

Seguros

elEconomista

Revista mensual

14 de enero de 2016 | Nº 31

Le ofrecemos las claves para renovar el seguro de hogar en 2016 | P15

¡Atención ahorradores! Las rebajas también llegan a la fiscalidad del ahorro | P24

LOS 'SHERLOCK HOLMES' DE LA RED SE ALÍAN CON EL SEGURO

Cada vez más compañías aseguradoras incluyen entre sus coberturas servicios de protección familiar en internet | P8

10. Sacar más partido... El seguro de vida: un gran desconocido

El seguro de vida ayuda a las familias desde muchos ámbitos, no siempre conocidos

15. Contratar un seguro... Claves para renovar el seguro de Hogar

Siga estos consejos para renovar o contratar un nuevo seguro de Hogar para su vivienda

20. Con Pasión Mauro A. Fuentes, experto en comunicación

“Las redes sociales han descubierto talento que de otra manera hubiera quedado oculto”

38. Ocio Montenegro, el país que sorprende

Este mes le invitamos a viajar a uno de los países más enigmáticos y bellos de Europa

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

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

Reportaje Informática forense: los 'Sherlock Holmes' de la red

La protección del asegurado en internet es una preocupación cada vez mayor para las compañías de seguros

8



24



Ahorro y jubilación Las rebajas llegan a la fiscalidad del ahorro

¿Cómo afectará la última reforma fiscal a las herramientas de ahorro e inversión?

Entrevista Daniel Espinosa, diseñador de joyas

“Lo que alimenta mis inspiraciones son los viajes y la arquitectura”



16



28

Motor ¿Le ha tocado la lotería? Elija el mejor coche de lujo

Analizamos los mejores vehículos de gama alta para invertir o darse un capricho si ha sido afortunado esta Navidad



Pólizas que protegen también dentro de Internet

Tal y como canta la zarzuela *La Verbena de la Paloma*, 'hoy las ciencias adelantan que es una barbaridad'. Las redes sociales e internet han revolucionado nuestro día a día: desde cómo nos informamos -usted está ante una revista digital- hasta cómo nos comunicamos. Y el sector asegurador ha tenido que adaptarse a las nuevas necesidades de los asegurados. Por eso cada vez más compañías echan mano de la informática forense para ofrecer garantías y coberturas adicionales a sus asegurados, con el objetivo de aumentar el valor añadido de sus productos y servicios y ganándose la confianza de los consumidores.

En el caso de la informática forense, estos servicios de valor añadido incluyen el borrado de la huella digital –el rastro que cada uno de nosotros deja en todas y cada una de sus interacciones en internet y las redes sociales- y la ayuda en caso de sufrir algún tipo de delito cibernético, desde el fraude en transacciones comerciales, hasta la suplantación de la personalidad o el acoso en la red, entre otros.

Los delitos informáticos registraron un crecimiento de más del 71 por ciento en 2014 en España, de acuerdo con la Memoria de la Fiscalía General del Estado, y a medida que

se generaliza el uso de internet para prácticamente todo, contar con el respaldo especializado de un experto resulta siempre bienvenido. Analizamos en qué consiste la informática forense y cuáles son sus implicaciones con el seguro en el reportaje de portada.

Además, comenzamos el año con una revista llena de buenos propósitos y las claves para cumplirlos: desde llevar una vida más saludable, ponernos en forma o consejos para renovar el seguro de hogar. Dicen que el comienzo del año sirve para dejar atrás lo malo y centrarse en lo bueno. *elEconomista Seguros* mantiene la senda iniciada en 2015, contenidos amenos y de alto valor añadido que ayuden a acercar al lector el sector asegurador.

Y como de costumbre, no todo es trabajo, por eso les invitamos a viajar a Montenegro, uno de los países europeos más jóvenes y con grandes alicientes turísticos y culturales. Si prefiere quedarse en casa, tranquilamente, le invitamos a descubrir los últimos lanzamientos en altavoces de diseño y alta tecnología para escuchar su música favorita degustando una copa de Haig Club, el *whisky* que comienza 2016 dispuesto a desbancar al *gin-tonic* del trono de la coctelería internacional. ¡Buena lectura!

Cada vez más compañías de seguros incluyen coberturas y garantías de valor añadido para fidelizar a sus clientes. Uno de esos servicios es la informática forense, que ayuda a prevenir los problemas que puedan surgir en la red



EE

REINO UNIDO Y LLOYD'S, REFERENTES HISTÓRICOS

¿Cuál es el origen del sector asegurador? ¿Dónde surgió la idea de proteger la vida de las personas o sus patrimonios? A lo largo de la Historia ha habido numerosos casos de creación de sociedades para compartir las pérdidas, un sistema en el que Reino Unido es, sin duda, un referente mundial

DIEGO FERNÁNDEZ TORREALBA

Es realmente difícil condensar en unas pocas líneas la historia del seguro, pero podemos ofrecer a los lectores varias pinceladas curiosas: como el hecho de que los griegos o los aztecas ya los utilizaban de alguna manera; que Italia, durante la Alta Edad Media, tiene el honor de apadrinar tanto el primer contrato de seguro (1347, Génova) como la primera póliza (1385, Pisa). Pero ningún país ha pesado tanto como el

Reino Unido en su desarrollo y consolidación definitiva.

Corre el siglo XVIII, y un gran incendio originado en Londres, en el que se quemaron cerca de 15.000 viviendas, fue el origen de la creación no sólo del *Fire Office* u Oficina de Bomberos, sino del convencimiento popular de curarse en salud ante los imprevistos que pudieran suceder en un futuro. Así surgió el primer seguro contra incendios, desarrollado, popularizado y ampliado especialmente en el siglo XIX, el de la Revolución Industrial.

A partir de ahí esta práctica -acompañada por el gigantesco cambio que propiciaría la Revolución Industrial- se extendería al mundo entero. Las aseguradoras gozaban por lo general de una gran autonomía con respecto a los gobiernos, en la que los expertos consideran fue una de las claves de su buen funcionamiento, y pronto se desarrollarían otros seguros como el marítimo.

El famoso mercado de Lloyd's, creado precisamente en ese ámbito -al llegar a un acuerdo los propietarios de los barcos y los comerciantes para no arriesgar la pérdida de sus mercancías- tiene mucho que decir en ese *boom* del mundo asegurador. Ellos conseguirían, además de ello, atraer el capital extranjero y con el tiempo convertirse en una referencia en el mundo de los seguros a nivel no sólo británico, sino mundial. Y ello sin ser una compañía propiamente dicha, sino un mercado.

Está formado, por lo tanto, por varios negocios independientes, por lo que su funcionamiento es diferente al de las compañías aseguradoras. Es una sociedad en la que sus componentes están agrupados en sindicatos. Los corredores de seguros de Lloyd's son el nexo del negocio, al estar encargados de coordinar a los clientes, los intermediarios y a otros corredores para el éxito de la empresa. Por ello hay que dejar clara otra peculiaridad de esta sociedad: no tratan directamente con los clientes, sino a cargo de los corredores. Y ya que estamos en una sección que da lugar a las curiosidades, acabamos el artículo con una más. ¿Sabían cuál es el lema de Lloyd's? *Uberrimae fidei*, que en latín significa "de máxima buena fe".

Caser supera con holgura la reestructuración financiera

Caja de Seguros Reunidos (Caser) fue fundada en 1942 para dar respuesta a las necesidades de protección de la Asociación de Agricultores de España. Con más de 70 años de experiencia, la compañía está actualmente participada por las mutuas francesas MMA y MAAF, por la Confederación Española de Cajas de Ahorros (CECA) y Ahorro Corporación. Fuertemente vinculada a las entidades de ahorro, la reestructuración de las cajas supuso un fuerte impacto para la compañía de seguros que preside Amado Franco (a la sazón también presidente de Ibercaja) y dirige Ignacio Eyries. Sin embargo, la aseguradora ha sabido reponerse en un mercado cada vez más competitivo. Al cierre de 2014 registró un volumen de primas de 1.418,3 millones de euros, de acuerdo con los datos de Investigación Cooperativa entre Entidades Aseguradoras (Icea), lo que le supuso alcanzar una cuota de mercado del 2,56 por ciento. Caser cerró el ejercicio 2014 con un beneficio neto de 104 millones de euros y 9.333,4 millones de euros en activos bajo gestión. El margen de solvencia de la aseguradora es del 243 por ciento, más del doble exigido legalmente y cuenta con más de 2,3 millones de clientes. Estos son sus datos principales:

■ **Año de fundación:**

1942

■ **Sede social:**

Avenida de Burgos 109, Madrid

■ **Número de empleados:**



Ignacio Eyries

Director general de Caser



Más de 3.200 empleados al cierre de 2014

■ **Distribución por género:**

Datos no disponibles

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

Datos no disponibles

■ **Incorporaciones a la plantilla en 2014:**

Datos no disponibles

■ **Ramos en los que opera:**

Vida, Hogar, Auto, Empresas, Salud, accidentes, Jubilación y Previsión Social, Mascotas, Construcción, etc.

■ **Volumen de primas:**

1.418,3 millones de euros en 2014 (Datos de Icea)

■ **Cuota de mercado:**

2,56 por ciento (Datos de Icea al cierre de 2014)

■ **Número de oficinas:**

Más de 40 oficinas propias; 12.000 puntos de venta en entidades financieras; más de 2.200 mediadores

■ **Página web:**

<http://www.caser.es>

■ **Perfiles en redes sociales:**

Twitter: @caser

Facebook: <https://www.facebook.com/CaserSeguros/>

■ **Canales de venta:**

Oficinas propias, bancaseguros, corredores de seguros

■ **Contacto:**

A través de su página web; en el teléfono 902011111

■ **Presidente:**

Amado Franco

SEGURIDAD VIAL

YA ESTÁ DISPONIBLE LA CALCULADORA DEL BAREMO

El sector asegurador ha creado una herramienta online para calcular las indemnizaciones que corresponden a las víctimas de los accidentes de tráfico

REDACCIÓN

Desde el 1 de enero está en vigor el nuevo baremo de daños personales que determinará el cálculo de las indemnizaciones que corresponden a las víctimas de accidentes de tráfico. Para ayudar a todas las partes implicadas, el seguro –de la mano de Unespa, la patronal del sector asegurador, y Tirea- ha creado una herramienta web gratuita que permite calcular la indemnización que corresponde.

La calculadora fue presentada en el Ministerio de Justicia por Pilar González de Frutos, presidenta de Unespa, y el ya ministro de Justicia en funciones, Rafael Catalá.

Esta herramienta permitirá a cualquier persona conocer qué indemnización le corresponde recibir a una víctima de un accidente de tráfico en función de las lesiones o perjuicios sufridos. El programa es de acceso universal, gratuito y libre. La Ley 35/2015 de reforma del sistema para la valoración de los daños y perjuicios causados



STV

a las personas en accidentes de circulación actualiza los principios, conceptos y cuantías pagaderas a las víctimas de los siniestros de circulación. El nuevo sistema, que ha contado con un amplio respaldo y consenso de los actores ligados a la seguridad vial así como de las fuerzas políticas representadas en el Parlamento, mejora significativamente las indemnizaciones para los grandes lesionados y familiares de fallecidos. A tal efecto, establece nuevos conceptos susceptibles de ser indemnizados (gasto médico futuro, lucro cesante, etc.) y flexibiliza el funcionamiento del baremo para que se adapte mejor a la nueva realidad social y familiar española.



EE

NUEVOS PRODUCTOS

EA APUESTA POR EL HOGAR CONECTADO

Europ Assistance (EA) se alía con Wattio para lanzar WeHome, un kit de domótica para proteger la vivienda

REDACCIÓN

El hogar conectado es ya una realidad. La tecnología domótica permite a los hogares ganar en eficiencia y seguridad, dos características claves a la hora de calcular el precio de las primas de los seguros. Europ Assistance se lanza a la aventura de llevar la domótica al seguro de hogar con el lanzamiento de WeHome, una propuesta integral para el hogar conectado que une la tecnología con un servicio de asistencia con completas coberturas. Juan Carlos Guzmán, consejero director general de Europ Assistance, señaló en la

presentación de esta nueva solución que el objetivo de la compañía de asistencia es mejorar la gestión de las viviendas y prevenir que ocurran siniestros en el hogar. Según los cálculos de la compañía, la domótica podría ayudar a reducir un 20 por ciento la siniestralidad en el ramo de multirriesgos.

WeHome ofrece controlar desde un smartphone los accesos al hogar con el dispositivo *door*, que informa de la apertura y cierre de puertas y ventanas; la programación y gestión de la calefacción con el dispositivo *thermic*, consiguiendo además del ahorro, reducir la emisión de gases de efecto invernadero; y el control del consumo e iluminación del hogar a distancia con el dispositivo *pod*, un enchufe inteligente que también protege de sobrevoltajes.

Europ Assistance se lanza a la aventura de llevar la domótica a los hogares asegurados de la mano de Wattio, compañía especializada en este tipo de dispositivos, para la que es la primera vez que se alía con una compañía del sector asegurador, según señaló su CEO, Patxi Echeveste.

nuevo

seguro de auto
Pago como
conduzco

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

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

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



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

Haz con nosotros la simulación y compruébalo.

www.generalis.es

Cualquiera de las oficinas o mediadores de GENERALI



INFORMÁTICA FORENSE: LOS 'SHERLOCK HOLMES' DE LA RED

La demanda de peritos expertos en informática forense se ha multiplicado en los últimos años, al calor del avance del uso de los dispositivos móviles e internet en el día a día. Cada vez más compañías incluyen en sus coberturas servicios de protección en Internet y redes sociales

VIRGINIA M. ZAMARREÑO

Recuerdan cómo era la vida sin internet? Desde el correo electrónico a la nube, pasando por la explosión del comercio electrónico a todo tipo de interacciones humanas. La interrelación personal, las compras, la comida... hasta ligar – algo que implica necesariamente el contacto humano– pasa ahora por la red de redes, creando una sociedad más conectada y globalizada que nunca. Pero ¿también menos segura?

