaría propuestas de otros inquietos.

TODO LO QUE NECESITA SU COCHE PARA SOBREVIVIR AL INVIERNO

El invierno nos afecta a todos, también a nuestros vehículos, repasamos con Antonio Fajardo todo lo que necesita saber para que su coche pase el invierno sin daños ni percances en la carretera

ANTONIO FAJARDO

Legamos de nuevo a esa época del año en la que los días se vuelven cada vez más fríos. Por suerte, a finales de diciembre será el solsticio de invierno, y poco a poco gozaremos de más luz solar. Pero esa bajada de temperaturas no solo la notaremos en el cuerpo, sino que nuestros coches también lo sufrirán en *sus carnes*. Y no hay nada más desagradable en una mañana fría y oscura que, al querer arrancar el coche, no lo haga. O tener un percance por el camino por inclemencias del tiempo o por una rotura mecánica. Así pues, vamos a revisar qué debemos tener en cuenta para que nuestro vehículo esté en condiciones de afrontar el invierno con garantías.

Lo primero de todo es revisar el nivel de anticongelante. El anticongelante, como su nombre indica, evita que el agua que se usa para refrigerar el motor se congele a temperaturas cercanas a cero o bajo cero, lo que puede romper manguitos, la bomba que mueve el refrigerante, etc. El motivo es que el hielo tiene un volumen mayor que el agua -el agua se expande al congelarse-, algo que seguro muchos han visto pasar en tuberías en viviendas alejadas de la

ciudad. El anticongelante se debería cambiar cada tres años o cada 50.000 kilómetros para evitar problemas.

Otro de los puntos importantes a revisar son los neumáticos. Un neumático está pensado para ofrecer su mayor agarre en un rango de temperaturas determinado. Si tiene una temperatura inferior a la óptima no funcionará al cien por cien, al igual que si la temperatura está por encima. Los neumáticos de verano tienen temperaturas de trabajo mayores que los de invierno, por eso unos funcionan mejor que otros -entre otros factores- según el tiempo y el uso que se haga de ellos.

Esa temperatura de trabajo se alcanza gracias a esa flexión del neumático, que calienta la goma. También esa flexión del neumático es la que hace que se evacúe agua por los canales de las cubiertas, ya que al comprimirse en la zona de contacto con el asfalto empuja el agua hacia fuera. En el caso de los neumáticos de invierno, ofrecen mayor agarre a temperaturas menores de 7 grados centígrados. Por debajo de esa temperatura, un neumático de verano será demasiado duro y no podrá calentarse, ofreciendo muy poco agarre.

Además, si vamos a circular por la nieve, unos neumáticos de invierno ofrecen mucho mejor agarre -y no son necesarias cadenas-, aunque siempre podemos optar por adquirir neumáticos específicos para nieve, pero a pocas personas les compensará adquirirlos.

Las cadenas, imprescindibles en invierno

Si no vamos a comprar neumáticos de invierno, entonces debemos llevar unas cadenas en el maletero, y aprender



cómo ponerlas. Nada mejor que bajarse al coche un día y practicar un poco. No os gustará descubrir cómo se ponen en medio de una autopista nevada, sin estar preparados, sin guantes, etc. Por ello, además de las cadenas deberíamos llevar unos buenos guantes de invierno, junto a una rasqueta de poliestireno -no rayan los cristales- para quitar el hielo de los cristales antes de salir de viaje. Si no queremos rascar por las mañanas, siempre podemos comprar un protector para el parabrisas, aunque esta opción puede no ser interesante para muchos, ya que estas cosas tienden a desaparecer.

Dentro de este kit para el invierno deberíamos incluir al menos pinzas de arranque -aunque deberían estar siempre en el maletero-, y si algunos quieren hacer un mayor desembolso, un kit de arranque. Estos kits de arranque son como las baterías portátiles de los móviles. Los hay de 20.000 mAh o más. Lo bueno de estos kits es que, además de poder arrancar el coche por nuestros propios medios, suelen tener puertos USB, con lo que podemos cargar el teléfono, y además luces LED, por lo que podemos ver en la noche y avisar a otros vehículos.

Mantas térmicas y botiquín

Otro de los imprescindibles en el coche, y más en invierno, son las mantas térmicas de aluminio por lo compactas que son. Nos pueden servir tanto para protegernos en mayor o menor medida del frío, como para ayudar en caso de accidente, ayudando al cuerpo a mantener su temperatura. Junto a esto no debería faltar un botiquín de primeros auxilios. Una de las posibles razones es que, al movernos por una zona de hielo nos podemos resbalar y caer, o si vamos conduciendo, que el coche choque con más facilidad que en otras épocas del año, por lo que se vuelve más indispensable durante estas navidades.

Una vez que llegamos a nuestro coche por la mañana, lo primero que deberíamos hacer es encender el motor y dejarlo calentar al ralentí durante un minuto. En ese tiempo podemos rascar el cristal si hace falta, o guardar nuestro protector, así como revisar cualquier cosa que pudiera ser necesaria. Dejar que caliente el motor hará que sufra menos la mecánica en los minutos iniciales de conducción. Con el frío todo se contrae -menos el agua, que se expande si se congela-, por lo que hay mayor fricción y desgaste, lo que hará que tengamos que pasar por el taller antes.

Conducir en nieve o hielo

En caso de tener que circular por hielo o nieve debemos usar marchas largas



El uso de cadenas puede ser imprescindible para conducir en carreteras con nieve o hielo. ISTOCK

Viajar en invierno exige tener el coche preparado para las inclemencias del tiempo

y ser lo más suaves posible con el volante y los pedales. Además, últimamente multitud de coches ofrecen distintos modos de conducción, siendo alguno de ellos especializado en condiciones de lluvia, hielo o nieve. Estos modos de conducción harán el coche más suave al conducirlo y cambiarán la forma en la que el control de tracción, el ABS y el control de estabilidad funcionan, ajustando su reacción de una manera más adecuada a lo diferente de la conducción bajo estas circunstancias.

Lo mejor durante el invierno es planificar nuestros viajes y estar preparados. Miren siempre la previsión meteorológica, y no hagan viajes largos sin tener el móvil cargado, algunos víveres y nuestras recomendaciones de objetos indispensables. Además, nunca está de más tener accesible la información de contacto de nuestro seguro y/o servicio de atención en carretera. Nos ayudará a resolver problemas de manera más rápida si llegamos a necesitarlo.

BACTERIAS RESISTENTES: UN PROBLEMA DE SALUD

Las bacterias multirresistentes se han convertido en un problema de salud global. Solo en España fallecen cada año cerca de 4.000 personas por su causa. El uso indiscriminado de antibióticos es su principal origen

ANA M. SERRANO

No es asunto baladí: la resistencia a los antibióticos es cada vez más frecuente en todos los países del mundo. Esto sucede porque, con el paso del tiempo, las bacterias se fortalecen y desarrollan mecanismos que comparten con el resto de colegas infecciosos, creando gérmenes multirresistentes a los medicamentos. Como consecuencia, los médicos encuentran cada vez más dificultades a la hora de combatir infecciones mediante los antibióticos disponibles en el mercado.

Aunque investigadores y científicos tratan de crear nuevos antibióticos capaces de erradicar las bacterias más potentes, juegan con el

tiempo en contra. “La resistencia a antibióticos es uno de los problemas de salud pública más acuciantes de nuestro tiempo. Si no lo abordamos, podemos llegar a un momento en que incluso las más simples operaciones médicas no serán posibles, y los trasplantes de órganos, la quimioterapia del cáncer o de cuidados intensivos menos aún”, afirma Vitenis Andriukaitis, comisario europeo de Salud y Seguridad Alimentaria.

La capacidad de aprendizaje de las bacterias no es la única causa del incremento de su resistencia. Las prácticas inadecuadas de control de infecciones, las prácticas de prescripción deficientes, los antibióticos de mala calidad, la falta de supervisión y de herramientas de diagnóstico adecuadas y la educación insuficiente que proporcionan los médicos a los pacientes, también son factores determinantes.



La buena noticia es que es posible tomar medidas para prevenir o limitar la incidencia de la resistencia a los antibióticos. De hecho, las autoridades sanitarias llevan tiempo elaborando planes y estrategias para afrontar el problema.

En España donde se producen cerca de 4.000 muertes al año a causa de bacterias multirresistentes-, el Plan Nacional de Resistencias de Antibióticos trata de mejorar los programas de prevención de infecciones. Una de las medidas más importantes consiste en adecuar el uso de los antibióticos exclusivamente a las infecciones bacterianas, porque a pesar de lo que creen muchas personas, estos medicamentos son ineficaces contra los virus, los resfriados y las gripes.

Por ello, es muy importante evitar la automedicación: la decisión sobre la necesidad de antibióticos debe recaer únicamente en el médico;

respetar las dosis y la duración del tratamiento; no guardar las dosis sobrantes

“para otra ocasión”. En cuanto a la prevención de infecciones, la Organización Mundial de la Salud (OMS) recomienda lavarse las manos con frecuencia, practicar una buena higiene de los alimentos, evitar el contacto directo con personas enfermas y cumplir puntualmente con el calendario de vacunas.

