

Seguros

elEconomista

Revista mensual

9 de enero de 2020 | Nº 75

Carlos García Pascual
Director seguros en Everis



“Las aseguradoras tendrán que estar permanentemente buscando la innovación” | P10

Por qué 2020 impulsará (por fin) las ventas de coches eléctricos en España | P12

Los fondos de inversión ganan el primer asalto de la batalla por el ahorro | P18

HELVETIA REVOLUCIONA EL PANORAMA DE COMPRAS EN 2020

En pocos días se conocerá si el grupo suizo se hace con Caser, la primera gran operación de 2020 | P6



04. El experto responde ¿Puede el banco obligar a contratar seguros?

El corredor de seguros Carlos Lluch nos ayuda a resolver las principales dudas sobre el sector

24. Empresas Emprender más allá de los 40 años

Si ya ha cumplido los 40 años y quiere emprender, no se preocupe, está en la mejor edad

28. 'Techdencias' Los 'gadgets' que darán que hablar en 2020

Fueron las estrellas tecnológicas de 2019 y lo seguirán siendo en el año que acaba de empezar

30. RSC La fuerza de más de 2 millones de voluntarios

El voluntariado corporativo gana fuerza entre las compañías del sector asegurador

Edita: Editorial Ecoprensa S.A. **Presidente Ejecutivo:** Antonio Rodríguez Arce
Vicepresidente: Raúl Beyrutí Sánchez **Consejero Delegado:** Pablo Caño
Directora de Relaciones Institucionales: Pilar Rodríguez
Director de Marca y Eventos: Juan Carlos Serrano

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

Reportaje Caser y Helvetia agitan el M&A del seguro en 2020

La venta de Caser es la primera de las operaciones corporativas que se esperan en el sector tras un 2019 muy activo



06



18

Pensiones Los fondos ganan el primer asalto de la batalla del ahorro

Los ahorradores españoles depositaron más capital en fondos de inversión que en planes de pensiones hasta noviembre de 2019

Motor 2020 impulsará (por fin) las ventas de coches eléctricos

La nueva normativa de emisiones comunitaria, con importantes sanciones, acelerará las ventas de vehículos eléctricos



12



26

Con pasión Ángel Barbero, CEO y 'sensemaker' de Recúbica

"Los problemas son la visión cortoplacista y el desprecio por la estrategia frente a los planes tácticos"



Las operaciones corporativas y la innovación, claves del año

La operación de compra de una participación mayoritaria en Caser abre la temporada de operaciones corporativas en el sector asegurador español en 2020, con permiso de la adquisición de CoverWallet por parte de Aon, cerrada unas horas antes del cierre de esta edición. El mercado de fusiones y adquisiciones -M&A según sus siglas en inglés- del seguro global se volvió a reactivar el pasado ejercicio con un especial crecimiento en la primera mitad del ejercicio. El apetito inversor se debe a que las aseguradoras compiten en un entorno de mercado cada vez más competitivo, con el empuje del ecosistema *insurtech* y la transformación digital pisándoles los talones.

La sociedad está cambiando, así como sus necesidades de aseguramiento, y la innovación será la clave para adaptarse. Otros factores que también influyen en el hambre de compras de grupos aseguradores como Helvetia son los bajos tipos de interés que reducen los márgenes financieros del negocio asegurador y dificultan grandes crecimientos de cuota de mercado de forma orgánica. El grupo asegurador suizo tiene todas las papeletas para hacerse con una participación mayoritaria en el capital de Caser, salvo sorpresas de última

hora, una operación que se cerrará previsiblemente el 20 de enero. Se lo contaremos en nuestra edición de febrero. En este número analizamos el mercado de M&A del seguro de los últimos meses en el reportaje de portada.

También hablamos de innovación con Carlos García Pascual, director de seguros de Everis; y con Ángel Barbero, CEO y *sensemaker* de Recúbica. Si está interesado en adquirir un coche eléctrico este año, le desvelamos por qué este ejercicio será el año de despegue de las matriculaciones de coches eléctricos, algo en lo que la nueva normativa comunitaria de emisiones tendrá mucho que ver.