De acuerdo con la Memoria de la Fiscalía General del Estado, los delitos informáticos crecieron en 2014 un 71,2 por ciento respecto a un año antes. Los delincuentes informáticos aprovechan el desconocimiento de la mayoría de las personas sobre determinados aspectos técnicos –muchos usuarios no son conscientes de los riesgos a los que se exponen en la red-. De esa manera, se hacen con los datos necesarios para cometer el delito.

En total, en 2014 se denunciaron 20.534 ciberdelitos. El más frecuente es el de estafa (un 84 por ciento del total), seguido de la venta de productos o servicios fraudulentos, *phishing*, uso de tarjetas de crédito, entre otras.

Además, hay otros delitos relacionados con Internet y la informática que no se denuncian, o que es más complicado demostrar, como el acoso a través de las redes sociales o de servicios de mensajería instantánea, como WhatsApp. El primer paso, siempre, es denunciar.

Después el caso debe ponerse en manos de peritos informáticos expertos. “La demanda de los servicios de este tipo de profesionales expertos en informática forense “ha aumentado de forma exponencial en los últimos cinco años. Y lo ha hecho al mismo ritmo con el que los dispositivos electrónicos se han convertido en el medio preferido para comunicarse: correo electrónico, mensajería instantánea, redes sociales, notas de voz, grabaciones audiovisuales, blogs, etc.”, explica José Antonio Antón, director general de Forensic Squad, empresa especializada en informática forense.

Antón recuerda que “no todo se reduce a las comunicaciones. Muchos de nuestros hábitos han cambiado igualmente en dirección a los entornos digitales. Ahora leemos, compramos o incluso visitamos lugares remotos a

través del ordenador. Los coches aparcan solos y llaman a Emergencias en caso de accidente. Los centros comerciales estudian las costumbres de sus clientes, si éstos llevan consigo un teléfono móvil encendido. Sin duda se puede afirmar que estamos viviendo una gran revolución tecnológica que desembocará en una nueva sociedad, una sociedad digital”.

Y estos cambios también influyen en la justicia. “Esto obliga a que la justicia se adecúe a las nuevas circunstancias. Existen nuevas formas de delincuencia. Las evidencias ya no se limitan a documentos en papel, sino que cada vez es más frecuente que en los litigios se presenten elementos electrónicos como e-mails, conversaciones de WhatsApp o grabaciones capturadas con cámaras de seguridad o teléfonos móviles. Se trata de evidencias digitales que han de ser verificadas por un especialista para que tengan validez como prueba”.

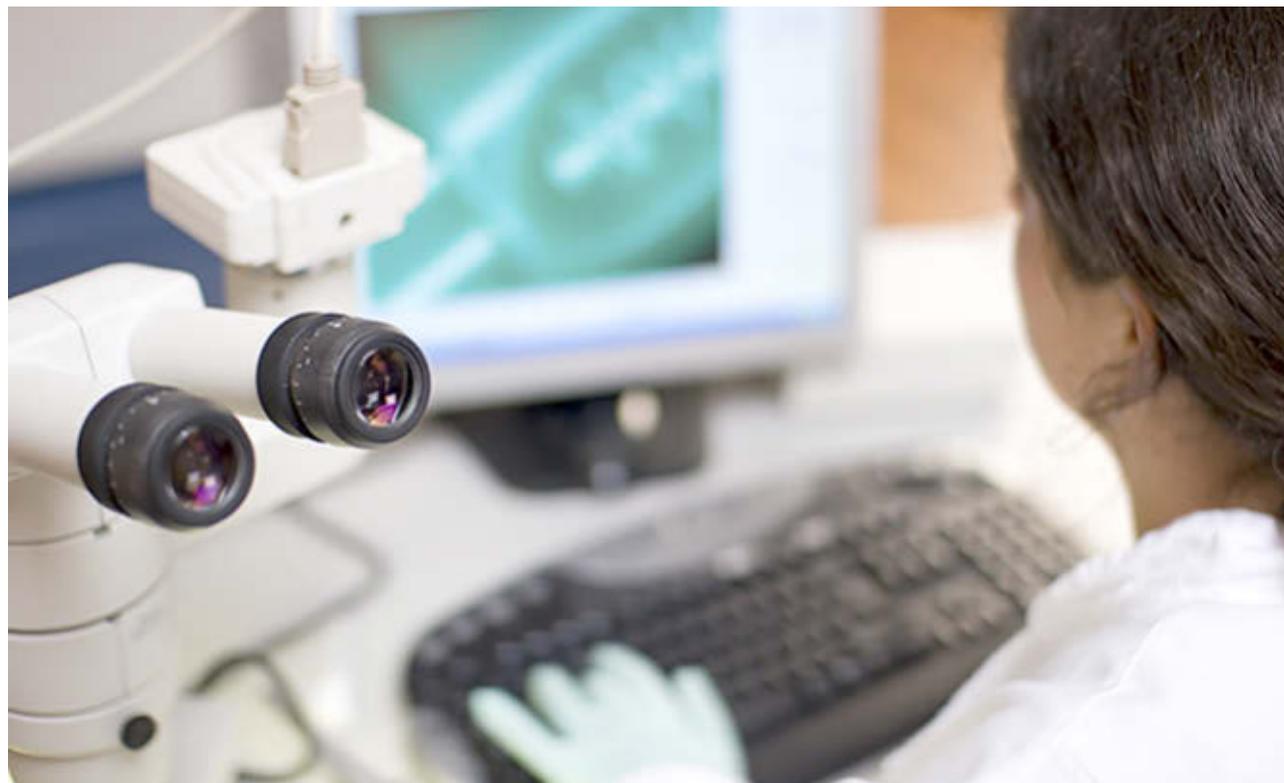
Y eso es lo que realiza un perito experto en informática forense, un profesional formado en esta materia con capacidad analítica y técnica así como con nociones Jurídicas, que tiene atribuciones especiales en el entorno de un procedimiento judicial. “El perito es los ojos del juez en materias que son desconocidas para éste, y su dictamen puede llegar a ser determinante para el Magistrado a la hora de dictar su sentencia”, señala el director general de Forensic Squad.

Buena relación con el sector asegurador

Cada vez son más las compañías aseguradoras que incluyen entre sus coberturas servicios de informática forense, no sólo en las pólizas específicas de ciberriesgos diseñadas para empresas, sino también para particulares. La detección de ciber acoso, la protección de la identidad personal en la red, el borrado de la huella digital o la gestión de los datos registrados en redes sociales de nuestros seres queridos ya fallecidos, son solo algunos de los servicios que han comenzado a incluir.

“Incluir estos servicios como cobertura incide positivamente en la percepción de la calidad del seguro e incrementa el valor percibido de la póliza. Al incluir este tipo de servicios, que tiene un componente tecnológico tan elevado, se transfiere a la percepción de la marca elementos relacionados con alta tecnología”, añade Antón.

Un ejemplo de ello es AXA Assistance. La compañía de asistencia del Grupo AXA cuenta con un seguro jurídico específico para gestionar y reclamar por la vía legal ciberdelitos. El seguro *E-Protect* ofrece asistencia en caso de difamación, injuria o divulgación ilegal de información personal a



ISTOCK

Los delitos informáticos crecieron un 71% en 2014, según datos de la Fiscalía

través de Internet (en un blog, página web, redes sociales, etc.), así como en aquellos casos en los que se produce el robo de la identidad digital o estafas económicas (apropiación de la tarjeta de crédito, engaño en la compra de productos online, etc.).

Pero no hace falta contratar un seguro específico para contar con una protección básica en este ámbito. Por ejemplo, los seguros de hogar de Mapfre incluyen la cobertura de borrado de la huella digital. Su objetivo es reforzar la protección de la privacidad y evitar el acoso digital a los menores.

La compañía que preside Antonio Huertas explica que cerca de un millar de sus asegurados de hogar han utilizado este servicio a lo largo de 2015. En los supuestos de violencia digital hacia los menores, Mapfre incluye también la posibilidad de emitir una certificación que podrá ser usada cuando se presente una denuncia. El servicio incluye la localización y el bloqueo a distancia de dispositivos móviles -smartphones y tabletas- en caso de pérdida o robo, e incluso la posibilidad de bloquear la pantalla o alertar del robo a los contactos más próximos.

EL SEGURO DE VIDA: UN GRAN DESCONOCIDO

¿Sabía que según datos de la última edición de la Memoria Social del Seguro de Unespa, en España se pagan cada año alrededor de 25,7 millones de euros en prestaciones relacionadas con el seguro de vida?

REDACCIÓN

El seguro de vida es un *imprescindible* en muchos países occidentales. No así, en la cultura española, sentimos una necesidad imperiosa de asegurar nuestros bienes materiales más preciados, mientras descuidamos sobremanera lo más básico y fundamental: nuestra propia vida. De esta manera, incluso pensamos antes en asegurar un teléfono móvil que a nosotros mismos.

La falsa creencia de que la Seguridad Social nos permite mantener nuestro nivel de vida tras la jubilación y en casos como incapacidad, orfandad o viudedad, ha establecido una cultura aseguradora que limita la contratación de seguros a aquellos productos exigidos por Ley como el de coche/moto o el de hogar.

El propio seguro de vida ligado a la hipoteca, incluso cuando los bancos lo requieren, muchas veces se convierte en un mero trámite que realizamos al adquirir una vivienda. Pocos son los asegurados que prestan atención a las garantías, necesidades cubiertas, solvencia, confianza y nivel de especialización de la compañía aseguradora, etc. Desgraciadamente, la protección queda en segundo plano, relegada por el precio y por la comodidad de contratarlo con el banco que nos concede el préstamo.

Pero el seguro de vida va mucho más allá; nos permite garantizar un futuro mejor a nuestros seres queridos, disfrutar de la vida sabiendo que hemos dado solución a nuestras preocupaciones, tener la tranquilidad de que, pase lo que pase, nuestra familia no verá alterado su nivel de vida.

El sistema público mitiga muchas de nuestras preocupaciones pero es un error pensar que es suficiente. Por poner un ejemplo,



ISTOCK

la pensión pública actual es, de media, el 74 por ciento del último salario recibido. Esto significa que, una vez jubilado y cuando el nivel de gastos no suele verse especialmente reducido, los ingresos serán un 25 por ciento menores. Visto así, parece evidente que es inviable mantener el mismo nivel de vida si tan sólo confiamos nuestro futuro a la Seguridad Social.

Cabe destacar que la pensión media de viudedad en 2015 era de 630 euros al mes en catorce pagas y la cuantía media de las de orfandad es de 370,5 euros mensuales. Estas cifras demuestran la importancia de contar con seguros privados que

ofrezcan un mejor porvenir a nuestros seres queridos.

El seguro de vida es uno de los productos aseguradores más longevos, ya que la primera póliza de vida se comercializó en Londres en 1583 a través de The Royal Exchange. Su evolución ha sido continua adaptándose a las necesidades cambiantes de los asegurados y ofreciendo coberturas y garantías adicionales que dotan a estos seguros de un gran valor añadido. Es momento de que nuestra cultura aseguradora también evolucione y asimilemos cuáles son nuestras necesidades y cuánto de completas son nuestras soluciones actuales.

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



MetLife®

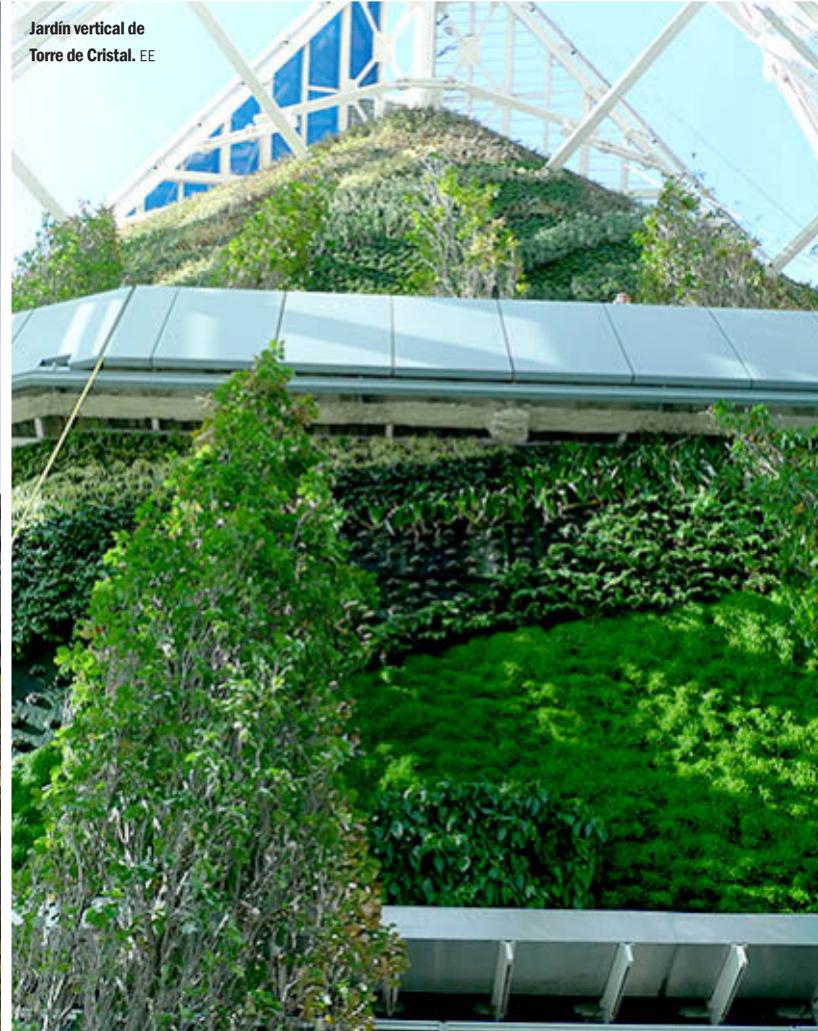
Compañía líder en seguros de vida
presentes en España desde hace más de 45 años

metlife.es
900 374 100

Torre Alfredo Mahou,
propiedad de Mutua
Madrileña. JAVIER
VALEIRO



Jardín vertical de
Torre de Cristal. EE



Edificio de Paseo
de la Castellana,
110, de Mutua. EE



MUTUA MADRILEÑA

CUIDA DEL MEDIO AMBIENTE

Cuidar y respetar el medio ambiente es un compromiso social en el que cada vez están involucradas más empresas. En el segmento de los seguros, Mutua Madrileña es un buen ejemplo de ello

EL ECONOMISTA

Mutua Madrileña es una empresa claramente comprometida con el cuidado y el respeto al medio ambiente. Así queda establecido en su *Programa Azul*, un plan integral de mejora continua en el consumo de los recursos, la gestión de los residuos, la eficiencia energética de sus edificios, el respeto y cuidado al medio ambiente y la movilidad sostenible, del que se benefician no sólo los propios empleados de los edificios propiedad de Mutua sino también sus inquilinos.