La OMS y la Iniciativa Medicamentos para las Enfermedades Desatendidas crean la Alianza mundial de investigación y desarrollo de antibióticos. En 2017, Alemania, Luxemburgo, los Países Bajos, el Reino Unido,

Sudáfrica, Suiza y el Wellcome Trust se comprometieron a destinar más de 56 millones de euros a este objetivo.

SEGUROS DE D&O

AUMENTA EL RIESGO PARA LOS DIRECTIVOS

Los siniestros relacionados con el cambio climático y la sostenibilidad y movimientos sociales como el '#MeToo' son los principales riesgos emergentes para el seguro de D&O en los próximos años, de acuerdo con un informe de Allianz

REDACCIÓN

El abanico de riesgos a los que se enfrentan los ejecutivos o administradores y directivos se ha ampliado notablemente en los últimos años. Con la gestión corporativa bajo los focos como nunca hasta ahora, un informe de Allianz Global Corporate & Specialty (AGCS) señala las cinco grandes tendencias de riesgo para la alta dirección en 2020. Este informe, *Perspectivas de seguro de responsabilidad de administradores y directivos 2020*, examina también algunos de los factores que se encuentran tras los recientes cambios registrados en el mercado de seguro de D&O tras un periodo continuo de fuerte siniestralidad.

“AGCS sigue observando un crecimiento de las demandas contra administradores y directivos por malas noticias no necesariamente relacionadas con los resultados económicos”, afirma Shanil Williams, responsable global de Líneas Financieras en AGCS. “Los escenarios contemplados incluyen problemas con productos, catástrofes provocadas por la acción humana, desastres medioambientales, corrupción y ciberataques”.

Este tipo de situaciones dan lugar a



ISTOCK

reclamaciones por valores o derivados presentadas por accionistas tras la caída de la acción o la investigación abierta por el supervisor como consecuencia de estas ‘malas noticias’. En EEUU, de los cien mayores acuerdos extrajudiciales por fraude de valores, el 59 por ciento tenía su causa en este tipo de eventos.

También se han disparado las demandas asociadas al movimiento #metoo, en las que se alega que los directivos han permitido el desarrollo y la pervivencia de una cultura tóxica en las empresas. Otro tipo de eventos prevalentes son los incidentes cibernéticos.

AGCS ha observado este último año un alto

número de demandas colectivas, así como investigaciones y multas de reguladores, como las derivadas del Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) y, para 2020, prevé una aceleración.

La falta de transparencia acerca de los riesgos del cambio climático dará lugar en el futuro a un creciente número de demandas. Hasta la fecha, ya se han presentado demandas asociadas al cambio climático en, al menos, 28 países de todo el mundo; el 75 por ciento de ellas en EEUU. Las empresas tendrán que considerar su impacto a la hora de plantearse la estrategia, la gobernanza, la gestión de riesgos y la información financiera.

RSC

GENERALI CELEBRA LA DIVERSIDAD

Generali ha celebrado el Día Internacional de las Personas con Discapacidad, una fecha que tiene como objetivo promover los derechos y el bienestar de las personas con discapacidad en todos los ámbitos de la sociedad y que sirve a su vez para concienciar sobre su situación en todos los aspectos de la vida política, social, económica y cultural.

Jesús Vidal, ganador en 2019 del Goya a Mejor Actor Revelación por su papel en la película *Campeones*, ha visitado las instalaciones de la compañía en Madrid para ofrecer una charla a los empleados de la aseguradora en la que ha mostrado la importancia de la inclusión social y los retos a los que ha tenido que hacer frente.

Capacidades diferentes

En este discurso motivacional, en el que el actor ha hecho un repaso de su carrera profesional y en el que no han faltado todo tipo de anécdotas y curiosidades personales, Jesús Vidal ha afirmado que “no debemos hablar de personas discapacitadas, sino de personas diferentes”. Y ha añadido que “la inclusión es una herramienta para mejorar personal y profesionalmente”, explica la compañía en un comunicado.

MUTUA INCREMENTA SU AHORRO ENERGÉTICO GRACIAS A SU 'PROGRAMA AZUL'

Ha sido reconocida a nivel mundial por su excelencia en la gestión de la energía en todos sus edificios

ELECONOMISTA



Edificio sede de Mutua Madrileña.
JAVIER VALEIRO

El compromiso de Mutua Madrileña con el medioambiente se plasmó hace una década en su *Programa Azul*, un plan integral de mejora continua que ha llevado a la aseguradora a ser reconocida mundialmente por su gestión energética, de la que se benefician, no solo los propios empleados de los edificios propiedad de Mutua, sino también los inquilinos de sus edificios arrendados.

La gestión de la energía es solo una de las cuatro patas del *Programa Azul* que también aborda la mejora continua en el consumo de los recursos, la gestión de los residuos y la movilidad sostenible.

La eficiencia en la gestión energética de Mutua la ha convertido en la primera y única aseguradora de todo el mundo galardonada con el Premio a la Excelencia y Gestión de la Energía -*Award of Excellence in Energy Management*-, otorgado en junio de 2017 por CEM (Clean Energy Ministerial), foro global que promueve la implantación de políticas energéticas limpias, formado por representantes de la Unión Europea y de los gobiernos de 24 países independientes de todos los continentes. Se trata del galardón más importante y prestigioso que existe a nivel mundial relacionado con la gestión energética.

Entre otros aspectos, el Premio CEM distingue el sistema de gestión energética de Mutua por la protección y el cuidado del medioambiente que promueve, gracias a las menores emisiones de CO2 y el ahorro energético que permite conseguir.

Hitos

Entre los principales hitos en gestión energética se encuentra la consecución en 2014 del certificado ISO 50001 para 13 edificios de la aseguradora, entre los que se incluyen su propia sede (Paseo de la Castellana, 33 y calle Fortuny, 18), pero también importantes edificios destinados al alquiler, como Torre de Cristal; Paseo de la Castellana, 110; Alfredo Mahou; calle Goya, 4; Paseo de la Castellana, 36-38 o Avda. Europa, 22 (Alcobendas). El sistema acredita que Mutua cuenta con uno de los sistemas de gestión energética de edificios más eficientes de España.

Desde que la compañía implantó el sistema de gestión de la energía ISO 50001, en 2014, ha ahorrado más de 16 GW de electricidad y más de 16 GW de gas natural en edificios de uso propio y edificios arrendados a terceros. Un ahorro de electricidad que equivale al consumo de casi 4.600 viviendas españolas en un año. El sistema de eficiencia energética de Mutua ha permitido a la aseguradora continuar progresando en los indicadores de

huella medioambiental: la aseguradora ha reducido su huella por consumo de energía más de 13.500 toneladas de CO2 en total.

Desde que Mutua implantó el sistema de gestión de la energía ISO 50001 en 2014 ha conseguido un ahorro acumulado de 1,13 millones de euros en edificios de uso propio y 2,9 millones de euros en edificios arrendados a terceros.

Además, Mutua cuenta con unos objetivos de eficiencia energética a largo plazo, asociados a las estrategias de energía del gobierno español, que se están rebasando también con creces. Cuando puso en marcha su sistema de gestión de la energía, Mutua asumió los mismos objetivos de ahorro energético que había planteado al Estado español en el plan de acción nacional de eficiencia energética en España para 2020, que planteaba el objetivo de reducción de energía del 9,7 por ciento. Al término de 2018, Mutua había alcanzado una reducción de consumos cercana al 22 por ciento, superando de forma notable el objetivo marcado.

En cuanto a otros recursos se refiere, en Mutua también se aboga por realizar un consumo responsable y cada vez más reducido. En el caso del consumo de agua, en la sede de Mutua se ha conseguido ahorrar un 40 por ciento del agua consumida, mientras que el ahorro en edificios comerciales alcanza los 33.000 metros cúbicos.

La concienciación sobre el uso responsable de recursos abarca también el papel, consumo que se ha reducido un 25 por ciento en 2018 respecto a 2017 gracias fundamentalmente a la digitalización de procesos y control sobre sistemas de impresión.

Lo más destacable del sistema es que la consecución de ahorros se logra siguiendo criterios puramente de eficiencia, lo que implica que no tiene en cuenta aspectos como la climatología o el nivel de ocupación de los edificios. Otro dato significativo de la política de gestión de recursos de Mutua es que el cien por cien de la energía que compra Mutua a comercializadoras es renovable.

Una política de Residuo Cero

Tóner, papel, tubos fluorescentes, envases, pilas, etc., los residuos que se generan en una oficina se cuentan por kilos diarios y su correcta gestión es decisiva en el impacto medioambiental que generan las empresas.

El objetivo *residuo cero* es el último compromiso adquirido por las grandes organizaciones. Algunas, como Mutua Madrileña, que fue pionera en implantar un sistema de gestión integral de residuos tanto en sus edificios



Desde 2014, Mutua ahorra electricidad equivalente al consumo de 4.600 viviendas

propios como en los arrendados a otras empresas, llevan haciéndolo y perfeccionándolo desde hace más de una década.

Desde hace 11 años, el sistema de gestión de Mutua es diferencial al de otros propietarios de inmuebles de oficinas al garantizar la gestión y trazabilidad de la totalidad de los residuos generados, tanto los peligrosos como los que no lo son.