También analizamos la batalla por captar el ahorro en la recta final del ejercicio entre los planes de pensiones y los fondos de inversión. Los fondos lideran ligeramente este primer asalto, descubra más en la sección Pensiones. Inauguramos sección de Cultura, con las últimas novedades de libros, teatro, cine y otras opciones. Comenzamos con la literatura *noir* que viene pisando fuerte en el comienzo de 2020. Y como siempre, encontrará numerosos consejos e ideas relacionadas o no con el seguro, para hacerle la vida más fácil. También puede descubrir las últimas tendencias en tecnología. O redescubrir Londres. Feliz lectura.

En un mercado tan competitivo como el español, una de las únicas formas de ofrecer a los accionistas crecimientos importantes en la cuota de mercado es a través de operaciones como fusiones y adquisiciones

¿ES OBLIGATORIO ASEGURAR LA VIVIENDA?

Una de las principales dudas de los consumidores a la hora de contratar una hipoteca es si la entidad financiera puede obligar a sus futuros clientes a contratar diferentes seguros para acceder al crédito. Carlos Lluch, corredor de seguros, resuelve las preguntas más habituales en estos casos



CARLOS LLUCH

CORREDOR DE SEGUROS
ENVÍE SU CONSULTA A:
revista@segurostv.es

¿Es obligatorio asegurar la vivienda?

En España no existe un seguro obligatorio de viviendas, en general. Por lo que la pregunta debería poder ser contestada con un rotundo "NO". Pero hay que matizar. Por ejemplo, la nueva Ley 5/2019 Hipotecaria prevé que el banco pueda obligarnos a contratar un seguro de hogar para proteger el bien objeto del préstamo. Debería poder obligarnos, tan solo, a asegurar los daños a la edificación, y en este caso estaría justificado que, además, tuviera un derecho preferente a la indemnización tal cual dispone la Ley 50/1980 de Contrato de Seguro mientras dure el préstamo (artículo 40º). Lo que no es correcto es que el banco tenga derechos sobre cualquier indemnización, puesto que el contenido de la casa no es objeto de hipoteca. Asimismo, el banco no puede vincular operaciones financieras y seguros, por lo que tiene el deber de aceptar cualquier seguro que su cliente elija para asegurar su vivienda, aunque no lo medie el banco. También hay que contemplar la eventual obligación que pueden contraer los inquilinos con sus caseros derivada del cumplimiento del contrato de alquiler. Si en este se pacta la obligación de contratar un seguro así debe hacerse. Por último, quiero hacer referencia a las viviendas de uso vacacional que, en función de la Comunidad Autónoma, pueden estar obligadas a la suscripción de un seguro de daños propios, de daños a los bienes de los turistas que se alojen en las mismas y de



ISTOCK

Responsabilidad Civil (RC). En todo caso, y en materia de RC, quiero recordar que, aunque no tengamos seguro tenemos la obligación de reparar el daño que podamos hacer a los demás (artículos 1902 y siguientes del Código Civil) con nuestros bienes actuales o futuros (art 1911 Código Civil) por lo que será una medida siempre inteligente contar con un buen seguro lo cual suele coincidir rara vez con un seguro barato.

¿Y un seguro de vida al contratar una hipoteca?

La situación legal es, cuando menos, confusa. Por una parte, el artículo 5.e de la Ley 26/2006 prohíbe al banco cuando opera como Agente de Seguros "imponer directa o indirectamente la contratación de un seguro". Por otra, el artículo 6.3 de la nueva Ley 5/2019 hipotecaria faculta para imponer dicha contratación mientras se cumpla el deber de transparencia en la publicidad del producto hipotecario. También en esa línea parece ir el artículo 14.f de la misma Ley al decir: "cuando el prestamista, intermediario de crédito..., requiera al prestatario la suscripción de una póliza de seguro...". En un ejercicio de esquizofrenia raro y confuso, esta Ley en su artículo 17.1 prohíbe las ventas vinculadas de productos accesorios para, a continuación, dejar a la Administración la facultad de permitir las si considera que son de interés para el cliente.

En todo caso, en el 17.3 se dice que "Como excepción a la prohibición de las prácticas de venta vinculada..., los prestamistas o intermediarios de crédito inmobiliario podrán exigir al prestatario la suscripción de una póliza de seguro... En este caso el prestamista deberá aceptar pólizas alternativas de todos aquellos proveedores que ofrezcan unas condiciones y un nivel de prestaciones equivalentes a la que aquel hubiera propuesto... no podrá suponer empeoramiento en las condiciones de cualquier naturaleza del préstamo." Para mí, la protección del consumidor pasa, necesariamente, por la libre elección. Posiblemente porque sé que no hay dos seguros iguales ni lo son las necesidades de las familias.