Son muchos, por tanto, los aspectos que componen la política de

responsabilidad social de Mutua en este sentido. Uno de los más destacados es, por ejemplo, su compromiso de Vertido Cero, tanto en los centros de trabajo propios como en los edificios arrendados a terceros, mediante el reciclaje del 100 por ciento de los residuos generados. Además, en Mutua todas las acciones relativas al consumo responsable de recursos naturales son debatidas y aprobadas en el Comité de Ahorro y Eficiencia Energética, que se reúne con periodicidad trimestral y que centra sus esfuerzos en lograr, año a año, reducir el consumo de agua, de papel, de electricidad... objetivos que se han cumplido con creces en los últimos ejercicios.

En 2014, por ejemplo, la compañía logró reducir su consumo eléctrico en su sede un 15 por ciento, redujo el gasto de agua en 1.816 m3 y consiguió disminuir en 8 kg el consumo de papel por empleado, gracias a la reducción de procesos de impresión asociados a mecanismos internos.

Reducción de CO2

El compromiso se manifiesta, en definitiva, a través de continuas mejoras y avances, entre los cuales se encuentra la reciente consecución en 2015 del certificado ISO 50.001 para 14 edificios de la aseguradora, entre los que se incluyen su propia sede (Paseo de la Castellana, 33 y calle Fortuny, 18, ambas en Madrid), 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 nuevo sistema acredita que Mutua cuenta con uno de los sistemas de gestión energética de edificios más eficientes de España.

Entre otros aspectos, el nuevo sistema permite a Mutua continuar progresando en los indicadores de huella medioambiental, es decir, de reducción de emisiones de CO2.

Según datos de la Asociación de Empresas de Eficiencia Energética, Mutua Madrileña es la empresa no industrial española con mayor número de edificios (14) certificados con esta norma ISO en España y probablemente la primera compañía dentro del sector asegurador a nivel mundial.

Para conseguir la certificación, Mutua Madrileña ha pasado una exhaustiva auditoría de su Sistema de Gestión de la Energía, realizada por Lloyd's Register (LRQA, una de las auditoras acreditadoras más prestigiosas a nivel mundial). El resultado ha sido la consecución del certificado ISO 50.001 sin ninguna disconformidad, algo excepcional y que



Vehículos híbridos
de Mutua
Madrileña.
JAVIER VALEIRO

Mutua, componente del Clúster de Cambio Climático de Forética

Mutua Madrileña es una de las 29 grandes empresas españolas que se han unido al Clúster de Cambio Climático de Forética, un foro de trabajo creado con el objetivo de conseguir mejoras en la lucha contra el calentamiento global. A través del Clúster, Mutua y el resto de compañías participantes debaten las tendencias a nivel mundial en materia de cambio climático en busca de soluciones, tanto desde el ámbito privado como en colaboración con las AAPP, que contribuyan a lograr mejoras a favor del cuidado y respeto al medio ambiente en todo lo relacionado con el calentamiento global.

pocas empresas consiguen. Además, Mutua se ha anticipado al certificar sus edificios a la trasposición de la nueva directiva europea sobre eficiencia energética que entrará próximamente en vigor.

100% energía renovable

Una de las mayores ventajas del nuevo sistema de gestión energética de Mutua Madrileña se traduce en un mayor cuidado del medio ambiente, materializado a través de menores emisiones de CO2 y de menor consumo de recursos, lo que genera un doble y positivo impacto medioambiental. En concreto, las emisiones de CO2 a la atmósfera se han reducido cerca de un 15 por ciento, cifra que confirma el compromiso firme de Mutua por el cuidado de su entorno.

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 100 por ciento de la energía que compra Mutua a comercializadoras es renovable.

APROVECHE LAS REBAJAS SIN PERDER LA CARTERA

Las rebajas de invierno son una buena época para renovar el armario y adquirir aquellos artículos que necesita con importantes descuentos. Antes de dejarnos llevar por el afán del descuento, siga estos pasos para salir de compras de forma responsable

REDACCIÓN

Tras los excesos navideños llega la temida cuesta de enero. Una cuesta que se ve aliviada por el periodo de rebajas de invierno. En 2015 los españoles gastaron una media de 80 euros por persona en este periodo, según la Conferencia Española del Comercio (CEC). El sector textil y de calzado es uno de los que más ventas acumula en este periodo. Hay que tener en cuenta que la duración del periodo de rebajas dependerá de cada tienda y puede contar con varias fases, donde los precios serán cada vez más bajos. Por eso, hay que ser metódicos y comparar las diferentes ofertas para hacer una elección de compra ahorrativa y responsable. Percentil.com, tienda online de moda de mujer y niños ha diseñado una serie de consejos con el fin de impulsar un



consumo ético y no compulsivo en rebajas. Abríguese en rebajas: este otoño ha sido muy atípico con temperaturas mucho más altas de lo habitual. Si todavía no se ha hecho con un buen abrigo para el invierno, es el momento ideal para comprarlos a un menor precio.

Ropa deportiva: con el nuevo año son muchos los que tienen entre sus propósitos apuntarse al gimnasio, por lo que las rebajas son una buena opción para adquirir el equipamiento deportivo que necesitamos.

Compre sólo lo necesario: enero es uno de los meses más difíciles para la economía familiar. Para no caer en compras innecesarias, es aconsejable hacer una lista donde reflejar lo que realmente hace falta y evitar caprichos que raramente se utilizan. Fije un presupuesto máximo de gasto para evitar sorpresas a final de mes. Es recomendable decidir la cantidad de dinero que realmente queremos gastar.

Comprar artículos de segunda mano: es una de las opciones más habituales en los últimos años. Las prendas están aptas para usarlas y podemos adquirirlas a un precio más bajo. Además, es una forma de contribuir a la mejora del medio ambiente: permite reducir la compra de ropa nueva.

Preste atención a los descuentos y la calidad: a veces los precios bajos son sinónimo de menor calidad por lo que en rebajas hay que mirar con más cuidado el estado de la ropa.

Los básicos, la prenda líder en rebajas: las prendas básicas como vestidos, jeans, blazers, faldas, camisas y camisetas, siempre triunfan en el armario porque son imprescindibles para cualquier ocasión. Hay que aprovechar la época de rebajas para hacernos con ellas.

Es importante que recuerde que un recorte de precios no lleva aparejado un recorte en sus derechos: el servicio de postventa, las garantías y reclamaciones deben mantenerse inalterables.

Antes de salir del establecimiento, revise la etiqueta: antes de decantarse por una prenda, lea con atención las indicaciones de la etiqueta que debe incluir la composición, instrucciones de mantenimiento y datos del fabricante del producto.

CLAVES PARA RENOVAR EL SEGURO DE HOGAR EN 2016

La vivienda es uno de los bienes más preciados de una familia. Para sentirse seguro y protegido en ella es preciso contar con una buena póliza de seguro multirriesgo que cubra todos los imprevistos que puedan producirse. Le damos las claves para contratar la mejor opción

REDACCIÓN

Sabía que los siniestros más frecuentes en los hogares son los producidos por el agua? La rotura de una tubería o una gotera pueden causar graves destrozos en una vivienda, y suponen, además, un desembolso importante para su reparación. De acuerdo con un estudio elaborado por Línea Directa, el 15 por ciento de los hogares sufre un percance al año, con un coste medio de reparación o indemnización de 384 euros. Como hemos señalado antes, los siniestros más frecuentes con los daños por agua –en el 33 por ciento de los casos–, seguidos por la rotura de cristales (19 por ciento), los servicios de asistencia (10,8 por ciento), los daños

causados por fenómenos atmosféricos (7 por ciento), y los robos o los daños provocados por éstos, con un 6,7 por ciento, de acuerdo con los datos de Investigación Cooperativa entre Entidades Aseguradoras (Icea).

Contratar un buen seguro de hogar es la clave para estar protegido frente a estos riesgos. La elevada competencia en el mercado asegurador español ha hecho que las compañías incluyan cada vez más servicios y coberturas en sus seguros de hogar, con el objetivo de dotar de valor añadido a estas pólizas y ganar así la confianza del cliente.

¿Qué seguro es el más adecuado?

Para contar con la protección adecuada, la correduría Peris recomienda seguir algunos pasos: en primer lugar, es necesario ofrecer a la compañía –o al mediador, si opta por sus servicios para contratar la póliza– información detallada acerca de la vivienda y su uso –metros cuadrados, año de construcción, año de reforma; si es en propiedad o alquilada...– así se podrá ajustar mejor la prima anual.

En cuanto al contenido de la vivienda, es recomendable realizar un inventario orientativo de los bienes que contiene, así podrá calcular mejor el contenido asegurado. Si quiere asegurar joyas o bienes especiales, asegúrese de que la póliza que contrate cubre los objetos de valor que tiene en la vivienda y pregunte si necesita medidas de seguridad específicas.

Fíjese en el valor añadido de las pólizas. Si compara la oferta de varias compañías de seguros, las principales diferencias suelen encontrarse en las coberturas adicionales, como el atraco fuera del hogar, los daños estéticos, daños eléctricos y las garantías complementarias, como asistencia informática, servicios de bricolaje, etc.

Si su vivienda cuenta con elementos de protección contra robo, como alarmas, verjas de seguridad, puertas blindadas, etc. no se olvide de especificarlo en el momento de contratación del seguro, cuanto mejor protegida esté la vivienda, más fácil le resultará asegurarla e incluso puede que con una prima más ventajosa.



ISTOCK



Daniel ESPINOSA

Diseñador de joyas

V.M.Z.

Este diseñador de joyas mexicano se ha propuesto romper los esquemas de lo establecido. Afirma que se sustancia creativa consiste en romper esquemas a través del trabajo con las esencia de la plata. Espinosa ha logrado hacerse un hueco en las principales pasarelas y alfombras rojas del mundo gracias a unos diseños vanguardistas y atrevidos que combinan metales preciosos con materiales tan dispares y enigmáticos como el vidrio reciclado de pantallas de televisión de los años 40 y 50 o corchos de uso industrial. Su creatividad es fruto de la combinación de dos elementos aparentemente contrapuestos: la tradición latina, en la que adorno juega un papel primordial, y su educación europea, aderezada con estudios de arte en Florencia, moda en Holanda y marketing internacional en Nueva York.

La innovación es una seña de identidad de sus joyas ¿En qué se ha inspirado para crear su última colección?

Cada temporada está integrada por muchas 'mini colecciones'. Mis inspiraciones son diversas y me gusta la idea de proponer varios estilos, los cuales plasmo uno a uno en una especie de mood board para posteriormente llevarla a mis talleres en Taxco y producirla. Lo que generalmente alimenta mis inspiraciones son los viajes y la arquitectura. En

**“Lo que alimenta mis inspiraciones
son los viajes y la arquitectura”**

esta ocasión me inspiré mucho en España: la arquitectura de Sevilla y Toledo; el colorido de Málaga, la elegancia de Marbella. Igualmente, pensé en el exotismo del norte de África, las formas de las islas griegas... En fin, me gusta integrar muchos elementos en cada temporada pero manteniendo ciertos motivos que desde hace tiempo han estado presentes en mis creaciones y que requieren una importante labor artesanal como los cubos, el acabado martelinado, las líneas de infinito, etc.

¿Cómo surgió la idea de combinar la plata con elementos que no suelen utilizarse en joyería?

La plata es muy versátil, lo que me permite jugar con diversos elementos y buscar nuevas formas de interpretar las tendencias de moda en joyería; no siempre es fácil pero me encanta experimentar; creo que por el momento los resultados han sido novedosos y, sobretudo, han gustado a mis clientas.

Sus diseños son habituales de pasarelas y las alfombras rojas, qué supone para usted?

Durante los 15 años que tengo con la marca, he tenido la oportunidad de participar en diferentes desfiles. De hecho, ya tenemos previsto participar con algunos diseñadores en las pasarelas que se celebran en el mes de septiembre. Algunos de los desfiles que hemos realizado en ediciones anteriores han sido experiencias únicas. Y sin duda alguna, el hecho de que muchas celebrities porten mis joyas me llena de satisfacción; sobre todo me enorgullece el que promuevan el diseño mexicano como tal. De la misma forma que el resto de mis clientas, su preferencia es lo que me motiva continuamente a lanzar colecciones innovadoras y propuestas que sigan sorprendiéndolas.