El objetivo *residuo cero*, que se aplica a los restos generados, se fundamenta en cuatro procesos: segregación en origen con contenedores diferenciados; reciclaje del cien por cien de residuos no peligrosos generados -fracciones de envases, papel y vidrio-; biometanización y compostaje de los residuos orgánicos generados que permiten obtener energía eléctrica y abono orgánico respectivamente.

JUBILACIÓN ACTIVA, ¿CUÁLES SON SUS VENTAJAS?

Son muchos los expertos que abogan por extender la edad legal de jubilación para adecuarla a la esperanza de vida actual. Otra opción es mantenerse activo después de la jubilación, algo que beneficia tanto al trabajador como al sistema público de pensiones

V.M.Z.

Si no hay una reforma que lo remedie, a partir de 2027 los españoles nos jubilaremos con 67 años. Será en ese momento cuando podremos acceder a una pensión pública de jubilación, siempre que cumplamos los requisitos establecidos legalmente, como los años mínimos de cotización y otros parámetros.

En los últimos años, son muchas las voces que abogan por alargar la vida laboral más allá de los 67 años, siempre y cuando la salud y la actividad del trabajador lo permitan. Una carrera laboral más larga implica un mayor tiempo de cotización y ajustar más el cobro de la pensión a la carrera laboral, además de que se adecua el ciclo vital a la esperanza de vida actual, que ya supera los 83 años.

En una encuesta realizada por el Instituto Santalucía sobre jubilación y hábitos de ahorro de los españoles, además, el 54 por ciento de los ciudadanos españoles estaría dispuesto a seguir en activo y trabajando hasta



que la salud se lo permita.

Otra opción que recomiendan los expertos para ayudar a acabar con el déficit de financiación del sistema público de pensiones es la jubilación activa, una fórmula que permite al trabajador jubilarse y seguir trabajando de forma activa y mantener sus cotizaciones a la seguridad social.

Compatibilizar pensión y trabajo

El Instituto Santalucía explica que la jubilación activa permite cobrar parte de la pensión pública y prolongar la vida laboral -en un trabajo por cuenta propia o ajena- el tiempo que el trabajador desee. Para acceder a esta modalidad, el trabajador debe cumplir dos requisitos.

El primero de ellos es haber cumplido la edad de jubilación en vigor. Como hemos señalado antes, esta será de 27 años en 2027. Hasta esa fecha debemos fijarnos en lo establecido en el régimen transitorio que se estableció en la reforma de 2013. Ese régimen partió de los 65 años y retrasa el horizonte de la jubilación un mes cada año desde 2013 a 2018, y dos meses por año de 2018 a 2027.

El segundo requisito para acceder a la jubilación activa es haber cotizado los años suficientes para optar al cien por cien de la pensión. En 2018 eran 35,5 años los necesarios. Esta cifra se ampliará de forma progresiva hasta los 37 años en 2027.

La jubilación activa implica, además, cobrar el 50 por ciento de la pensión pública de jubilación que le corresponde hasta que decida cesar completamente su actividad laboral. Una vez retirado completamente, se cobrará la pensión íntegra que le corresponde. Además, mientras compagina su actividad con la pensión, el trabajador que elija la jubilación activa pagará un 8 por ciento como cotización de solidaridad, que no es computable para las prestaciones, advierte el Instituto Santalucía.

¿Cómo se solicita?

Si está a punto de cumplir la edad legal de jubilación pero desea seguir trabajando un tiempo, solicitar la jubilación activa es un proceso sencillo. Hay que cumplimentar el impreso de solicitud que proporciona

la Seguridad Social y aportar los datos personales, fiscales y de cotización. El Instituto Santalucía explica que “el impreso que entreguemos debe ser el modelo de conformidad de la empresa para la solicitud de pensión de jubilación activa”.

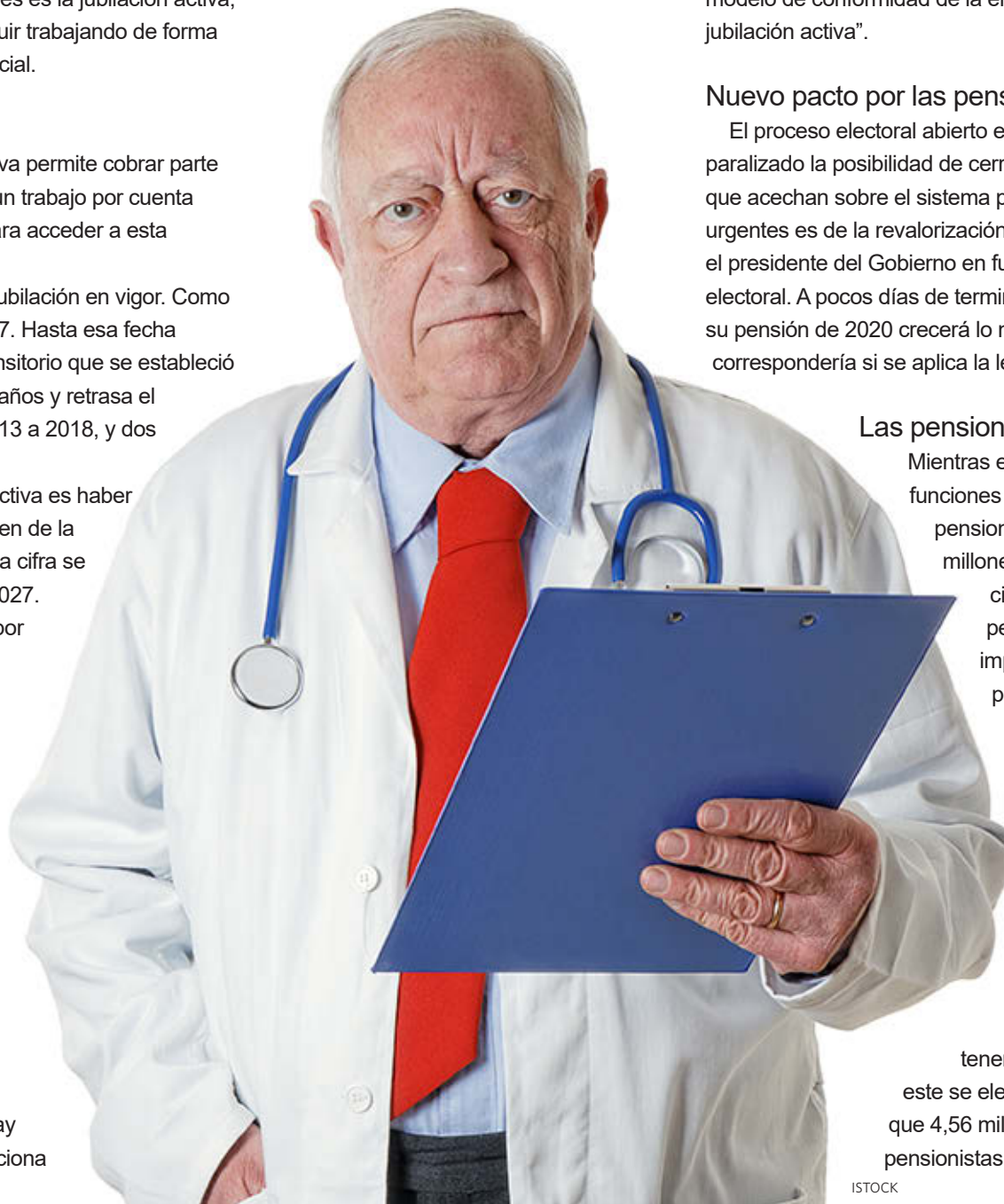
Nuevo pacto por las pensiones

El proceso electoral abierto en 2019 -que aún no ha concluido- ha paralizado la posibilidad de cerrar un consenso amplio sobre los problemas que acechan sobre el sistema público de pensiones. Uno de los más urgentes es de la revalorización de las pensiones con el IPC, prometido por el presidente del Gobierno en funciones, Pedro Sánchez, en la campaña electoral. A pocos días de terminar el año, los pensionistas aún no saben si su pensión de 2020 crecerá lo marcado por el IPC o el 0,25 por ciento que correspondería si se aplica la ley en vigor.

Las pensiones en cifras

Mientras el Ministerio de Trabajo decide si estando en funciones es posible aplicar el IPC, el gasto total de pensiones en noviembre de 2019 fue de 9.735,5 millones de euros, un 4,83 por ciento más que al cierre del mismo mes de un año antes. Las pensiones de jubilación se llevan el mayor importe, con 6.943,97 millones de euros, las pensiones de viudedad cuestan 1.689,89 millones; la partida para incapacidad permanente es de 939,12 millones de euros, orfandad asciende a 137,63 millones y las de favor familiar ocupan el último puesto con 24,9 millones de euros.

El pasado mes de noviembre se registraron 9,78 millones de pensiones, un 1,13 por ciento comparado con el mismo mes de 2017, de acuerdo con los datos recopilados por epData. Además, si tenemos en cuenta el número de pensionistas, este se eleva a los 8,87 millones de pensionistas, de los que 4,56 millones son hombres y 4,31 millones de pensionistas son mujeres.