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

¿Como funciona?

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



HELVETIA AGITA EL PANORAMA DE COMPRAS DEL SEGURO EN 2020

En las próximas semanas se conocerá el cierre definitivo de la venta de una participación mayoritaria de Caser a Helvetia, la primera gran operación corporativa -M&A, según sus siglas en inglés- del mercado asegurador español en el ejercicio que acaba de comenzar

V.M.Z.

La venta de Caser es la operación corporativa del año en el sector asegurador. O de los años, porque arrancó en los primeros compases de 2019 y la fecha prevista de cierre de las negociaciones entre las compañías que quieren hacerse con una participación mayoritaria del capital de Caser -Helvetia y Ageas, la antigua Fortis- se cerrarán previsiblemente a partir del 20 de enero.

Todas las apuestas dan como ganadora de la puja a Helvetia. La compañía suiza que en España dirige Íñigo Soto ha manifestado abiertamente su interés en crecer en el mercado español a base de compras, como ya ha hecho en repetidas ocasiones a lo largo de su historia. Su última operación corporativa fue la adquisición de Nationale Suisse, anunciada en 2014. Esta operación





Philipp Gmür, CEO
del Grupo suizo
Helvetia. EE



Ignacio Eyries,
director general
de Caser Seguros.
EE

permitted the Swiss insurance group to grow in branches in which it had almost no activity in Spain, such as transport, and increase its presence in zones of the Spanish market such as Catalonia.

Forjada a base de operaciones corporativas

The history of Helvetia and its Spanish subsidiary are marked by corporate operations. As such, the Swiss insurance group, founded in 1858, entered the Spanish market in 1958 with the purchase of 16 percent of La Previsión Española. Almost three decades later, in 1986, Helvetia took a 95 percent stake in the insurer Cervantes. A year later it acquired 28 percent of Previsión Española. In 1998, Helvetia bought 92 percent of La Vasco Navarra; a year later the companies Cervantes and La Vasco Navarra merged, giving rise to Helvetia CVN.

Continuing with its acquisition dynamic, in 1999 the Swiss insurance group bought 99 percent of Previsión Española, and Helvetia CVN and Previsión Española merged in 2004 to form Helvetia Previsión. Two years later, in 2006, the Swiss insurance group unified its brand in European markets and passed to be known as Helvetia Seguros. Until 2015, Helvetia closed a new operation: the acquisition of Nationale Suisse, and, if all goes well, in 2020 will sign its next corporate operation with Caser.

Helvetia opta a hacerse con una participación mayoritaria en el capital de Caser

La incógnita de Caser

The objective of Helvetia is to become the dominant force in the capital of Caser, and, according to sources familiar with the operation, the shareholders of the company that Ignacio Eyries led began before Christmas negotiations in exclusivity with Helvetia. The objective is that by the next 20th of January it will be ready for the signing of the transaction that values Caser at more than 1,200 million euros. The French Covéa, Abanca, Bankia and Caixabank are the shareholders of Caser that put their shares up for sale a year ago. Bankia controls 15 percent of Caser, CaixaBank 11.5 percent, Abanca another 9.9 percent and Covéa 20 percent. The French company, moreover, has the right of first refusal and it was rumored in the market with the possibility of acquiring the company if the price was not very high -it seems that it will finally sell its shares-. The sum of these participations exceeds 56 percent, but other shareholders of Caser also plan to sell.

It is the case of minorities such as Sabadell and BBVA. Both entities will presumably give up their participations, inherited from the purchases of old savings banks such as CAM, Catalunya Caixa and Unnim.

El nuevo mapa de bancaseguros

One of the main drivers of Caser is its alliances with bancaseguros

con distintas entidades financieras, como Ibercaja, Liberbank y Unicaja. Entre las tres entidades financieras suman el 36,1 por ciento del capital del grupo asegurador. Ibercaja y Liberbank podrían vender parte de sus acciones hasta ajustarlas al 9,9 por ciento, límite a partir del cual la normativa bancaria penaliza las exigencias de capital en una aseguradora.