¿Desde cuándo tiene presencia en el mercado español?

Hemos participado como marca desde 1997 en España a la par del lanzamiento en México de la marca D.Espinosa, fue proyectado hacerlo paralelamente en un mercado europeo, siendo España el punto de lanzamiento en ferias y para atender a clientes europeos. Hoy se ha consolidado por su situación geográfica como nuestro centro neurálgico para la expansión en Europa incluido también Rusia y Oriente Medio.

¿Qué planes tiene en el mercado español en los próximos meses?

A lo largo de 2016 tenemos prevista la apertura de boutiques propias en



“Mis inspiraciones son diversas, me gusta proponer varios estilos”

“Nos hemos focalizado en lo que que el mercado demanda”

“Fabricación, estilo y diseño son nuestras mayores fortalezas”

España, y queremos ampliar nuestra presencia en el mercado a través de la ampliación de puntos de venta y de los espacios que tenemos en distintos centros de El Corte Inglés. Es un gran momento de oportunidades para la marca y estamos trabajando fuertemente en ello.

¿Cómo va su crecimiento en otros países europeos?

Actualmente contamos con puntos de venta en Francia, Italia y reino Unido, países que se atienden desde España, en los que replicamos la experiencia desarrollada aquí: presencia continua y ofrecer siempre colecciones con fuerte sentido de moda, con altos niveles de calidad en los terminados.

¿Cuál cree que es la clave del éxito comercial de sus diseños?

Nos hemos focalizado en lo que el mercado demanda con el look y el precio correcto, dada su madurez en el conocimiento de las tendencias y la amplia oferta busca siempre lo más novedoso y actual en el mundo de las joyas y los accesorios. Afortunadamente nuestra fabricación, estilo y diseño son la fortaleza más importante que nutrimos y mantenemos desde hace tres años participando en Italia, Francia, y España presentando a nuestros clientes y prospectos las colecciones tres veces por año.

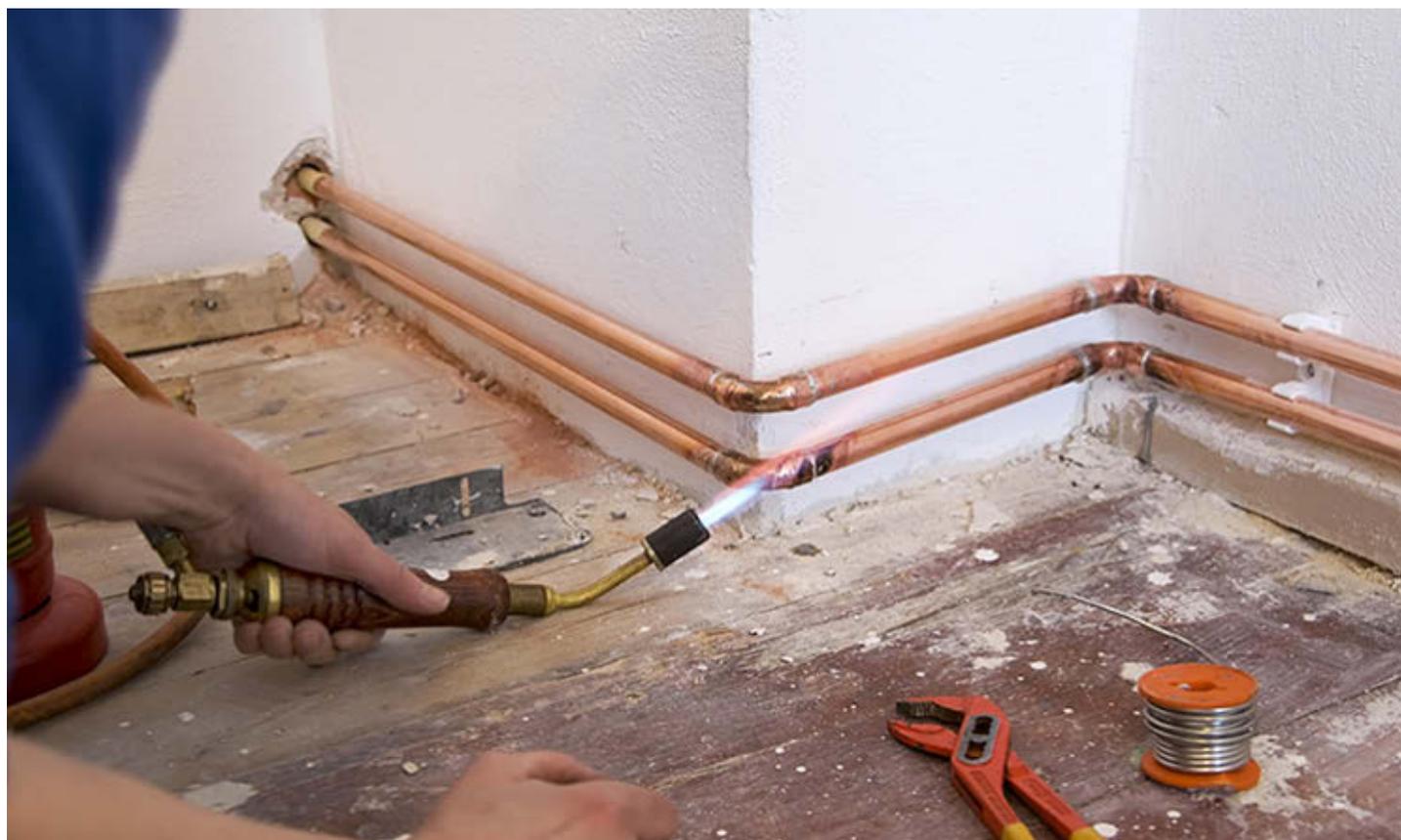
¿Cuáles han sido los principales riesgos a los que se ha enfrentado?

La apertura de la boutique en 2003 y mantenerla abierta por cinco años nos permitió conocer a detalle el mercado y darnos cuenta que la estrategia de tener una sola boutique no era la correcta, y decidimos cerrarla al comienzo de la recesión económica. Uno de los motivos fue el cambio en el diseño de nuestros espacios. Ahora todos los espacios DE tienen un concepto más lujoso, internacional. Administrar una sola boutique nos significó enormes costos de gestión y por supuesto un error el no contar con socios locales con la experiencia en el retail fue otro de los factores que determinó que no fuese rentable ni eficiente. Decidimos pasar de página y continuar con la expansión vía corners en diferentes ciudades con una red de ventas más sólida que poco a poco se fortalece y una presencia constante con colecciones siempre novedosas que al mercado europeo sorprenden y nos permite mantenernos en la preferencia del consumidor final. Dado lo anterior hoy el crecimiento a través de El Corte Inglés, y las alianzas con los puntos de venta en toda la península así como un marcado y eficiente sistema de distribución han sido lo que nos ha permitido en esta marcada crisis el poder estar en el lugar adecuado al precio correcto y con las colecciones actualizadas.

UNA CASA DE VACACIONES SIEMPRE A PUNTO

Tener una segunda vivienda en propiedad, destinada a un uso vacacional, requiere una serie de tareas de mantenimiento para disfrutar de un merecido descanso. Protegerlas del frío y la humedad es vital

CARMEN LANCHO



ISTOCK

Según datos del INE (Instituto Nacional de Estadística) en 2011 en España había 25,2 millones de viviendas, de las cuales, 3,6 millones son segundas viviendas. Se trata de casas que no están vacías y que se destinan a las vacaciones.

Castilla León, Cantabria y la Comunidad Valenciana tienen el mayor porcentaje de ellas. Estas viviendas de vacaciones pasan más tiempo cerradas y suelen estar situadas en zonas costeras o de montaña, por lo que sufren ciertos problemas climatológicos como la humedad, el salitre o el frío. Este es uno de los motivos por los que los exteriores de las viviendas sufren bastantes deterioros. Uno de los puntos débiles de los chalets y casas de campo suele ser el tejado. Las filtraciones de humedad y la pérdida de tejas por causa de vientos fuertes suelen ser los

problemas más comunes. Para ello procure realizar una buena impermeabilización del tejado. La instalación de canalones y su limpieza ayudará a la evacuación del agua en caso de fuertes lluvias. Zócalos y juntas suelen ser espacios propicios donde se acumula la humedad.

El frío es otro problema. En ocasiones estas casas parece que "guardan el frío". Es lógico. Si no se utilizan de forma habitual no se calientan. Para realizar un buen aislamiento puede utilizar paneles de corcho, de fibra de vidrio o fibra de roca inyectada.

Igual que el interior de la casa, la instalación de agua debe quedar aislada para evitar la típica avería de tubería que ha reventado por el frío. Así también aumentará la vida de estas instalaciones, de los termos de agua, el calentador, etc...

Si tiene toldos, procure dejarlos bien enrollados para que no se

desgasten con el sol y la lluvia. Igual que si tiene muebles de terraza o jardín. Otros elementos exteriores como barandillas de terrazas o balcones pueden protegerse cada cierto tiempo con una mano de pintura y productos especiales para ello. Las piscinas y las barbacoas también se beneficiarán de ello.

En cuanto a las plantas de exterior, puede depositarlas en lugares protegidos de las inclemencias del tiempo. Si además tiene jardín, intente utilizar plantas autóctonas. Y si la casa está en una región seca o de clima Mediterráneo procure que el jardín cumpla los criterios de la Xerojardinería.

Cuando cierre la casa de nuevo, asegúrese siempre de cerrar bien las llaves de paso del agua y los interruptores o cuadro de electricidad, para evitar posibles problemas. ¡Y hasta la próxima escapada!

MÁS DE 70 AÑOS
Cerca de **ti**

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

SIGUENOS EN  /metropolis-seguros.sa

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

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

5^a

COMPañÍA MÁS
SOLVENTE DEL
MERCADO ESPAÑOL
Fuente: DGS FP



Mauro A. FUENTES

Fotógrafo y director
de social media de Ogilvy

V.M.Z.

Mauro A. Fuentes –Fotomaf en su blog y en las redes sociales- se ha convertido en un referente en comunicación a través de las redes sociales. Y en la fotografía. Con una vasta experiencia profesional a sus espaldas, ahora lleva las riendas del departamento de medios sociales de Ogilvy Public Relations. Su gran pasión, además, es la fotografía. Le ponemos en la tesitura de elegir entre sus dos pasiones: la comunicación social y la comunicación a través de la imagen y nos sorprende con su respuesta: “La fotografía es comunicación, se puede contar mucho con fotos, y los canales sociales de imágenes son de los más populares. Así que no puedo elegir”.

Mauro compagina estas dos pasiones con sus verdaderas ‘pasiones, sus dos hijos de 5 y 7 años, de los que afirma en su blog que son “el motor de mis sonrisas”. Licenciado en Ciencias Químicas, Mauro Fuentes ha recorrido las principales agencias de comunicación online y offline del mercado español: Territorio Creativo, SrBurns, Tinkle. Ahora en Ogilvy. Pero hoy queremos hablar con él de pasión.

¿Qué es la pasión para usted?

Es el tener ganas de hacer lo que te gusta en todo momento y de tratar de mejorar cada día.

“Las redes sociales han descubierto talento que de otra manera hubiera quedado oculto”



PABLO GIL AGERO

¿Cómo ha terminado un Licenciado en Ciencias Químicas siendo un experto en comunicación y marketing digital?

Nunca he pensado que la aulas sean el lugar que determine nuestro lugar en la vida, al final cambiamos y evolucionamos. De hecho después de licenciarme en químicas estuve unos años trabajando en consultoría informática programando. Con la llegada de los canales de comunicación online me empecé a interesar en las maneras de comunicar y unir personas que tenían esos canales. Y al final la pasión hace que termines viviendo de lo que en ese momento te gusta.

¿Qué le apasiona más, la fotografía o la comunicación digital?

La fotografía es comunicación, se puede contar mucho con fotos, y los canales sociales de imágenes son de los más populares. Así que no puedo elegir.

¿Cómo han influido las redes sociales en la fotografía?

“La fotografía es comunicación, se puede contar mucho con fotos”

“Pasión es tener ganas de hacer lo que te gusta en todo momento”

Pues ha hecho que todos seamos fotógrafos, que todos podamos expresarnos, que todos tengamos audiencia. Ha descubierto mucho talento que de otra manera hubiera quedado oculto. Creo que las redes sociales han sido un empujón definitivo al poder de la imagen.

¿Cree que gracias a la aparición de redes sociales como Instagram hay cada vez más aficionados a la fotografía?

Por supuesto, gente que antes no se hubiera “atrevido” con las fotos ahora con un teléfono móvil y nada más se está lanzando. Y a base de ver fotos y aprender de otros se está creando afición.

¿Qué le inspira en el día a día?

Las personas a las que quiero, a las que admiro y a las que sigo. Mis hijos son la fuente principal, ver el mundo a través de los ojos de dos niños de 5 y 7 años te ayuda a replantearte muchas cosas. Luego saber elegir a quien leer y seguir en las redes. Si eliges a las personas adecuadas puedes tener muchas fuentes de inspiración.

¿Qué es el riesgo para usted?

Algo que va muy pegado del éxito, sin riesgo muchas veces no hay recompensa. Es lo que genera la adrenalina.

¿Cómo se protege de él?

Primero tratando de estar preparado y adelantarte a los supuestos fallos que puedan suceder. Si tienes una red que te proteja siempre puedes ir con una dosis extra de confianza.

¿Ha trabajado alguna vez para el sector asegurador?

He hecho comunicación online de varias empresas de seguros, tanto de seguros de hogar como de seguros de vehículos, es un sector que tiene mucho recorrido en el marketing de contenidos.

¿Qué le recomendaría a alguien que empiece ahora a construir su marca personal en redes sociales?