CLAVES PARA EDUCAR A LOS NIÑOS EN EL AHORRO

El consumismo exacerbado es un peligro ante el que debemos alertar, con graves consecuencias tanto para nuestro entorno como para nuestra sociedad. Por eso, educar a nuestros menores en el valor del ahorro resulta una práctica fundamental

DIEGO FERNÁNDEZ TORREALBA

Estamos metidos de lleno, lo queramos o no, en una espiral consumista que no para de crecer. Del Black Friday pasamos a la Navidad, los Reyes, San Valentín, el Día del Padre, la Madre y el de los *Ratones Coloraos*. El calendario cada vez cuenta con más citas que nos invitan a comprar y comprar, una realidad que debería alertarnos y cuando menos hacernos bajar el pistón. Porque el ahorro y el consumo moderado son dos importantes valores que no está de más reivindicar en estos tiempos; existe mucho más en la vida, y mucho más importante, que lo material.

En ese objetivo de ahorro y de, cuando menos, moderación del consumismo es esencial no sólo lo que nosotros hagamos, sino lo que inculquemos a nuestros menores, que serán los consumidores del futuro. La experta en educación financiera Elisabeth Ruiz-Dotras propone varios consejos de cara a la educación de los niños en este sentido.

Aunque suene algo anticuado, enseñarles a ahorrar con una hucha es una práctica muy efectiva para que valoren el dinero, viéndolo con sus propios ojos y acostumbrándose a desarrollar hábitos de ahorro. Una manera muy sencilla y útil de que empiecen a tomar consciencia de la economía.

En ese sentido resulta otra práctica positiva la de recompensar su esfuerzo con pequeñas cantidades y no entregarles dinero porque sí a la mínima de cambio. De esa manera, cuando sean adultos valorarán mejor que hay que trabajar para ganarse la vida.

Ya de más mayores, alrededor de la adolescencia, tal vez no sería una mala idea abrirles una cuenta de ahorro, para trasladar el aprendizaje de la hucha a una categoría superior. El objetivo es el mismo: valorar la correlación entre esfuerzo y dinero y saber gestionar su patrimonio.

Por supuesto, hay muchos hábitos que resulta pertinente inculcar. Por ejemplo, el de la paciencia, recalcando que generalmente es mejor esperar para incrementar los ingresos que gastar automáticamente todo cuanto nos llegue.

También es positivo reforzar el valor del ahorro, alejándoles de consumir por consumir consiguiendo que centren sus esfuerzos -y su dinero- en lo que realmente quieren; o fomentar su creatividad haciendo que le den a la cabeza para encontrar formas de aumentar sus ingresos que les motiven y resulten entretenidas.

Otra noción fundamental que nuestros menores deben interiorizar es el peligro que conlleva una mala gestión del dinero, que puede derivar en graves problemas al no disponer de liquidez para las cosas que se necesitan por haberse derrochado en las innecesarias.

En ese sentido ayuda seguir manejando dinero en efectivo, pues gracias a él tanto los adultos como los menores toman mucha más consciencia de cuánto están ganando y se suelen administrar mejor y con más cabeza. Por último, hacer partícipes a los niños de los hábitos de ahorro, tanto en la casa como en la escuela, resulta otra dinámica acertada.



SEGUROS DE VIDA RIESGO

AXA PROPONE DISFRUTAR DE LA VIDA Y 'RESERVAR MESA'

'Asegúrate de disfrutar la vida' es la nueva campaña de seguros de vida riesgo de AXA que destaca los servicios de prevención que ofrecen las pólizas de la compañía

REDACCIÓN

Una cita en el calendario dentro de 30 años parece lejana, pero es la nueva propuesta de AXA. Selecciona un día de 2049, busca un grupo de amigos o familiares, cierra una cita para comer o cenar y #reservatumesa. Bajo esta idea, la aseguradora ha lanzado una nueva campaña de publicidad con el objetivo de hacer que la gente se "asegure de disfrutar la vida" haciendo hincapié en los servicios de prevención y acompañamiento saludable que ofrecen los seguros de vida riesgo de la compañía. "Es importante para AXA acompañar a los clientes; ayudarles en la prevención y en la protección, y el seguro de vida riesgo también está para mejorar su vida.", indica Nuria Fernández Paris, directora de Particulares de AXA. "Vivir, más, mejor y disfrutando, ese es el objetivo del seguro de vida riesgo de AXA", añade.

El seguro de vida riesgo de AXA permite a los clientes disfrutar de servicios como el rincón saludable con chat médicos ilimitados, video-consultas médicas o la realización de revisiones anuales ginecológicas, de próstata, vista, oídos, y otros servicios.



EE

Además, las pólizas de vida riesgo de AXA contemplan la posibilidad, según contratación, de pagos de hasta 180.000 euros ante enfermedades como los infartos de miocardio, accidentes cerebrovasculares, insuficiencia renal, trasplante de un órgano vital, parálisis, Alzheimer, Parkinson o cáncer.

La campaña ha sido realizada por Salvador Calvo, director de películas como *Los últimos de Filipinas* y tendrá soportes digitales en diferentes formatos.

ACUERDO DE DISTRIBUCIÓN

MAPFRE VENDE SALUD EN EL CORTE INGLÉS

Este ramo se une a los seguros de hogar y autos que El Corte Inglés Seguros ya incluía en su portfolio

REDACCIÓN

Mapfre se alía con El Corte Inglés Seguros para comercializar sus seguros de salud a través de la correduría del grupo de distribución. De esta manera, este ramo se une a los seguros de hogar y autos de Mapfre que El Corte Inglés Seguros ya incluía en su portfolio, explica la compañía en un comunicado.

A partir de ahora, los clientes de El Corte Inglés podrán contratar en sus oficinas de seguros los productos de la gama de salud individual Supra, Plus y Premier, así como el seguro Hogar XXI y el de autos Mapfre en sus distintas modalidades.

Consultas con especialistas

Entre los múltiples beneficios de los seguros de salud de Mapfre, destaca la posibilidad de acudir a consultas de especialistas o realizar cualquier prueba médica en los más de 14 centros médicos propios y 270 centros médicos con los que la aseguradora colabora. Además, a través de la app Mapfre Salud el cliente tiene acceso a vídeo



D. G. MATA

consultas y chats médicos, entre otras funcionalidades y ventajas.

Este acuerdo afianza la relación entre ambas entidades, que colaboran desde hace casi 20 años. "La relación con El Corte Inglés siempre ha sido magnífica, y nos ha ofrecido unos resultados excelentes. Por todo ello valoramos muy positivamente ampliar el ámbito de dicha relación", señala Javier Enériz, director de Desarrollo de Negocio y Acuerdos de Distribución de Mapfre España.

Por su parte, El Corte Inglés Seguros destaca que con esta alianza se enriquece su amplio surtido de productos de salud.

CÓMO MONTAR UNA 'STARTUP' DE ÉXITO

En los últimos años miles de españoles se han animado a arrancar startups, empresas de reciente creación que tratan de aprovechar sus oportunidades para hacerse un hueco en el complejo y cambiante mercado

DIEGO FERNÁNDEZ TORREALBA

Tratando de buscar una enseñanza de las situaciones complicadas, si algo positivo tuvo la crisis que sufrimos en España recientemente fue el impulso emprendedor, el de mucha gente que tras haberse quedado sin empleo o haber visto cómo sus condiciones empeoraban ha optado por iniciar un negocio propio, salir de la zona de confort, innovar, crear, luchar por dedicarse a lo que les motivaba. Ese impulso, unido a una situación social y profesional que posibilita oportunidades de negocio en nuevas ramas a causa de la explosión tecnológica, ha derivado en la creación de numerosas startups, empresas de reciente fundación que tratan de hacerse un hueco en el mercado minimizando sus puntos débiles y explotando sus virtudes.

Ahora bien, ¿cuáles es la mejor manera de arrancar una startup con más opciones de éxito? Les ofrecemos algunos consejos que pueden serles de utilidad en caso de que estén dando sus primeros pasos como emprendedores o tengan pensado lanzarse a la piscina:

-Encuentre la manera de diferenciarse: la originalidad es un valor añadido, pues ayuda a ofrecer algo diferente, encontrando un hueco vacante en el mercado. Busque aportar algo distinto, no se conforme con ser uno más y simplemente acceder a una parte del pastel, pues habrá que repartirlo entre muchos y los mayores trozos siempre serán para las empresas ya consolidadas.

-Busque que su producto o servicio resulte de utilidad: un



ISTOCK

negocio no sólo debe ser original, sino resultar de utilidad para los clientes. Defina en qué modo puede su startup aportar algo positivo a quienes destina su trabajo.

-Use el poder de la comunicación. Sea claro, conciso, directo y natural en sus comunicaciones cara a cara, telefónicas o vía redes sociales. Llegará más fácilmente a sus interlocutores y éstos tendrán claro a qué se dedica y qué mensaje quiere destinarles. Ser agradable en el trato es un valor añadido profesionalmente.