Pues que se olvide de “estrategias” y de atajos. Construir credibilidad y “marca” es algo que se demuestra con actos en el largo plazo. Que sea honesto, transparente y que no dude en compartir lo que sabe en todo momento. Si tiene paciencia y trabaja duro el resto viene solo.

DESPUÉS DE LOS EXCESOS, 'MENS SANA IN CORPORE DETOX'

Diciembre ha sido un mes duro. El pistoletazo de salida lo daban las famosas cenas de empresa, para dar paso a encuentros con amigos y a comilonas familiares y pantagruélicas propias de la Navidad

CARMEN LANCHO

Pero si las fiestas son una invitación a los excesos gastronómicos a los que se suman también el alcohol, tabaco y noches interminables, el comienzo del año tampoco da tregua... El tradicional roscón de Reyes suele poner el punto final a toda esta *locura* para dar paso a esa tradicional lista de buenos propósitos. La alimentación y la adopción de rutinas saludables debe ocupar buena parte de esa lista. Para empezar existen una serie de alimentos llenos de propiedades beneficiosas. Podemos reforzar el consumo de verduras y frutas en sus distintas versiones: ensaladas, purés y sopas. Las verduras de hoja muy verde son altamente recomendables. Las frutas igual, en todas sus versiones. Los zumos o los *smoothies* que aportan vitaminas e hidratan el cuerpo. Y lo más importante,



ISTOCK

comprar siempre frutas y verduras de temporada. Si vamos a introducir un cambio importante en la alimentación es recomendable consultar a un nutricionista que nos aconsejará sobre los alimentos más adecuados, y tener una buena biblioteca de recetas para disfrutar de la cocina sana. Por ejemplo, el libro *Detox SEN* de la *coach* nutricionista Nuria Roura, donde expone las claves para eliminar toxinas de una manera *Sen*, es decir, saludable, energética y nutritiva. Porque hay mucha vida más allá del pescado a la plancha.

Desde The Green Shelters, empresa enfocada al bienestar y al *wellness* a través de retiros itinerantes, ofrecen sencillos consejos para depurarnos después de las fiestas. Según Juan Arance, creador de la compañía, es inevitable cometer algún exceso. El problema radica en el aumento del consumo de proteínas animales, azúcares, grasas y alcohol, y la sobredosis de “toxinas” que ello supone. Arance propone junto a frutas y verduras, consumir cereales sin gluten, pescado azul, huevos, carnes bajas en grasas, nueces y semillas o grasas sanas como el aguacate y el aceite de oliva. Un truco: un vaso de agua tibia con limón en ayunas para favorecer la limpieza del aparato digestivo. ¿Qué evitar? Carnes rojas y procesadas, alcohol, refrescos, café, azúcares refinados o lácteos como la mantequilla.

También debemos incluir un poco de ejercicio. Otro clásico de la lista de propósitos. Para ello podemos optar por practicarlo a nuestro aire o apoyarnos en profesionales. Desde Personal Running, empresa dedicada al entrenamiento personal, señalan que “el apoyo profesional en los entrenamientos aporta una guía constante y un enfoque de los “pasos deportivos” a la forma más eficaz para conseguir un objetivo”. Para los más perezosos aconsejan disfrutar del deporte y no hacerlo como algo obligatorio porque “si es así, no duraremos mucho tiempo haciéndolo”. Saben que todos los inicios son duros, por eso ofrecen ayuda y motivación para que el nuevo deportista consiga entrar en la rutina del entrenamiento diario de forma variada y divertida.

Y para rematar cada sesión deportiva podemos utilizar cosméticos que ayuden a combatir la celulitis o reafirmar, como *Cellulite Fix*, de NIP+FAB; *Photoshop Oil*, de Ami Iyök; o la línea *Tune It*, de Sepai. ¡Detox 2016!



ISTOCK

SEGUROS DE BAJA LABORAL SIN SOMBRA DE DUDA

Sufrir un accidente o una enfermedad supone un golpe para la salud y el bolsillo. Hay seguros que ayudan a reducir el impacto económico de estas situaciones para los trabajadores, principalmente por cuenta propia, pero también a asalariados y funcionarios ¿Tiene claros todos sus conceptos?

v.m.z.

Los seguros de baja laboral ayudan a los trabajadores en activo a complementar sus ingresos económicos en caso de sufrir una enfermedad o accidente que les impida continuar con su actividad profesional de manera normal.

Este tipo de pólizas son especialmente indicadas para los trabajadores autónomos, que, aunque la leyenda urbana afirma que nunca se ponen enfermos, en ocasiones no pueden evitar sufrir un parón en su actividad profesional por un accidente o el diagnóstico de una enfermedad grave.

En estos casos, los seguros de baja laboral, que pagan al asegurado una indemnización diaria mientras dure la baja

laboral, permiten a los profesionales mantener su nivel de ingresos más o menos estable y así poder hacerse cargo de sus obligaciones financieras más urgentes, como el pago de hipotecas, alquileres y otros gastos necesarios.

¿Qué tipos de pólizas existen?

La oferta en el mercado asegurador español es muy amplia, pero se pueden diferenciar varias modalidades de seguros de baja laboral: la primera modalidad es el seguro de subsidio por incapacidad temporal. En estos casos, la compañía, una vez comunicado el siniestro, garantiza el pago de un subsidio diario durante un tiempo máximo establecido en el contrato.

La cantidad de la indemnización depende, también, del capital asegurado. La prima de estos seguros se calcula en función de la edad del trabajador y del perfil de riesgo de su profesión.

Otra modalidad de este tipo de pólizas es el seguro de baja laboral con baremo. En este caso, el asegurado, cuando sufre un accidente o cae enfermo, recibe una indemnización a través de un pago único. El cálculo de la indemnización depende de un baremo, en función de la enfermedad o las lesiones sufridas, y se paga de forma automática tras la entrega y la validación de la baja médica.

Algunas compañías de seguros han lanzado al mercado pólizas de baja laboral que destinan el importe de la indemnización a hacer frente al pago de la hipoteca o de otras obligaciones financieras acuciantes.

Las pólizas también tienen sus limitaciones. Las compañías suelen no asegurar a las personas que se encuentren en estas situaciones: que no tengan remuneración oficial por su actividad profesional, las que en el momento de contratar el seguro conozcan que se enfrentan a una enfermedad; y en el caso de las mujeres embarazadas, la contratación se pospondrá hasta después del parto.

Como ocurre en otros ramos del sector asegurador, la oferta de seguros de baja laboral es muy amplia. Cada compañía de seguros amplía su oferta con coberturas y servicios adicionales para dar valor añadido a sus productos.



ISTOCK

LAS REBAJAS LLEGAN A LA FISCALIDAD DEL AHORRO

El 1 de enero entró en vigor la nueva rebaja fiscal aprobada por el Gobierno en funciones de Mariano Rajoy ¿Cómo afecta la nueva tributación a las herramientas de ahorro más contratadas en el mercado español como los planes de pensiones o los seguros de ahorro?

V.M.Z.

Una de las últimas medidas aprobadas por el Ejecutivo de Mariano Rajoy antes de la celebración de las elecciones generales el pasado 20 de diciembre fue una rebaja fiscal adicional que afectaba tanto al Impuesto de la Renta de las Personas Físicas (IRPF), como al impuesto que grava los rendimientos de las inversiones económicas, más conocido como el impuesto sobre el ahorro.

Esta nueva rebaja fiscal puede suponer un impulso a la contratación de diferentes instrumentos de ahorro tanto a corto como a medio plazo, ya que ayuda a los ahorradores a obtener más rendimiento de su inversión en un entorno de tipos de interés tan bajos como el actual, y del que los expertos no auguran salir aún en unos cuantos meses.

En este sentido, la escasa rentabilidad que ofrece la inversión en depósitos, cuentas remuneradas u otros instrumentos como los Planes de ahorro % (SIALP) y determinados seguros de ahorro puede verse compensada por un menor gravamen de los beneficios.

¿Qué ha cambiado?

Desde el pasado 1 de enero, el tipo impositivo del ahorro se ha reducido medio punto porcentual. De esta manera, todos los beneficios que se hagan efectivos desde esa fecha tributarán en función de estos tres tramos: para los beneficios que vayan hasta los 6.000 euros, el tipo aplicable es del 19 por ciento, frente al 19,5 por ciento anterior. Para los rendimientos obtenidos desde esa cifra hasta los 50.000 euros, se tendrá que descontar un 21 por ciento (hasta el 31 de diciembre de 2015 el tipo era el 21,5 por ciento). El último tramo, para rendimientos que superen los 50.000 euros, el ahorrador tendrá que pagar a Hacienda el 23 por ciento (frente al 23,5 por ciento anterior).

El descuento en el gravamen puede parecer pequeño, pero cuanto mayor es el beneficio obtenido en el productos de ahorro o inversión, mayor resulta la ventaja fiscal obtenida por esta nueva rebaja.

Este impuesto se aplica a los rendimientos obtenidos por la mayoría de los instrumentos financieros de ahorro e inversión. En el caso del sector asegurador, prácticamente la totalidad de los seguros de ahorro tributan por este concepto. De esta manera, los seguros y planes de ahorro se beneficiarán de esta rebaja fiscal. Los seguros individuales de ahorro a largo plazo (SIALP, más conocido como Planes de ahorro 5, mantienen sus atractivas ventajas fiscales.

Estos productos nacieron hace ya un año, al calor de la rebaja fiscal de 2015, con el objetivo de incentivar el ahorro a medio y largo plazo, en un principio, para complementar la jubilación y comenzar a crear el hábito de ahorrar. Estos instrumentos cuentan con importantes ventajas en su tributación siempre que se cumplan ciertos requisitos: que se limite la inversión a 5.000 euros anuales y que ésta dure un plazo de cinco años, por lo que cada ahorrador sólo podrá invertir un máximo de 25.000 euros en ellos. Estas condiciones se mantendrán inalteradas a lo largo del ejercicio de 2016.

Lo mismo sucede con los PIAS, planes individuales de ahorro sistemático, los verdaderos 'reyes' del ahorro, que durante el pasado ejercicio registraron crecimientos mensuales que rondaban el 30 por ciento.

Lo que hace diferente al PIAS, además de también contar con una limitación fiscal a su inversión anual, es que cuentan con una tributación muy ventajosa si se rescatan en forma de renta vitalicia. En el caso de que el titular del PIAS decida rescatarlo en forma de capital, los beneficios tributarán en función de los tipos aplicables al rendimiento de los intereses.

Los unit linked, seguros de ahorro vinculados a activos en los que el riesgo de la inversión recae en el ahorrador, también tributan por los rendimientos de las inversiones, con los tres ramos y tipos expuestos anteriormente.

¿Qué pasa con los planes de pensiones y Planes de Previsión Asegurados (PPA)?

Los planes de pensiones y los planes de previsión asegurados (PPA) tributan por el IRPF. Los partícipes de estos instrumentos de ahorro que rescaten su producto a lo largo de 2016 también se beneficiarán de cierta rebaja fiscal.

El Ejecutivo de Mariano Rajoy ha decidido rebajar un punto porcentual el tipo marginal aplicable a los cinco tramos establecidos por la Agencia Tributaria. Una vez que se rescata el plan de pensiones, ya sea en forma de renta –una asignación mensual para complementar los ingresos habituales o la pensión pública de jubilación, o en forma de capital- el importe rescatado (las aportaciones realizadas en todos los años de vigencia del plan y los rendimientos obtenidos de las inversiones) se suman a las rentas del trabajo obtenidas en el último ejercicio y se calcula la factura fiscal.

Así, para las rentas de hasta 12.450 euros el tipo aplicable es del 19 por ciento; de esta cifra hasta los 20.200 euros es el 24 por ciento; se aplicará el 30 por ciento para las rentas entre 20.200 euros y 35.200 euros; desde esta cantidad hasta 60.000 euros el tipo marginal es del 37 por ciento; y el último



ISTOCK

Los ahorradores pueden sacar partido en sus ahorros a la última rebaja fiscal aprobada

tramo, desde 60.000 euros, paga a Hacienda el 45 por ciento de los ingresos declarados por el contribuyente.

Conocer cómo tributan los diferentes seguros de ahorro y productos de inversión es importante para elegir el que más se adecua a las necesidades de cada ahorrador, pero no debería ser un factor determinante, ya que la tributación del ahorro que se aplica al producto es la vigente en el momento del rescate, no en la fecha de su contratación.

En estos casos, el asesoramiento financiero por parte de un profesional cualificado es fundamental para evitar sobresaltos y contratar la solución que mejor se adapte a sus necesidades presentes y futuras. Para ello es preciso realizar un análisis de la situación financiera del ahorrador y establecer las prioridades del asegurado: rentabilidad esperada, perfil de riesgo y cuál es el objetivo del ahorro -complementar la pensión pública de jubilación o crear un fondo para cubrir otro tipo de imprevistos-.

CLAVES PARA UNA EXITOSA VUELTA AL GIMNASIO

Uno de los propósitos de año nuevo más repetidos es el de ponerse en forma. Hacerlo de forma segura es la clave para no abandonar el gimnasio a la primera de cambio

DIEGO FERNÁNDEZ TORREALBA

Epoca postnavideña, de frío, regalos, celebraciones... y claro, de propósitos de año nuevo, un clásico en nuestra sociedad. Llega el 2016 y muchos de nosotros aprovechamos la barrera simbólica del cambio de año para marcarnos nuevos objetivos, costumbres y pautas de comportamiento, marcándonos objetivos que la mayoría de las veces nos duran un par de semanas... pero que en ocasiones suponen un cambio prolongado y positivo. Son los típicos propósitos de Año Nuevo: estudiar inglés, dejar de fumar, perder peso...