-Realice un arduo trabajo de documentación, centrándose en tres áreas. Conocerse tanto a sí mismo como a la competencia y al cliente potencial al que va a dirigirse (teniendo bien claro su perfil) allanará el terreno y aclarará su objetivo y los métodos para lograrlo. Es muy positivo realizar

un análisis DAFO -un estudio de sus debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades-

-Utilice a su servicio las redes sociales y las nuevas tecnologías. Un negocio nuevo no puede dissociarse de la realidad actual, en la que la tecnología resulta clave.

-Analice claramente los recursos que precisará, materiales y humanos, para poner en marcha su startup, y el presupuesto que deberá destinar a ello. Realice una previsión económica, siendo capaz de asumir las -prácticamente inevitables- pérdidas que sufrirá en sus inicios.

-Sea flexible. Establezca un plan inicial y un plan de trabajo, pero sea capaz de reaccionar rápido y adaptarse a cada nueva situación que surja. Un emprendedor rígido no tiene visos de prosperar, y menos en la vorágine actual.

Si quieres
conocer la
cara de tu
compañía
de seguros
!VISÍTANOS!

expertos en
Comunicación Audiovisual
para el sector asegurador

91 402 15 86
www.segurostves





EE

BERTA MÉNDEZ ALBIOL

Jugadora de fútbol profesional

V.M.Z.

Apasionada del fútbol desde pequeña, entró en su primer equipo a los seis años: el benjamín de la Escuela de Fútbol Madrid Oeste en Boadilla del Monte. Ser la única chica del equipo no la amedrentó, fue capitana. Años después llegó la oportunidad de jugar en el Atlético de Madrid Femenino. Al entrar en un vestuario solo femenino se sintió más arropada, “ya no me sentía tan bicho raro”. Era 2011, en la categoría Alevín A. Ese mismo año fue convocada con la selección madrileña sub 12 para participar en el Campeonato de España. En el Atlético de Madrid se forjó como persona y como futbolista, “no me cansaré de agradecerles todo lo que me enseñaron, tanto compañeras como entrenadores y trabajadores”. Berta participó en torneos internacionales, ganó ligas y copas de Madrid, llegaron las convocatorias para jugar con el primer equipo... “Cumplí muchos de mis sueños”. La 2018/2019 fue la última en el segundo equipo del Atleti. Ahora, Berta Méndez juega en el primer equipo del UD Tacuense, que compite en la liga Reto Iberdrola (1ªB), que corresponde a la segunda división masculina. Esta es la historia de una profesional del fútbol femenino.

¿Es más difícil para una mujer avanzar en su carrera deportiva?

Una mujer tiene que trabajar lo mismo que un hombre si se quiere dedicar al

**“Desde que empecé a jugar,
siempre tuve muy claro que quería dedicarme al fútbol”**

fútbol. Tiene que dedicar el mismo tiempo a los entrenamientos, tiene que tener una dieta estricta, un entrenamiento físico fuera de los entrenamientos con el equipo, las mismas horas de sueño, sacrificar horas de estar con la familia o amigos... Tiene que ser una profesional igual que cualquier hombre. El único inconveniente es que, aparte de todo esto, tiene que compaginar fútbol con estudios o trabajo, ya que por desgracia una mujer no se puede dedicar solo al fútbol por mucho que sea igual o más profesional que un hombre. Por eso para una mujer es más complicado avanzar en su carrera deportiva, porque aparte de estar al cien por cien centrada en el fútbol tiene que estarlo también en los estudios o sus otros trabajos. Hoy en día, gracias al trabajo de muchas personas comprometidas con el fútbol femenino, muchas chicas ya tienen un contrato profesional y se pueden dedicar a ello y dar su máximo rendimiento.

¿Cree que el 'boom' que está viviendo el fútbol femenino es una moda o ha llegado para quedarse?

Creo que para nada es una moda. Muchas personas llevan años luchando por visibilizar este deporte, pero por desgracia, hoy en día todavía no se ha conseguido por completo, por eso seguimos trabajando para que siga creciendo y haya más igualdad. Obviamente, una mujer no puede ganar lo mismo que ganan los jugadores profesionales porque no genera tanto dinero, pero sí debería tener unas condiciones dignas como cualquier contrato de trabajo profesional.

¿Qué ha sido lo más difícil?

Al final, lo más difícil de esto es toda esa gente que te vas cruzando y no entienden que te pueda gustar el fútbol y te quieras dedicar a ello por el simple hecho de ser mujer. Pasas por insultos y palabras despectivas que al ser pequeña no llegas a entender bien. Estar en el campo y escuchar comentarios machistas desde la grada, de los equipos rivales o de tus propios entrenadores te hace pensar que este deporte no es para ti. Aprendes a relativizar y a prestar atención solo a comentarios que puedan sumar. Al final estás haciendo lo que te gusta y no tienes que pararte a pensar en lo que otros digan o piensen. Por eso animo a todas las chicas a las que les guste el fútbol a que nunca se den por vencidas y que no se dejen llevar por las opiniones de los demás.

¿Y lo más satisfactorio?



JAVI AGACHE

“A la Federación le pediría que pusiera en marcha el convenio”

“En el caso de no llegar a un acuerdo, esta huelga debería continuar”

“Mi próximo objetivo es poder competir en la Liga Iberdrola, la 1ª división”

Desde que empecé a jugar siempre tuve muy claro que quería dedicarme al fútbol. Siempre pasas por rachas malas que te hacen pensar en dejar de intentarlo, pero “el que algo quiere algo le cuesta” como dirían mis padres. Este año por fin he conseguido uno de mis objetivos, que era poder vivir del fútbol y competir de manera profesional. Estoy viviendo de lo que me gusta aquí en Tenerife con un grupo de personas increíbles. El Tacuense es como una gran familia y estoy muy a gusto en este club. Esto no quita que deje de trabajar, ya que mi próximo objetivo es poder competir alguna temporada en la Liga Iberdrola (1ª división femenina).

¿Qué le pediría a la Federación Española de Fútbol?

Le pediría que pusiera en marcha el convenio colectivo para que así se profesionalice algo más el fútbol femenino. Lo que se busca con este convenio son unas condiciones mínimas que tiene cualquier trabajador: contrato, salario mínimo, maternidad... También pediría que apostara más por nosotras con una mayor inversión. Cuando ellos se vuelquen al cien por cien con este deporte habrá más medios de comunicación que querrán apostar por él: televisiones, marcas, periódicos, empresas...

¿Cree que serán necesarias más acciones como la huelga convocada en noviembre para avanzar hacia la igualdad?

Ojalá no haga falta, pero en el caso de no llegar a un acuerdo esta huelga debería de continuar teniendo el apoyo de más clubes y más personas.

¿Qué le pide al 2020 relacionado con el fútbol femenino?

En cuanto al equipo, espero que nos lleguen los resultados positivos. No se ve reflejado en la tabla de clasificación todo el trabajazo que estamos haciendo tanto las jugadoras como el cuerpo técnico y los sacrificios que está haciendo el club para que estemos compitiendo a un alto nivel. Y si vamos un poco más allá, espero que llegue ya el ansiado convenio colectivo. Ahora más que nunca todos los amantes y defensores del fútbol femenino tenemos que estar juntos. Probablemente, mucha gente no esté de acuerdo con que una chica salga al campo a darle patadas a un balón, pero no pueden negar lo evidente. Cada vez, el fútbol femenino español está tomando más importancia, y los clubes como el Atlético de Madrid o el Barcelona se están igualando a las grandes referencias europeas. Incluso la selección española este verano en el Mundial de Francia fue capaz de plantarle cara a muchas de las selecciones más fuertes del mundo como la de Alemania o EEUU.

NAVIDADES TECNOLÓGICAS: IDEAS DIGITALES PARA ACERTAR CON LOS REGALOS

Desde hace unos años, los 'gadgets' electrónicos se han convertido en una opción e ofrecemos una selección de las últimas tendencias 'techis'

ANA M. SERRANO

El patinete eléctrico gana adeptos en las grandes ciudades. EE



En el hemisferio norte, diciembre es sinónimo de frío. También de fiestas, celebraciones, calles mojadas y deslumbrantes y, no lo vamos a negar, consumismo a manos llenas. Nos guste o no la Navidad, todos acabamos por sucumbir a su magia o a su revuelo o a su estrés. O todo ello en masa. Los regalos forman parte de la parafernalia consumista navideña. Los artilugios tecnológicos suelen colmar casi todas las expectativas a la hora de regalar y "ser regalado". No sólo por la variedad en modelos y precios, sino porque siempre sacamos provecho de ellos.

Eso sí, hay que hacer caso a los expertos: no comprar marcas de calidad dudosa o dispositivos supuestamente inteligentes cuya única virtud es

Patinetes eléctricos, libros electrónicos o asistentes de voz serán los regalos estrella en Navidad

agregar conexiones artificiales que únicamente sirven para aumentar el precio. Sentadas ambas condiciones, el panorama *tech* se presenta jugoso.

Si comenzamos por los objetos más exitosos, nos damos de bruces con Echo: el asistente de voz más vendido en el último año. Amazon es el culpable del éxito de este altavoz inteligente que se puso en marcha a finales del pasado año con Alexa a la cabeza. Ella escucha, reproduce música, narra noticias, responde preguntas, controla el resto de dispositivos de hogar y lo hace en español. El modelo Dot (3ª generación) es el más popular y económico. Tiene cientos de *skills* que le ayudan a aprender nuevas funciones y tareas constantemente, como hacer la compra. El Echo Show 5, además,

dispone de pantalla de 5,5 pulgadas, mientras que el enchufe integrado permite tener a Alexa en diferentes habitaciones de la casa a la vez.

Patinetes eléctricos para urbanitas empedernidos

El patinete eléctrico es lo último en movilidad ecológica, perfecto para desplazarse en la ciudad sin preocupaciones ni atascos. Casi todas las marcas se han subido a este artilugio con ruedas, pero Xiaomi ha creado el patinete ideal, con autonomía de 30 kilómetros y una velocidad de hasta 25 km/hora. Como es plegable resulta fácil de guardar y aparcar incluso en la oficina. En cuanto a seguridad, dispone de un freno de disco ventilado de 120 mm en la parte trasera y un sistema de frenado antibloqueo regenerativo E-ABS en la parte delantera para un frenado eficaz.

Pulseras inteligentes para deportistas infatigables. Aparte de las ultraconocidas, la marca Willful colma las expectativas de los más exigentes a un precio imbatible y un contraste de pantalla excelente: controla la actividad de 14 modalidades deportivas distintas, desde el running hasta yoga, e incorpora funciones como podómetro, monitorización del sueño o disparo automático de la cámara del móvil. Su correa ajustable se adapta a cualquier muñeca. Honor Band 5 es una buena alternativa en cuanto a prestaciones y precio; destaca por la pantalla a color, la autonomía y las mediciones de frecuencia cardiaca.

Para adictos a la escritura o trabajadores a tiempo completo

Suele ocurrir: tras varias horas frente a la pantalla y la mano permanentemente sobre el ratón, el antebrazo se resiente. Lo llaman síndrome del tenista y ahora también "enfermedad del ratón". La culpa es de la postura extraña que adoptamos a la hora de manejarlo. La firma Deofde ha creado un ratón ergonómico e inalámbrico 2.4G, resolución 800/1200/1600 DPI y modo de reposo. Está diseñado para adaptarse a la postura normal de la mano. La muñeca permanece de lado de manera natural, sin torsiones impropias. El dispositivo dispone de tecnología de transmisión inalámbrica.

El monitor Samsung Space 4K de 31,2 pulgadas es la mejor opción para aprovechar la superficie de trabajo: "sobre una mesa de 120 x 50 cm (47,2 x 19,7 pulgadas), ofrece hasta un 40 por ciento más de espacio utilizable en comparación con un monitor convencional de tamaño equivalente", explican desde la firma. Esto se debe al sistema de soporte que permite su fijación en el canto de la mesa y oculta perfectamente los cables en una guía para evitar



Auriculares inalámbrico Jabra Elite 65t. EE



Los asistentes personales y de voz son un éxito seguro. EE



Xiaomi también se apunta a la movilidad sostenible. EE

enredos y mantener el espacio de trabajo limpio y en orden. El ajuste de altura Zero-Level facilita la regulación de la pantalla en altura hasta alcanzar el nivel de visualización óptima.

Con las mismas funciones que los Apple AirPods, pero con otra estética. Así son los auriculares Jabra Elite 65t: libertad sin cables, espléndido rendimiento y recarga de hasta 15 horas de duración. La tecnología de cuatro micrófonos permite la reducción de ruido del viento en las llamadas, mientras que los altavoces de 6 mm bloquean (o no) el sonido ambiente con solo tocar un botón. Se conectan al instante con Alexa, Siri y Google Assistant.

Libros electrónicos para adictos a la lectura

Aunque no han conseguido desbancar al papel (y es bastante probable que no lo logren), los lectores empedernidos reconocen la utilidad de no ir cargando con libros pesados en el metro o el autobús, en los aviones o durante los viajes de trabajo u ocio. Los lectores de libros electrónicos tienen un nicho de mercado muy bien definido. Eso al margen de su evolución. En efecto, desde los primeros Kindle con pantallas monocromas, estos dispositivos han cambiado muchísimo. En la actualidad, el modelo más popular es el Paperwhite cuya pantalla de alta resolución de 6 pulgadas y tinta electrónica proporciona una sensación de lectura casi igual a leer en papel. Su diseño fino y ligero, elegante y moderno permite leer con comodidad, sin reflejos y gran nitidez.

Pero esto no es todo, los expertos en tecnología anuncian la llegada de lectores electrónicos en color a finales de 2020. Por ahora sólo se habla de ciertos prototipos desarrollados por Wacom y E Ink gracias a la tecnología CFA (Color Filter Array).

Tener un cargador extra a mano siempre viene bien. El Anker PowerPort PD2 es un excelente cargador universal y multipuerto. Detecta automáticamente el dispositivo y ajusta la potencia para una carga más eficiente. Es compatible con cualquier modelo actual.



El Echo dot de Amazon, con Alexa, es uno de los regalos estrella de esta Navidad. EE



EFE

EL SEGURO SE VUELCA CONTRA EL CAMBIO CLIMÁTICO

Las compañías aseguradoras participan en la Cumbre del Clima COP 25 con diferentes acciones. La sostenibilidad ya forma parte de la estrategia del sector asegurador

REDACCIÓN

El seguro se tinte de verde durante la celebración de la Cumbre del Clima de las Naciones Unidas COP 25 en Madrid. La sostenibilidad ya forma parte de la estrategia de las principales compañías del sector, ya sea a través de una mejorada gestión de los recursos que utilizan o de una tendencia al alza de las inversiones socialmente responsables, en las que el papel del seguro como inversor institucional tendrá mucho que decir. Mapfre, Mutua Madrileña, Allianz y CESCE son algunas de las entidades que han participado estos días en paneles y debates de la COP 25 con el objetivo de mostrar la apuesta del sector asegurador por una movilidad

más sostenible y respetuosa con el medio ambiente, la capacidad de las compañías de apostar por las inversiones sostenibles y su esfuerzo por disminuir su huella de carbono.

“Lograr un modelo de movilidad sostenible, segura y responsable y que sea respetuoso con las ciudades y las personas exige un cambio de mentalidad. No tenemos excusa, porque existen oportunidades y acciones al alcance de nuestras manos. Sabemos qué hay que hacer, pero no lo hacemos”, señaló el director de Prevención y Seguridad Vial de Fundación Mapfre, Jesús Monclús.

Esta es una de las conclusiones del coloquio La seguridad vial para un mundo sostenible, impulsado por Mapfre en el

marco de COP 25, en el que se ha explicado por qué el cambio climático está obligando a cambiar la forma en la que nos desplazamos, la manera en la que conducimos e incluso cómo condiciona a los ciudadanos a la hora de comprar un vehículo. En ese coloquio se ha dado a conocer el compromiso de Mapfre para reducir las emisiones de CO2 y la huella de carbono, así como del desafío que afrontan las grandes ciudades para reducir la polución y apostar por una movilidad inclusiva y más humana.

Por su parte, Mutua Madrileña ha participado en el foro Smart Cities, movilidad sostenible y cambio climático, en el que se constató que el paso del parque móvil actual -antiguo y tradicional- al coche del futuro —eléctrico, conectado y autónomo- es uno de los aspectos que requerirán de esta colaboración público-privada, según apuntó Enrique Gavilanes, director de Estrategia y Desarrollo Corporativo de Mutua Madrileña, durante su participación en el foro: “El cambio en la movilidad es prometedor, pero tenemos la impresión de que va a ir lento. En España la venta de coches eléctricos supone el 1,5 por ciento, mientras que en Portugal ya es el 4 por ciento. Los coches más vendidos en España siguen siendo más baratos que el coche eléctrico más económico. Sin el apoyo de la Administración Pública el parque seguirá siendo antiguo”.

En el caso de Allianz, dos de sus ejecutivos han intervenido en sendos paneles relativos al rol de las empresas en el compromiso para frenar el cambio climático. Günther Thallinger, miembro del Comité de Dirección global de Allianz, CIO (Chief Investment Officer) y responsable de ESG, intervino el 9 de diciembre en el panel El papel de las finanzas públicas para la acción climática en el contexto de un nuevo objetivo de financiación climática, en el que habló sobre el papel clave de las finanzas públicas a la hora de apoyar los objetivos climáticos en los países en desarrollo, incluso a través de políticas fiscales, económicas y financieras para reducir las emisiones y priorizar el crecimiento bajo en carbono. Por su parte, Thomas Liesch, Climate Integration lead en Allianz, formó parte del foro ‘Alinear los flujos financieros con el objetivo climático 1.5.