Y claro, no podíamos obviar el clásico entre los clásicos: comenzar a hacer ejercicio. Como las temperaturas no invitan demasiado aún a realizar deporte al aire libre y como la apariencia física parece tener una mayor importancia en los últimos años en nuestra sociedad, la decisión habitual de muchos de nosotros es la de acudir a un gimnasio para forzarnos a hacer ejercicio regularmente en un lugar en el que el frío no nos corte la cara.

Para las personas interesadas en realizar una temprana *operación bikini* - aunque la verdadera operación importante es la operación salud- es bueno en primer lugar realizar un ejercicio de honestidad con uno mismo, preguntándose... "¿Estoy realmente decidido a embarcarme en esto?"

Parece una pregunta simple, y lo es, pero resulta importante conocer la respuesta antes de matricularse en un centro deportivo para hacer ejercicio regularmente. Es muy habitual la práctica de comenzar con fuerza, acudiendo tres o cuatro veces la primera semana del año para ir reduciendo drásticamente



ISTOCK

En el mes de enero se multiplica la demanda de gimnasios y centros deportivos

esa frecuencia: dos la segunda, una la tercera... y la cuarta, si te he visto no me acuerdo, gimnasio.

Esa práctica sólo nos traerá dos consecuencias negativas: una colección de agujetas que habrán servido para poco, por no decir para nada, y un desembolso económico realizado en balde. Es cierto que el deporte nunca es malo y que los gimnasios suelen realizar buenas ofertas -especialmente para atraer a los recién llegados-, pero también lo es que habremos tirado el dinero si no le damos continuidad a ese esfuerzo. Por ello es recomendable estar seguro antes de embarcarse en una empresa de esas, o si no es así, al menos, apuntarse únicamente el primer mes para ir viendo con el tiempo si se quiere

dar continuidad al objetivo o no, evitando una inscripción trimestral, semestral o anual por mucho que la oferta sea mejor.

Una vez comencemos a hacer ejercicio, además, deberemos aumentar la carga de ejercicio de una manera progresiva. Nada de palizas en los primeros días o semanas, sino ejercicio suave. Ir conociendo los límites del cuerpo y no superarlos -sin dejar de esforzarse- es lo adecuado para prevenir no sólo agujetas, sino lesiones fruto del sobreesfuerzo.

Por supuesto, asesorarse con los consejos de algún amigo más acostumbrado a visitar el gimnasio, siempre que sea sensato, es algo positivo, así como seguir las recomendaciones de los monitores con respecto a la carga de ejercicio, las rutinas a realizar y la manera de utilizar adecuadamente cada máquina o de efectuar cada actividad.

Otra de las claves es conocer cuál es el objetivo que perseguimos, de cara a realizar los ejercicios adecuados para ello y a planificar adecuadamente la rutina. ¿Qué es lo que queremos? ¿Tener una buena salud en general? ¿Ganar masa muscular? ¿Bajar peso? ¿Aumentar la resistencia física? ¿La flexibilidad? Más allá de que a mi entender la meta más sensata y provechosa es la de anteponer la salud a la apariencia física, es bueno que cada uno sepamos qué queremos ganar con nuestra visita regular al gimnasio. Será la mejor manera de encontrar un buen camino para alcanzar nuestro objetivo particular.

En este sentido, además, la relajación es otra mala compañera. Si a la que vemos que hemos aumentado la fuerza, la flexibilidad o la resistencia nos relajamos y dejamos de acudir al gimnasio, espaciamos cada vez más nuestras visitas o pasamos a realizar un ejercicio demasiado ligero... tampoco habrá servido de mucho lo logrado: en un mes o dos habremos tirado por tierra lo logrado. La continuidad es la clave para conseguir lo que queremos. Y es que lo importante no es llegar, sino mantenerse.

Por último, aunque vayamos a realizar ejercicio físico debemos tratar de que lo que hacemos nos divierta o, por lo menos, no nos resulte fastidioso. Encontrar actividades con las que nos lo pasemos medianamente bien, y cuya práctica no nos requiera un gran esfuerzo mental más allá del físico, poniendo a prueba en exceso nuestra voluntad. El ejercicio, además de útil, puede ser divertido, y si no conseguimos pasar un buen rato tarde o temprano lo más fácil es que acabemos desistiendo. Si una rutina o actividad no le gusta, encuentre otra que le divierta para que le apetezca ir al gimnasio o, por lo menos no le de una excesiva pereza.

En ese sentido, el aspecto social también es importante, por lo que rodearse de gente agradable con la que compartir el ejercicio puede suponer un aliciente



ISTOCK

Una alternativa es la práctica de deportes de equipo o salir a correr o montar en bicicleta al aire libre

más y nos sirve para hacer más llevadera la jornada. Es difícil, en mi opinión, que el ejercicio sea tan divertido, por ejemplo, como el deporte de equipo, pero también es cierto que los centros deportivos actuales ponen a disposición de sus clientes una gran variedad de actividades, así que las opciones son muchas.

Un consejo más: en los días de buen tiempo... ¿por qué no escapar durante un rato de las cuatro paredes del gimnasio y salir a correr un rato por la calle en lugar de en una cinta? Es cierto que depende también del entorno en el que se encuentre el centro, pero muchos de ellos están rodeados de lugares agradables para correr (o, como se dice ahora adoptando un anglicismo más, para realizar *running*).

Todas estas cosas pueden venir bien si queremos apuntarnos a un gimnasio en estas fechas, aunque muchos opinen que no hay nada como el deporte al aire libre. Bien abrigado y sin hacer locuras (con un excesivo frío o bajo una lluvia torrencial), salir a correr o a montar en bici al aire libre supone una alternativa perfecta para los claustrofóbicos a los que les gusta -nos gusta- respirar un poco de aire puro.

SECCIÓN PATROCINADA POR



¿LE HA TOCADO LA LOTERÍA? ELIJA EL MEJOR COCHE DE LUJO

¿Y si nos toca el Gordo? Este es un pequeño repaso a los vehículos que podrían comprar si les ha tocado la lotería esta Navidad

ANTONIO FAJARDO

Un nuevo año ha comenzado, y como siempre, todos lo hacemos con ilusión. Además de con esta ilusión, algunos afortunados lo empiezan con los bolsillos llenos gracias a sorteos como el Gordo de Navidad o el Niño, lo que nos lleva (ya sea porque hemos ganado el premio o tengamos imaginación) a pensar, ¿qué coche me compro con tanto dinero?

Vaya por delante que los premios de los sorteos navideños no son tan espectaculares como los del Euromillón, donde si te tocan cien millones de euros podrías obviar todo este artículo y comprarte lo que te diera la gana. Pero dado que la ganancia rondará los 300.000 euros, vamos a pensar algo que se adapte a estas

**A la hora de elegir
coche, es necesario
tener en cuenta el
coste del seguro y el
mantenimiento**

cifras. Una pena, no podremos comprarnos un Ferrari, pero eso no significa que no haya muchas otras joyas de cuatro ruedas disponibles en el mercado.

El principal problema a la hora de comprar un coche de lujo o un deportivo es menospreciar los gastos asociados al mantenimiento, seguro, piezas, mano de obra, etc. y es un coste muy importante si queremos disfrutar de nuestra nueva joya.

Por lo tanto, con las cantidades de dinero que se mueven en estos premios y con tal de no dilapidar el dinero y siendo razonables, pondremos un tope de gasto para no pasar de los ochenta mil euros en el precio del coche. Además, al ser un coche más especial deberíamos tener un segundo coche para uso diario, algo que no sea caro de mantener y que nos permita disfrutar de nuestra nueva adquisición los fines de semana. Por ejemplo podemos valorar coches eléctricos o pequeños utilitarios premium más una berlina o deportivo de clase media-alta como conjunto.

Claro está que si lo que buscamos es un coche para el día a día y que vayamos 'como señores' lo anterior no aplica necesariamente.



Llegados a este punto y con el dinero preparado, llega la parte más dura... ¡ir a probar coches y elegir uno!

Por esta cifra de dinero hay ingentes cantidades de modelos (no sólo de marcas premium, pero es lo que vamos a mirar), cada uno con un objetivo distinto.

Comodidad y lujo

Si lo que buscamos es comodidad y lujo para el día a día podemos optar por modelos como el Mercedes-Benz Clase E, el BMW Serie 5, Audi A6 o Lexus IS300h Luxury por ejemplo, ya que son coches que, con motores con potencia de algo más de 200 CV y muy bien equipados, rondan los setenta mil euros. Otra opción como coche lujoso para el día a día, que no conlleva unos gastos de mantenimiento muy altos y es muy exclusivo sería un Tesla Model S con batería de 85kWh por setenta y seis mil euros.

Si lo que queremos es algo más deportivo tenemos muchas opciones tanto de precios y marcas como de configuraciones mecánicas. El BMW M2 Coupe arranca en sesenta y dos mil euros, el Audi RS3 en sesenta mil euros, el Focus RS en cuarenta y un mil euros, el Lexus RC300h Luxury en cincuenta y ocho mil euros, el Jaguar F-Type Coupe en setenta y cinco mil euros, un Porsche Boxster S por setenta y cuatro mil euros, un Nissan 370z Nismo a partir de cuarenta y cinco mil euros, o si queremos algo más exclusivo (por los pocos que se ven en las carreteras españolas) un KTM X-Bow Street por setenta y cuatro mil euros. En todos los casos hablamos de vehículos nuevos, ya que si lo que queremos es un modelo usado (bien porque le tengamos cariño desde pequeños o sean deportivos que nuevos se nos salen del presupuesto, el abanico es mucho mayor.

Como ven hay bastante variedad de distintas marcas, especialmente en coches prestacionales. Podríamos ir siempre subiendo el precio con la excusa del "por un poquito más tengo..." y acabaríamos gastando quizá veinte o treinta mil euros más, que quizá en el total no sea mucho, pero en el acumulado de gastos sí lo será. Tenemos que tener en cuenta que la cantidad de dinero ganada no es suficiente como para retirarnos, y antes o después tendremos que afrontar los gastos del vehículo quizá sólo con nuestro salario.

Mantenimiento más caro

Un coche deportivo o lujoso no sólo tiene piezas y repuestos más caros (ruedas por doscientos euros la unidad, frenos por otros tantos el juego, etc.) sino que también todo lo que sea mano de obra en taller oficial será



60.000
**Por un precio medio
 de 60.000 euros
 puede optar por
 berlinas de lujo con
 altas prestaciones**

más cara, los seguros probablemente suban de los dos mil o más euros anuales (a todo riesgo sin franquicia por supuesto), impuesto de circulación alto, mayor consumo de combustible, y en el caso de uso deportivo mayor desgaste de piezas, lo que quiere se traduce en la necesidad de cambiarlas antes. Además son coches que nos dará mucho reparo dejarlos aparcados en la calle, así que habrá que sumar plaza de garaje si no la tenemos, siendo una plaza privada en nuestra vivienda la mejor opción (por pedir...).

A todos nos gusta soñar que nos toca la lotería y podemos gastar y gastar dinero como si no costara. Si de verdad nos tocara un premio de esta cuantía hemos visto cómo con un presupuesto más contenido, realista y para nada pequeño encontramos muchas opciones para cambiar de coche. Soñar es gratis pero, desgraciadamente, los coches de lujo no.

FUNDACIÓN MUTUA MADRILEÑA

CONCIERTOS A FAVOR DE ACNUR Y AYUDA EN ACCIÓN

El grupo asegurador dona más de 23.000 euros a favor de estas dos ONG con la celebración de dos conciertos navideños con la soprano Inma Shara

REDACCIÓN

Fundación Mutua Madrileña ha reunido más de 23.000 euros a favor de las organizaciones no gubernamentales (ONG) Acnur y Ayuda en Acción a través de la recaudación solidaria de sus dos conciertos de Navidad, celebrados los pasados 10 y 11 de diciembre en el Auditorio Nacional de Música de Madrid.

La fundación explica que en el caso de Acnur, la ayuda será empleada en su iniciativa de apoyo a refugiados que huyen de la guerra de Siria y, en concreto, a la entrega de mantas térmicas.

Por su parte, la aportación a Ayuda en Acción irá destinada a su proyecto de impacto social en España, de ayuda a niños y sus familias en situación de riesgo de exclusión social, que se traducirá en becas de comedor, material escolar o excursiones.

Los conciertos, dirigidos a asegurados y clientes del Grupo Mutua, contaron con la participación de Inma Shara y de la Orquesta Sinfónica Nacional Checa. De igual modo, desde el 12 de enero, los mutualistas escogerán en la página web de la fundación, <http://www.fundacionmutua.es>, a qué ONG de



EE

los ámbitos adulto y familiar desean que se destine la recaudación íntegra de los ciclos de conciertos que la Fundación Mutua Madrileña ha organizado a lo largo de todo el año 2015. Además, la fundación ha logrado recaudar más de un millar de juguetes a beneficio de Cáritas a través de un espectáculo de magia solidario celebrado en la sede de la aseguradora en colaboración con la Fundación Abracadabra.



EE

AXA ASSISTANCE

7.500 EUROS PARA AYUDA HUMANITARIA

Los empleados de la compañía de asistencia de AXA colaboran con varias organizaciones humanitarias

REDACCIÓN

En un AXA Assistance celebró del 23 al 29 de noviembre una nueva edición de sus Jornadas Solidarias. En esta ocasión, los empleados de la multinacional recaudaron un total de 7.500 euros, a través de las diferentes actividades realizadas, como el mercado solidario que contó con productos elaborados por los propios trabajadores, que se repartirán entre cinco iniciativas solidarias. Como novedad en esta edición, los trabajadores pudieron elegir, a través de una encuesta interna, entre dos proyectos solidarios de las entidades no

lucrativas Acnur y Plan Internacional. Tras la votación, el 55 por ciento de los trabajadores decidieron que la mayor parte del importe recaudado se destine a la ONG Acnur, para financiar el proyecto Ayuda en la crisis de refugiados del Mediterráneo. Asimismo, la multinacional también ha querido apoyar el proyecto Por ser Niña de la ONG Plan Internacional, votada por el 45 por ciento de los colaboradores, y que reivindica el desarrollo, la educación y la defensa de los derechos de las niñas y trabaja para erradicar la desigualdad de género.

AXA Assistance también ha respaldado otras asociaciones con fines solidarios, como son la Obra Social de Sant Joan de Déu –que trabaja en la atención integral de colectivos vulnerables- y la Asociación de Padres de Niños con Cáncer (Asion) de Madrid.

Además, como cada año, los trabajadores de la compañía han querido contribuir con los Bancos de Alimentos de Barcelona y Madrid, entregando un total de 280 kilos de alimentos básicos, además de realizar una aportación económica.

CAMBIO CLIMÁTICO

AIG REVISA SU ESTRATEGIA Y AFIANZA SU COMPROMISO CON EL MEDIO AMBIENTE

La compañía invierte más de 260 millones de dólares en mejorar la eficiencia energética de sus sedes en todo el mundo y reconoce el cambio climático

REDACCIÓN

La aseguradora AIG ha renovado su compromiso con el medioambiente durante el pasado ejercicio. Ha sido la primera aseguradora norteamericana comprometida con el medioambiente y el cambio climático, reconociendo el consenso científico que plantea este cambio como una realidad, según explica en un comunicado.

Consciente de las implicaciones del cambio climático en la industria aseguradora, AIG ha analizado los más recientes estudios y políticas climáticas para anticipar cambios potenciales en los perfiles de riesgo, modelos de suscripción y planes estratégicos especialmente orientados a este nuevo escenario que afecta también al desarrollo del seguro.

Así mismo, ha considerado los cambios en el clima y las tendencias meteorológicas como una parte integral del proceso de suscripción de pólizas, para tener en cuenta las nuevas dimensiones de riesgo que el cambio climático puede implicar.

También ha diseñado y renovado la gama de productos y servicios específicamente orientados a los riesgos medioambientales, para ayudar a sus clientes a ser proactivos en esta materia, incluyendo la difusión de conceptos como la resiliencia y las políticas de prevención ante los desastres naturales, promoviendo la adaptación de las empresas, el reforzamiento de medidas de seguridad y promoviendo la reducción en las emisiones de gases.

En concreto, la aseguradora ha invertido más de 260



GETTY

millones de dólares en mejorar sus oficinas en todo el mundo, lo que engloba la utilización de fuentes de iluminación y energía más eficientes para sus infraestructuras.

Por ejemplo, en las oficinas de AIG en España se han sustituido todas las luminarias, por otras más eficientes, con ahorros en electricidad de hasta el 65 por ciento, con el consiguiente ahorro en términos medioambientales; además de iniciativas de reciclado de materiales, papel de oficina, envases de tóner para las impresoras y otras medidas similares, que “pueden parecer pequeñas, pero que consideradas en su conjunto aportan mucho en términos tanto ecológicos como de ahorro de gastos superfluos”, señala AIG.

SEGURIDAD VIAL

CONVOCADOS LOS OCTAVOS PREMIOS ‘PONLE FRENO’

Ponle freno, la acción social centrada en seguridad vial impulsada por Atresmedia y Fundación AXA, acaba de convocar la octava edición de los Premios Ponle Freno, que reconocen a todas aquellas personas, instituciones e iniciativas que hayan contribuido a promover la seguridad vial y, en consecuencia, a ayudar a disminuir el número de accidentes en las carreteras españolas.

Los premios constan de cuatro categorías -Mejor acción de seguridad vial, Ciudadano Ponle Freno, Premio AXA innovación y desarrollo y Premio Ponle Freno junior-, a las que esta edición se suma el Premio Ponle Freno a la Mejor Iniciativa de Seguridad Vial Laboral, dirigida a grandes empresas, pymes, administraciones, universidades... y en general todas aquellas entidades que desarrollen acciones de sensibilización y formación en educación vial dirigidas a sus empleados con el fin de reducir la siniestralidad vial.

El plazo de presentación de candidaturas está abierto hasta el próximo 26 de febrero. Los premios se entregarán en abril en una ceremonia que tendrá lugar en el Senado.



EE

RESTAURANTES RESPONSABLES

España es uno de los países del mundo con mayor número de locales de restauración y ocio por habitante. Para llevar a cabo esta actividad empresarial es preciso contar con las coberturas adecuadas, especialmente en materia de Responsabilidad Civil

V.M.Z.

En España somos de bar. No lo afirmo yo, sino los resultados de varios estudios. Por ejemplo, el informe Vínculo entre los ciudadanos y el bar realizado por Coca Cola afirma que hay un bar por cada 132 habitantes.

Esta cifra convierte a España en uno de los países con más bares y restaurantes del mundo. Y esto nos es casualidad. El buen clima y el carácter abierto de los españoles hacen que para desconectar de un largo día de trabajo prefieran salir de cañas o a cenar fuera de casa antes que leer un libro o pasear.

En este contexto, es preciso que los locales de ocio y restauración cuenten con todas las garantías para poder desarrollar su oferta sin riesgos –ni para el local y sus dueños, ni los clientes, por supuesto- por eso, en los últimos meses, el sector asegurador ha mejorado su oferta para el segmento de empresas y locales comerciales, uno de los segmentos de negocio que consideran estratégicos al calor de la recuperación económica.

Protección integral

Los seguros de comercio destinados a la restauración son, cada vez más, pólizas a la medida de las necesidades de cada local. Al tratarse de riesgos más complejos, el dueño de un establecimiento puede ponerse en manos de un experto del sector asegurador para que le aconseje y le asesore acerca de las mejores opciones que tiene para asegurar su negocio.

A grandes rasgos, un seguro para un restaurante o cafetería debería cubrir a los clientes, a los empleados, el local y los daños que se puedan ocasionar a terceros en el desarrollo de



ISTOCK

la actividad. El seguro de multirriesgos se hará cargo del local y de los bienes que contenga en caso de robo, incendio y las coberturas y garantías que quiera añadir el asegurado. En el caso de la responsabilidad civil (RC) hay varias opciones que

deben contemplarse. En el desarrollo de la actividad se pueden provocar varios tipos de daños a terceros: que un defecto en las instalaciones provoque lesiones o accidentes a los clientes o a los trabajadores, que por un fallo en el proceso de manipulación de los alimentos se provoque una intoxicación a los comensales... etc.

Diferentes coberturas de RC

En un restaurante, las coberturas de responsabilidad civil más comunes son: la responsabilidad civil patronal, que protege al propietario del negocio frente a los daños que pueda causar a sus trabajadores. En caso de necesitarlo, la aseguradora se hace cargo de las reclamaciones de los asalariados que sufran un accidente laboral en el que el responsable fuera el empresario.

La responsabilidad civil de producto cubre las posibles indemnizaciones a clientes que sufran daños ocasionados por productos alimentarios que se elaboren en el local –por ejemplo, cuando se provoca una intoxicación por servir un plato en mal estado-.

Para cubrir la Responsabilidad Civil general del establecimiento está la cobertura de responsabilidad civil de explotación, que se encarga de resolver los daños materiales o personales a terceros.

Si el establecimiento está en un local en alquiler, a través de la cobertura de Responsabilidad Civil locativa se cubre al empresario arrendador frente a los daños que pueda provocar en el local durante su estancia. De esta manera se protege al empresario frente a reclamaciones del arrendatario.



Zurich Seguros se reorganiza y pone su foco en el cliente

Zurich Seguros ha decidido reorganizar su estructura para el área de Ventas y distribución de seguros generales. El objetivo del área dirigida por Carlos Palos será reforzar la estrategia de focalización en el cliente, con equipos especializados en tres grandes áreas: segmentos de cliente particular, comercios y pymes, y partners.



Caser estrena servicio de geolocalización para Autos

La compañía ha lanzado un nuevo servicio de geolocalización para sus asegurados de Autos que permite ubicar al usuario con precisión a través de un sms. Mediante la recepción de un vínculo en el móvil la compañía puede obtener las coordenadas en las que se encuentra el asegurado, y facilita de esta forma su localización.



Mapfre reorganiza su estructura operativa en España

Con el objetivo de avanzar en su modelo de gestión, Mapfre ha reestructurado su organigrama. Antonio Huertas, presidente de la organización, ha destacado que este cambio servirá para competir en un entorno cada vez más digital, "hacerlo con la máxima eficiencia y de una manera alineada con las mejores prácticas de gobierno".



208.832 personas cobran cada mes una renta vitalicia

Casi 209.000 personas reciben de forma mensual su renta vitalicia, según un estudio incluido en la Memoria social del seguro de 2014. Estas personas son las beneficiarias de las rentas vitalicias colectivas constituidas por 63.268 empresas de todo el país. Su importe medio ascendió en el periodo estudiado a los 613 euros mensuales.



AXA refuerza su apuesta por los corredores de seguros

Rafael Raya, director de Corredores de AXA, subrayó, durante la III Convención de Gexbrok, la importancia del negocio de corredores para AXA, con los que mantiene un volumen de negocio de más de 1.100 millones de euros. Durante el evento se presentaron nuevas estrategias y para optimizar el asesoramiento a clientes.



El 56% considera que las bicis hacen peligrar el tráfico

El 56 por ciento de los españoles cree que las bicicletas aumentan la peligrosidad del tráfico, según el estudio de Acierito.com. Esta percepción negativa destaca en Barcelona y Bilbao, con Madrid (59,5 por ciento) también por encima de la media nacional. Solo San Sebastián se declara "probicicleta", con el 66,7 por ciento a favor de las dos ruedas.

NUEVOS ALTAVOCES PARA EL SONIDO DEL SIGLO XXI

Estrene sonido de alta fidelidad en 2016 con las propuestas más vanguardistas e innovadoras. Nuevos diseños en materiales de lujo y la última tecnología para llenar su hogar de sonido

ANA M. SERRANO

La música seduce por sí misma. Desde que el mundo es mundo. Sin embargo, no podemos negar que los avances tecnológicos han sublimado el placer del sonido a niveles impensables hace apenas unos años. En pleno siglo XXI, el lujo, el diseño y la Alta Fidelidad se unen para vivir una de sus épocas más doradas. ¿Qué nos deparará el futuro? Difícil de precisar, aunque visto el florecimiento técnico de la nueva era digital, los hijos de este apasionado idilio a tres bandas hablarán de caricias y perfección, de belleza y de pureza acústica. Como ahora. Porque el futuro del sonido ya es el presente.

Sonidos envolventes, tecnología de vanguardia, diseño minimalista,

acabados sorprendentes... Firmas de toda la vida que apuestan por la calidad sin olvidar el diseño, se suben al carro del lujo, la precisión y la alta tecnología con propuestas sorprendentes capaces de elevar el sonido a niveles casi místicos mediante altavoces inteligentes, inalámbricos, exclusivos. Tal vez alguno escape al bolsillo del común de los mortales, pero soñar es gratis y si no podemos disfrutar de su acústica nada nos impide apreciar la belleza de las últimas propuestas en audio. Hemos elegido seis. Por sus líneas atractivas, su originalidad y, por supuesto, su excelencia a la hora de transmitir el sonido.

El nuevo Zeppelin Wireless de la firma británica Bowers & Wilkins encabeza nuestra selección no sólo por su enorme capacidad y funciones. También por la bellísima elegancia de sus líneas futuristas. Sin cables, un sistema de audio que incorpora cinco altavoces de última generación y un rediseño radical, el Zeppelin Wireless integra tecnologías de vanguardia en Alta Fidelidad combinadas con una conectividad inalámbrica sin fisuras.

Hablando de diseño impecable, la nueva apuesta del californiano Joey Roth cumple con las expectativas del minimalismo acústico más exigente. La última criatura, recién salida de su laboratorio en Portland, se llama Steel Speaker en honor a su estructura fabricada exclusivamente en acero. Apenas alcanza los 40 centímetros de altura y un peso de 5,5 kilos, sin embargo este altavoz es capaz de reproducir a la perfección los sonidos más graves gracias a su sofisticada



tecnología interna que impide la distorsión de los bajos. En acero o grafito y sin cables, su tamaño y diseño armonizan con todo tipo de decoración, incluso la más clásica.

De la exclusividad de River's Tone Premium Speaker -dos altavoces unidos, fabricados a mano en oro macizo y con cuarenta diamantes de talla perfecta- el culpable es Michio Sakamoto. El ex de Sony no ha escatimado en diseño. Tampoco en materiales. Lo que convierte esta pequeña caja dorada en los altavoces más caros del mundo (4,7 millones de euros), los más exclusivos y, probablemente, los más extravagantes. Aunque el lema de Sakamoto emule el célebre 'menos es más' de Mies Van der Rohe, en este caso cualquiera podría negarlo. Pero lo cierto es que la pureza, la calidad y la perfección tecnológica superan incluso al lujoso acabado. O eso dicen.

Si hay una firma que no puede faltar en la vanguardia del sonido es la danesa Bang & Olufsen. Capaz de sorprender con cada uno de sus diseños, abren 2016 con dos altavoces fuera de serie: BeoPlay A6 y BeoLab 90. Portátil e innovador, el diseño con forma de respaldo del BeoPlay A6 -acabado en textil Kvadrat- encaja en cualquier espacio, mientras que su tecnología multi-room permite reproducir sonidos de extraordinaria calidad en toda la casa. Pero esto no es todo. Lo verdaderamente insólito del nuevo modelo es su sistema de control, parecido a una tableta, que responde a los gestos de la mano. Una suave caricia es suficiente para subir y bajar el volumen; incluso congelar el sonido es posible con un simple toque en la parte superior.