AHORRO

CASER REINVENTA LAS HUCHAS CON 'CLING CLING'

Los usuarios de Caser Cling Cling obtienen un 1% de cada compra y un porcentaje de las domiciliaciones de luz y gas, que se acumulan en un 'unit linked'

REDACCIÓN

Caser Seguros ha lanzado una hucha digital que permite ahorrar automáticamente y acumular dinero con cada compra. Esta fórmula se materializa en una tarjeta que forma parte del producto de ahorro, y que emite Wizink con Mastercard. Sus titulares ahorrarán un 1 por ciento

cada vez que realicen una compra. Además, podrán incrementar sus ahorros redondeando las compras con la opción que escojan en su hucha digital. Adicionalmente, se consigue un tanto por ciento de los recibos domiciliados de compañías "amigas" y el usuario obtendrá otras bonificaciones en compras que realice también en compañías con las que Caser tenga acuerdos. Todo el ahorro puede seguirse a través de la aplicación. Entre las más de 150 compañías están Endesa, Galp o Decathlon, explica la compañía.

Caser Cling Cling está dirigido a personas de entre 30 y 50 años que quieran ahorrar sin cambiar sus hábitos actuales, sin darse



EE

cuenta y sin importar si ahora son ahorradores o no. Uno de sus objetivos es desarrollar el cuarto pilar —el del ahorro por consumo— como complemento a los tres primeros: seguridad social, previsión empresarial y previsión individual. El nuevo servicio de la aseguradora prevé una serie de retos para que los usuarios se animen a ahorrar más: por ejemplo, devolverá dinero al participar en acciones solidarias específicas, como carreras o reciclajes. Todo lo recaudado en la hucha digital se acumula en un seguro de vida ahorro, que facilita al titular obtener liquidez y seleccionar horizontes temporales de ahorro más cercanos.



EE

OPERACIONES CORPORATIVAS

SWISS RE SE DESHACE DE REASSURE

El grupo reasegurador suizo ha llegado a un acuerdo para vender su filial británica por 3.900 millones

REDACCIÓN

Swiss Re ha anunciado recientemente un acuerdo para vender su filial británica ReAssure Group a Phoenix Group Holdings. Como parte del acuerdo, que valora a ReAssure en 3.861 millones de euros, Swiss Re recibirá un pago en efectivo de 1.425 millones de euros y el resto en acciones, según explica el grupo reasegurador suizo en un comunicado. Las acciones en Phoenix representan una participación del 13 al 17 por ciento y tendrá derecho a un asiento en su Junta Directiva. El accionista minoritario de ReAssure, MS&AD

Insurance Group Holdings, recibirá acciones en Phoenix que representan una participación del 11 al 15 por ciento. El número respectivo de acciones que Swiss Re y MS&AD reciban dependerá del precio de las acciones de Phoenix al cierre de la venta, mientras que la participación total de ambas compañías se fija en aproximadamente el 28 por ciento.

Christian Mumenthaler, CEO del grupo Swiss Re, afirma que: "Creemos que esta transacción maximiza el valor a largo plazo para los accionistas de Swiss Re. El objetivo de Swiss Re ha sido desconsolidar ReAssure, y nos complace haber encontrado un fuerte comprador para el negocio. La razón estratégica para la combinación de las empresas es convincente, y esperamos trabajar juntos con Phoenix y compartir los beneficios financieros de la combinación".

La venta reforzará la posición de Phoenix como el mayor consolidador de vida y pensiones de Europa con activos por valor de 390.917 millones de euros y más de 14,1 millones de pólizas, explica la compañía.



Cesce invierte 25 millones de euros en bonos verdes

El presidente ejecutivo de CESCE, Fernando Salazar, ha hecho pública la cartera social y verde de la aseguradora y ha desglosado la estrategia sostenible de la empresa en 2019-2020. CESCE tiene invertidos cerca de 24,6 millones de euros en bonos verdes de compañías públicas y privadas, como ADIF, Banco Santander y Telefónica.



Santalucía ficha a Dominique Uzel para liderar el negocio

Dominique Uzel se ha incorporado a Santalucía como director general de negocio y miembro del Comité Ejecutivo. Será el responsable de garantizar la continuidad del proyecto de transformación iniciado por el grupo asegurador en la estructura de distribución, y seguir trabajando en pro del crecimiento rentable, explica la compañía.



El Grupo Pelayo gana un 53% más en el tercer trimestre

Pelayo Seguros ha cerrado el tercer trimestre del año con un beneficio neto de 3,1 millones de euros, un 53 por ciento más que un año antes, a pesar de la caída del 3,6 por ciento de la facturación de seguros de autos. La facturación total de Pelayo se situó en 263,6 millones, con un ligero descenso de un 2,9 por ciento respecto a 2018. gida.



Los empleados de corredurías ponen nota a las aseguradoras

Un total de 1.090 empleados de 108 corredurías asociadas a Adecose, la asociación española de corredurías de seguros, han colaborado en la cumplimentación de las encuestas para la elaboración del Barómetro Adecose, cuyos resultados se presentarán el próximo 11 de febrero en Madrid.



Rastreator cumple diez años y apuesta por el asesoramiento

El comparador de seguros Rastreator cumple su primera década en el mercado español con más de 11 millones de usuarios únicos y 17 millones de comparaciones de precios completadas. En los próximos meses la firma reforzará el uso del big data y apuesta por el asesoramiento personalizado en productos y servicios complejos como las hipotecas.



Mapfre lanza un nuevo 'unit linked' ligado al EuroStoxx

Mapfre refuerza la oferta en seguros de vida-ahorro con el lanzamiento de *Valor Activo II*, un nuevo unit linked a prima única con una duración de dos años y dos meses, ligado a la evolución del índice Eurostoxx Select Dividend 30. Este producto cuenta con la posibilidad de vencimiento anticipado algo más de un año desde su contratación.

SÍ, PERO NO. Y TODO LO CONTRARIO

Haz lo que digo, no lo que quiero decir. El cortocircuito mental de la teoría del Doble Vínculo, el dilema que nos provocan los mensajes contradictorios

ANITA CUFARI

Sed espontáneos y creativos! que estamos en una sesión de *brainstorming!*— Escuché alguna vez en una empresa. Por supuesto, el silencio se adueñó de la sala. Fue uno de esos instantes perpetuos en que la cara de desconcierto de todos los presentes era un poema. ¿Qué había pasado?

Que la creatividad no se enciende cuando uno quiere. No tenemos un interruptor que podamos activar al instante. Es una actitud de apertura mental que está favorecida o limitada por el entorno. Pero eso lo hablaremos en profundidad otro día. Hoy, nos centramos en otra de las razones para quedarse perplejo ante los comentarios u órdenes ambiguas, algo que en psicología se conoce como la teoría del Doble Vínculo.

¿De qué se trata? Del dilema que nos provocan los mensajes contradictorios. Y “sed espontáneos” lo es. Acatar un mandato no es un hecho natural, pero si somos espontáneos, no cumplimos la orden. Vaya, vaya, ¿qué hacer? Nos quedamos perplejos y mudos. Y es lo que sucedió en esa sesión y en tantas otras situaciones de la vida.

El Doble Vínculo se trata de esas paradojas que nos colocan en una posición enfrentada y que el antropólogo Gregory Bateson estudió en 1956, en Palo Alto, California.

Se da en el momento en que lo dicho y lo expresado no se corresponde o no significa lo mismo. Por ejemplo, cuando nos

dicen que nos quieren, pero físicamente se muestran fríos, distantes y hasta sentimos que nos rechazan. El mensaje que escuchamos no es el que expresa el cuerpo.

Todos, alguna vez, hemos actuado así, pero cuando esta situación se vuelve la norma, comienzan los problemas. Uno deja de confiar en su propia palabra, porque todo lo que diga o haga estará mal: “Sé más independiente” pero “Hazme caso en lo que te digo”. ¿Eh? ¿Por dónde empiezo?

La consecuencia directa es desconfiar de su propia capacidad de observación innata. Somos humanos, evolucionamos y hemos sobrevivido gracias a ella, ¿ahora ya no sirve? Ahí hay cortocircuito mental. No es de extrañar, por tanto, que, en los casos extremos, esto puede derivar en esquizofrenia.

Llevado a la vida cotidiana “Tú mismo, ya verás” o el “Haz lo que te parezca” nos deja en una situación paradójica. Ya sabemos que, si hacemos lo que queremos, nos metemos en un problema con ese individuo, si no, con nosotros mismos.

Las adulaciones en público de las personas que luego hablan mal de nosotros a nuestra espalda, también lo son. Los que dicen sí, cuando quieren decir no, asimismo causan estas paradojas. ¿Reconoce algún caso?



LAS 12 PRUEBAS DE PORTUGALETE

Viajar a la villa portugaluja es un imprescindible si se quiere redescubrir el carácter emprendedor y aventurero del Gran Bilbao. Mar y buena gastronomía se dan la mano y descansan en el renovado Puente Colgante Boutique Hotel, un establecimiento con solera que alojó al rey Alfonso XIII a comienzos del siglo XX

VIRGINIA M. ZAMARREÑO

El viaje comienza, como las buenas aventuras, en el aeropuerto. La manera más rápida y cómoda de llegar a Bilbao es volando, pero debe tener en cuenta que aterrizar en el aeropuerto de Loiu -a 12 kilómetros de Bilbao- puede ser algo 'movido', especialmente si hay temporal o azota el viento con fuerza.

Pero la primera recompensa del viaje es llegar a una renovada terminal diseñada por el arquitecto Santiago Calatrava. Desde allí el trayecto a Portugalete es rápido y cómodo en carretera.

Portugalete acoge al viajero con los brazos abiertos, con la actitud abierta de un pueblo que siempre ha mirado al mar y que se ha desarrollado por y para la ría. La villa está

situada en la margen izquierda de la ría que forma la desembocadura del río Nervión en el mar Cantábrico y es uno de los principales municipios que conforman el Gran Bilbao.

En pleno corazón de la villa está el puente colgante de Portugalete, el primer puente transbordador del mundo, inaugurado en 1893, obra del arquitecto Alberto de Palacio y declarado Patrimonio de la Humanidad por la Unesco. El puente une Portugalete con la localidad de Guecho y es una parada imprescindible para el viajero que visita la localidad.

Muy cerca del puente se encuentra el Puente Colgante Boutique Hotel, un establecimiento emblemático de la villa portugaluja con más de cien años de historia. El hotel está

construido en una casa de indiano construida por Manuel Calvo a finales del siglo XIX, un emigrante portugalujo que hizo fortuna en las plantaciones de azúcar de Cuba y regresó a su villa natal, para construir su morada.

La renovación del hotel, realizada durante 2019, recupera la historia de su fundador rindiendo homenaje a su pasado, con decoración colonial y acogedora y respetando su fachada original. El objetivo del hotel, que a principios del siglo XX acogió a huéspedes ilustres, como el rey Alfonso XIII, es llegar a un público selecto, internacional, receptivo a un tipo de hotelería personalizada con propuestas experienciales y gastronómicas a la carta.



El puente Vizcaya es Patrimonio de la Humanidad.

Deliciosa oferta gastronómica

Y es que visitar Bilbao y sus alrededores es sinónimo de buena gastronomía. La oferta es muy generosa, dentro y fuera del hotel. Es imprescindible disfrutar del tradicional 'pintxo-pote' y recorrer los establecimientos portugalujos disfrutando de los exquisitos pinchos elaborados con los productos de la tierra: pescados del cantábrico como la anchoa o el boquerón, el bacalao o el marisco, así como de las Gildas, el pincho vasco por antonomasia, "verde, salada y picante", nombrada así en 1946 en honor a 'Gilda'. La película protagonizada por Rita Hayworth. Todo pincho debe regarse con una buena cerveza o un buen vino. Si disfruta del blanco, pida txacolí, el vino típico de la tierra.

Si supera la prueba del aperitivo, adéntrese en la gastronomía local. En el mismo hotel puede disfrutar de la renovada carta de su cafetería, El Paladar de la Habana, que combina deliciosas raciones creativas y un menú que incorpora ciertos toques cubanos.

Otra opción es visitar Casa Polvorilla. Fundada en 1924 y situada en la Calle Santa María, es uno de los iconos de la hostelería de Portugalete y es reconocida por una oferta gastronómica basada en la calidad del género. Casa Polvorilla está gestionada por el Puente Colgante Boutique Hotel, que lo alquila para grupos a partir de diez personas, para que puedan disponer del local como si fuera un txoko privado o un club inglés.

Industria y trabajo en equipo

La relación que Vizcaya ha tenido siempre con Inglaterra se plasma, además, en su pasado y presente industrial. La ría de Bilbao acogió la llegada de la industria metalúrgica con la instalación de los altos hornos. Aunque tras la reconversión industrial la mayoría de la actividad industrial se retiró de la margen izquierda del Nervión, en Portugalete aún queda una fábrica de Arcelor-Mittal y una tradición marcada a fuego en la memoria de los portugalujos, en su historia y en su manera de mirar al mundo. Parte de esa historia está recogida en Rialia, el Museo de la Industria, que recoge en su interior grandes obras



El Puente Colgante Boutique Hotel cuenta con 74 renovadas habitaciones. EE



pictóricas y maquetas que plasman la evolución de la fabricación del acero desde finales del siglo XIX hasta finales del siglo XX.

Si la industria metalúrgica ha forjado el carácter de los portugalujos, el remo lo ha fortalecido. Otra de las pruebas que

ofrece esta localidad vizcaína para tener una experiencia cien por cien vasca es acudir a un club de remo y conocer a fondo porqué en el País Vasco sienten pasión por las competiciones de traineras. El Club de Remo San Nicolás de Portugalete comenzó en 1892 compitiendo en la regata entre cofradías y actualmente participa en la liga ARC. En la trainera - embarcación típica de la costa cantábrica impulsada a remo y antiguamente dedicada a la pesca- es vital el trabajo en equipo, el compañerismo y el espíritu de superación, valores que se inculcan a los remeros desde muy temprana edad.

Si quiere disfrutar de la ría pero no se atreve a remar, puede optar por dar un paseo a bordo del velero de Marmitako Sailing, un nuevo concepto de ocio que acerca la mar y la gastronomía -si va al País Vasco debe estar preparado para una abundante y exquisita oferta gastronómica-. "Nuestro objetivo es acercar nuestro modo de vida a aquellos que aprecien el sabor del salitre y las velas, los platos de la exquisita cocina vasca y marinera", vibrando al ritmo de la música y del mar.

Cócteles y buena música

Puede volver al hotel a reponer fuerzas y disfrutar de un cóctel en el lounge Cromwell, que recupera el nombre de un icónico bar de la Villa donde podrá ver en acción a Emerson García, bartender del Puente Colgante Boutique Hotel y finalista del Campeonato Nacional de Coctelería Carlos I y ganador del Premio del Público por su cóctel Kombu.

Y para hacer sitio para la cena, puede visitar el casco antiguo de Portugalete, descubrir el secreto del reloj de la Basílica de Santamaría y disfrutar de las vistas de la ría desde el mirador. Muy cerca de allí encontrará la Torre de Salazar, una casa torre del siglo XIV que alberga un museo y un restaurante en el que podrá disfrutar de platos típicos de la gastronomía vasca como el balao al pil pil o a la vizcaína.

La variada oferta cultural gastronómica y turística, sumada al carácter abierto y acogedor de los jarrilleros, el otro gentilicio que reciben los portugalujos hacen que la visita al Puente Colgante Boutique Hotel sea como estar en casa.

LAS MESAS VUELVEN A CASA POR NAVIDAD

Diciembre es sinónimo de celebraciones y reuniones familiares. Agasajar a los seres queridos en las próximas fiestas exige, además de una cuidada gastronomía, vestir la mesa de la forma más adecuada. Estas son las últimas tendencias para que poner la mesa sea un éxito asegurado

ANA M. SERRANO

Buen gusto, un toque personal y unos trucos de estilo bastan para disfrutar de una mesa impecable cualquier día del año. Ya que se acercan las fiestas, nos decantamos por esos pequeños gestos de corte navideño, íntimo y acogedor. Mantelería neutra. Es el primer paso para vestir una mesa. Un mantel atemporal, en tonos neutros facilita cualquier combinación, encaja con todos los estilos y permite altas dosis de sofisticación en el resto de elementos. Permite igualmente añadir salvamanteles o mantelitos individuales que aportan texturas y profundidad. Si opta por un mantel estampado, la clave es la discreción.

Vajilla blanca, una apuesta segura

La vajilla blanca es a la mesa como el *little black dress* a la anfitriona. Dicen que es de cobardes, pero a la hora de decorar sirve tanto para ocasiones especiales como para el día a día. Además de elegante y atemporal, el blanco es perfecto para resaltar tanto la presentación del menú, como el resto de elementos decorativos.

Bajoplatos, el detalle sí que importa

Marcar la diferencia, aportar color, incrementar la sensación de calidez, delicadeza o sofisticación... El bajoplato es el rey del estilo y el hilo conductor del resto de elementos. Si nos hemos decantado por un mantel y vajilla discretos, ellos se convierten en el elemento disruptivo. O no. Los tonos dorados y plateados encajan a la perfección con el color blanco y crean una combinación que multiplica la luz. Los rojos son símbolo de



tradición y el estampado tartán sigue arrasando en las mesas *de toda la vida*.

Centros de mesa: velas, coronas y pequeños detalles para las servilletas

Un servilletero dorado o plateado distingue la mesa con ese aire de fiesta y alegría que todos deseamos. Otra bonita solución consiste en personalizar las servilletas con una cinta y el nombre de cada comensal, una ramita de acebo o un detalle navideño.

Si el número impar es casi siempre el diablo, en la mesa es el ángel de la Navidad. Esencial esta máxima para acertar con las velas. Los portavelas de cristal crean atmósferas elegantes y cálidas. Eso sí, tampoco hay que olvidar que “menos es más”, un tópico que no falla. ¿Un detalle chic?: centro con agua y velas flotantes a tono.

Protocolo: el orden también importa

Los cubiertos se colocan en orden inverso a la secuencia de uso. El tenedor a la izquierda, el cuchillo y cuchara a la derecha, los cubiertos de postre en la parte superior, sobre el plato y en horizontal. El plato para el pan, también a la izquierda.

La servilleta, a la derecha o encima del plato, ¡jamás dentro de las copas! En cuanto a estas, el orden frente al plato es el siguiente: agua, vino tinto, vino blanco y cava. Se pueden colocar en una hilera en diagonal, o haciendo una pequeña elipse. El agua, siempre en jarra. El vino, decantado, mucho mejor.