Bajo el lema 'el sonido como filosofía', la tecnología se alza como la estrella interior del BeoLab 90. El gigante de la casa que llega dispuesto a cambiar el futuro del sonido. Una exquisita combinación entre diseño 360° y acústica sofisticada lo convierten, muy posiblemente, en el altavoz digital doméstico más completo, potente e inteligente jamás creado, aunque su espectacular puesta en escena -137 kilos y una altura superior al metro- quizás no encaje en todos los hogares.

De Sony es el benjamín de nuestras propuestas acústicas. El chiquitín, mejor. Pues con sus 6x6x6 cm y 200 gramos de peso, el Sony SRS-X11 más que un altavoz, parece un juguete infantil. Pero de eso nada. Se trata de uno de los portátiles más potentes (sí, sí, potente) del mercado cuya conexión Bluetooth o NFC (Near Field Communication) es capaz de reproducir hasta 12 horas de música sin pausa, permitiendo igualmente añadir otras fuentes de sonido (hasta cinco a la vez) por si lo tuyo es el estéreo o la potencia musical elevada a su máxima expresión. Sonido compacto en forma de cubo disponible en cinco colores diferentes: rosa, negro, blanco, azul y rojo.



Estas son algunas de las propuestas más innovadoras y exclusivas para llenar de sonido y estilo su hogar. En la otra página, imagen del innovador modelo Zeppelin Wireless, desarrollado por Bowers & Wilkins. 2 Altavoz Rivers Tone diseñado por Michio Sakamoto con un lujoso acabado de oro y diamantes 3 y 4 las innovadoras propuestas de Beolab 90 y BeoPlay A6, ambos de la compañía sueca especializada en imagen y sonido Bang & Olufsen. 5 Este altavoz con forma de cubo es el Sony SRSX11, y es la última propuesta de nuestra selección. EE

LAS MEJORES OFERTAS EN PÓLIZAS DE AUTOMÓVILES

Comienza un nuevo año y con él llegan numerosos cambios. También en lo que se refiere al mundo de los seguros de automóviles. Empezamos el año con las mejores ofertas para asegurar el coche que ofrecen tres compañías de seguro directo: Línea Directa, Qualitas Auto y Balumba

DIEGO FERNÁNDEZ TORREALBA

Centrándonos en los de auto se antojan importantes novedades. Según los expertos el cambio en la ley, que conlleva un aumento del 50 por ciento en las indemnizaciones por fallecimiento y de un 35 por ciento en las que se realizan por lesiones con secuelas, traerá consigo un aumento en el precio de los seguros. Sin embargo, es posible aún encontrar precios económicos. Pongamos un ejemplo para demostrarlo. Supongamos que tenemos 20 años de carné, una edad cercana a los 40 y queremos asegurar a terceros un Seat Alhambra nuevo de 90 CV, al que haremos unos 10.000 kilómetros al año. Varias compañías nos garantizarán precios

realmente asequibles, en torno a los 200 euros.

Línea Directa ofrece, por 191 euros, el seguro a terceros básico con asistencia en viaje. Éste se hace cargo de la responsabilidad civil -daños a terceros, cobertura obligatoria por ley (15 millones de euros en daños materiales y 70 millones en daños personales) y cobertura voluntaria adicional incluida de 50 millones de euros. La asistencia en viaje se prestaría desde los cero kilómetros en el caso de los vehículos y desde 25 en el de las personas, con la opción de disponer de un vehículo de sustitución. Cubre además la pérdida de llaves, la falta de combustible y los pinchazos.

En lo que respecta al resto de coberturas, serían estas: 12.020 euros, ampliable a 60.100 euros, de indemnización por fallecimiento o invalidez permanente; 12.000 durante un año por asistencia sanitaria; 1.000 en defensa jurídica. No ofrecería protección en el caso de retirada de carnet.

Vamos ahora al de Qualitas Auto, con un coste ligeramente superior (207 euros) y una oferta especial, el Compromiso 100 euros. La empresa se compromete a la rapidez en la gestión de los incidentes, prometiendo asistencia en menos de 45 minutos, peritación en menos de 24 horas y reparación en menos de 72 horas. Si no cumple con ello asegura la devolución de 100 euros al cliente. La oferta es igual a la anterior en los casos de RC y asistencia en viaje, pero distinta en el resto de coberturas: 15.000 euros de indemnización por fallecimiento o invalidez permanente, 3.000 durante un año por asistencia sanitaria, 900 en defensa jurídica... y protección opcional ante la retirada del carnet.

Por último, Balumba ofrece el seguro más barato (183 euros) pero excluye la asistencia en viaje. Para incluirla los clientes deberán pagar 218 euros. Esta firma presenta otra promesa, su Compromiso 50 euros: peritación en un máximo de 24 horas y servicio de grúa con 45 minutos de espera como tope. Si no es así revierten 50 euros al cliente. Coincide con Línea Directa y Qualitas en los dos primeros ámbitos, aunque en el resto de coberturas difiere: 5.000 euros de indemnización por fallecimiento o invalidez permanente, 3.000 euros durante un año por asistencia sanitaria y 600 en defensa jurídica.



ISTOCK

EL SEGURO TIRA DE LAS REDES PARA ATENDER AL CLIENTE

El uso de las redes sociales es una constante. Crece su utilización como forma de comunicación, para informarnos y también para expresar malestar. Por eso, las compañías están llevando a las redes sociales sus servicios de atención al cliente

REDACCIÓN

Internet ha conseguido derribar las barreras de la comunicación. De todo tipo. Acerca a las personas que están a miles de kilómetros de distancia y permite a los consumidores entablar conversaciones de igual a igual con las empresas. Este cambio en las tendencias de la sociedad ha llegado al sector asegurador, como no podía ser de otra manera.

De acuerdo con el VI Estudio de Redes Sociales de IAB Spain, el 82 por ciento de los internautas españoles de entre 18 y 55 años son usuarios activos de redes sociales, cerca de 14 millones de personas. Facebook, Youtube y Twitter son las redes más utilizadas.

La mayoría de los más de 500 millones de usuarios con los que cuenta Twitter, la red de *microblogging* más usada del



mundo, ha utilizado alguna vez su cuenta en el perfil social para informarse o para leer opiniones de otros usuarios acerca de un producto o un servicio.

Y también, cómo no, como tablón de anuncios en el que exponer su desacuerdo con una compañía. También con las compañías de seguros. Por eso, Twitter se ha convertido en un nuevo canal de atención al cliente, más rápido, más ágil, más directo.

A lo largo de 2016, *eEconomista Seguros* les ofrecerá una serie de artículos dando a conocer las peculiaridades de cada red social, con consejos para sacar el máximo partido a sus perfiles en las principales redes sociales.

Atención al cliente en la red

De acuerdo con un estudio *El consumidor social. Madurez del social customer service en el mercado español 2015*, realizado por Altitude, el 54,5 por ciento de las compañías de seguros ofrece atención al cliente a través de Twitter y Facebook.

El informe asegura que el sector asegurador es el tercero más desarrollado en este aspecto, tan sólo por detrás de banca y telecomunicaciones. El 27 por ciento de las aseguradoras ha incluido a las redes sociales dentro de su estrategia multicanal, de acuerdo con este estudio.

Altitude afirma que las aseguradoras que ya han puesto en marcha una estrategia de presencia en redes sociales “demuestran una mayor solidez y mejor posicionamiento que otras marcas con mayor experiencia en el medio”.

El 90 por ciento de las compañías analizadas recibe menos de mil interacciones al mes. Por debajo de la media está también el grado de vinculación con los usuarios –medido por el número de respuestas y menciones recibidas-. El sector asegurador llega al 20 por ciento, mientras que la media está en el 34,5 por ciento.

Los consumidores están cada vez más dispuestos a participar y a forjar su relación con las compañías de seguros a través de las redes sociales, lo que supone una buena oportunidad de negocio, según señala el estudio de Altitude.



EE

MONTENEGRO, EL PAÍS QUE SORPRENDE

Más de uno y más de dos no sabrán siquiera situar correctamente Montenegro, minúsculo país mediterráneo nacido tras la desintegración de la antigua Yugoslavia, joven nación que vio la luz en 2006 tras su escisión de Serbia

DIEGO FERNÁNDEZ TORREALBA

Sin embargo, este recóndito espacio hace bueno de nuevo el dicho de *Teruel existe*. Pese a su pequeña extensión, minoría de edad como país y escasa fama internacional, está plagado de atractivos alicientes para los viajeros que tengan curiosidad por visitarlo. Montaña, playa, ciudades históricas, gente acogedora, animada vida nocturna y buena gastronomía son algunas de sus bazas, amén de sus precios moderados. Todo ello es sinónimo de un espacio perfecto para disfrutar de unas buenas vacaciones en un lugar bonito, barato y próximo -aunque las malas conexiones lo complican a España.

El punto fuerte de este país es su fabulosa combinación entre playa y montaña. Todo queda a un paso en un estado minúsculo en el que los riscos de vértigo plagados de

vegetación acompañan al Mediterráneo a lo largo de toda la franja costera. Es cierto que los arenales no resultan por lo general de una calidad extraordinaria, pero el agua suele ser cristalina y su temperatura perfecta para pegarse un buen chapuzón incluso en primavera u otoño.

Los paisajes de montaña son espectaculares en casi cualquier lugar de este abrupto país. En el interior del mismo destacan además los cañones del Susica y del Tara, así como el lago Skadar. También es recomendable una excursión al monasterio de Ostrog, prácticamente encajado en la roca, y al mausoleo de Lovcen, desde el que se domina una vista espectacular.

Es cierto que la ciudad principal, Podgorica, no destaca por su belleza ni por su historia, aunque sí por la variedad de planes que ofrece al visitante. Pero podemos encontrar conjuntos arquitectónicos medievales de gran interés en las ciudades principales de la costa, caso de Budva, Kotor (Patrimonio de la Humanidad), Bar, Ulcinj o Herceg Novi. No debemos dejar de citar dos pueblos preciosos, Perast y Sveti Stefan. La variedad de religiones -católicos, ortodoxos, musulmanes, con sus correspondientes templos dispersos por todo el país- y la heterogénea riqueza de la historia montenegrina (han pasado por allí, entre otros, romanos, turcos, venecianos o austriacos) le dan variedad y atractivo a Montenegro. La gastronomía es sabrosa y sana, los precios moderados y el país goza además de esa suerte de mantener su identidad pues el turismo, por el momento, no lo ha desbordado en líneas generales -excepción hecha de algunas localidades costeras en verano-.

Es difícil encontrar puntos débiles a Montenegro, pero los hay. Cuesta volver a soportar el humo del tabaco dentro de los lugares cerrados, algunas cosas funcionan al más puro estilo sureuropeo, caóticamente y con escasa organización, y el idioma montenegrino, una variante del serbio, complica las cosas al foráneo en una nación a la que todavía le cuesta desenvolverse en inglés.

Pero esto no empañan la realidad de un país sorprendente, agradable y variado. Les recomiendo visitarlo.

Auto
Hogar
Viaje
Salud

**Líderes
en Asistencia
en España**

AXA Assistance España. Datos 2014

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

HAIG CLUB, EL 'WHISKY' DISPUESTO A DESBANCAR AL 'GIN-TONIC'

Diageo confía en David Beckham para ser el embajador de Haig Club, un *whisky* con casi 200 años de historia que irrumpe con fuerza para revolucionar el mundo de la coctelería. ¿Ha llegado la hora de decir hasta luego al *gin-tonic*?

ANA M. SERRANO



EE

La “joya oculta de Escocia” llegó a España hace apenas dos meses, pero la historia de Haig Club se remonta al siglo XVII. Concretamente a 1824, el año en que John Haig —heredero de un legado familiar de más de doscientos años de historia— fundó en Cameronbridge *House of Haig*, la primera destilería escocesa pionera en el arte de la producción del *whisky* de un solo grano (single grain) a partir de un destilado exclusivo en alambiques de cobre continuos.

Nace así un *whisky* versátil, ligero y suave, con un regusto a vainilla, caramelo, miel y limón que lo convierten en un trago único, elegante, con carácter. Revestido con el espíritu innovador de su creador, de la mano de Diageo —el mayor productor de *whisky* escocés del mundo— y un embajador de

excepción, David Beckham, Haig Club se presenta en nuestro país como el gran desafío a la hegemonía del *gin-tonic*.

Encerrada en una preciosa botella cuadrada de cristal azul y tapón de color cobre, inspirada en la tradición de los maestros mezcladores de la firma, la esencia escocesa desafía a la coctelería más selecta con propuestas clásicas a base de naranja y ginger-ale o sencillas combinaciones como el Haig Clubman con hielo y jengibre.

Pero también se decanta por una serie mucho más sofisticada y cálida que incorpora en sus recetas ingredientes inéditos como la castaña asada (Martini de castaña asada con Haig Club), el huevo batido y la sobriedad del jerez (*Festive Flip*, la alternativa al postre) o el sabor picante de las especias, la grosella negra y el exotismo del oporto *tawny* del *Mulled*

Haig, la apuesta más reconfortante de la gama en estos días invernales.

Derribando clichés

Haig Club ofrece una experiencia única que rompe con todos los clichés en torno al *whisky* tradicional, tanto por su sabor extremadamente suave como por su proceso de elaboración y maduración en tres diferentes barricas: *bourbon* de roble americano, *whisky* de malta y una última de maderas jóvenes, que le aportan ese extraordinario aroma en boca con sofisticados toques afrutados y matices de toffee, convenciendo tanto a los amantes tradicionales del *scotch* más puro como a los paladares selectos de preferencias ultrasuaves.