Otros candidatos a hacerse con Caser han sido la belga Ageas, que llegó a presentar una oferta vinculante por la aseguradora en el plazo previsto -el pasado 3 de diciembre-; así como Santalucía. Otra protagonista de la puja fue Nationale-Nederlanden, pero finalmente se retiró de la carrera.

Un sector marcado por el M&A

El sector asegurador ha estado siempre marcado por las operaciones de M&A -fusiones y adquisiciones según sus siglas en inglés-. Tanto en España como en el mercado global. Hasta el cierre del primer semestre de 2019 se registraron 222 acuerdos de fusiones y adquisiciones en el sector asegurador en todo el mundo, un 13 por ciento más que al cierre de 2018, según los datos del *Insurance Growth Report 2019* de Clyde & Co.

Esta cifra de operaciones representa el cuarto semestre consecutivo de crecimiento en fusiones y adquisiciones del sector. Los llamados *megadeals*, operaciones de más de mil millones de euros, también han crecido, contabilizándose 11 hasta junio -en todo 2018 hubo 18 operaciones de este tipo-. “A pesar de las recientes señales de endurecimiento del mercado, ofrecer un resultado positivo para los accionistas sigue siendo un desafío y las fusiones y adquisiciones son una estrategia atractiva para generar crecimiento para las compañías de seguros y reaseguros en todo el mundo”, explica Ivor Edwards, socio y jefe europeo del grupo de seguros corporativos en Clyde & Co.

Europa ha vivido en este periodo el cierre de “una avalancha” de acuerdos que se habían suspendido debido a la incertidumbre del *Brexit*, señala el informe. Europa experimentó el mayor aumento en la actividad de fusiones y adquisiciones, el 39,7 por ciento, con 88 acuerdos cerrados hasta junio de 2019 en comparación con los 64 del segundo semestre de 2018. Francia lideró el mercado europeo de M&A de seguros y fue el segundo país más activo del mundo, justo detrás de EEUU. Reino Unido y España fueron los siguientes en la lista por volumen de operaciones.

Otras operaciones

Son muchas las operaciones corporativas protagonizadas por compañías de seguros y firmas de mediación a lo largo de 2019. Entre las de mayor

Helvetia se postula como la ganadora en la pugna por hacerse con la mayoría de Caser.
EE



En 2019 se reactivaron muchas operaciones aparcadas por el ‘Brexit’

envergadura está la venta de ReAssure, la filial británica de Swiss Re por 3.900 millones de euros a Phoenix Group Holdings. En el mercado español, Mutua Madrileña se hizo con el 45 por ciento de la colombiana Seguros del Estado. El grupo que preside Ignacio Garralda ha cerrado, además, varias operaciones inmobiliarias y la adquisición de varias participaciones en el sector de la gestión de activos y en el de la movilidad, con el objetivo de diversificar su negocio.

El pasado mes de septiembre, Divina Pastora anunció la compra de Asegurp, por una cantidad que no trascendió, pero que, gracias a ella, la compañía con sede en Valencia dará servicio a más de 460.000 asegurados y alcanzará un volumen de negocio de 254 millones de euros. Por otra parte, tras una década de colaboración, Ges Seguros anunció en junio la compra de una participación mayoritaria en Almudena Seguros. Otra compañía especialista en el ramo de decesos, Aura Seguros, cerró en abril del pasado ejercicio la integración de la cartera de ASSSA. En el lado de los *brokers* también se han producido operaciones, como la frustrada -de momento- compra de Willis Towers Watson por parte de Aon y la operación de adquisición ya cerrada, esta vez sí, de la plataforma digital de seguros para empresas CoverWallet por parte de Aon.

En un mercado asegurador tan competitivo como el español, muchas compañías buscan oportunidades de compra para poder dar un salto cuantitativo a su volumen de negocio.

INTERNACIONALIZACIÓN

EL SEGURO DE VIDA CHINO ATRAE AL RESTO DEL MUNDO

La apertura del mercado asegurador chino a las inversiones internacionales impulsa el interés de las compañías globales por el seguro de vida del gigante asiático

REDACCIÓN

En plena incertidumbre sobre la guerra comercial entre EEUU y China, la tan esperada liberalización del floreciente seguro de vida chino ofrecerá grandes oportunidades para las aseguradoras de vida extranjeras, explica GlobalData. En este sentido, la consultora pronostica que el



EE

mercado chino de seguros de vida crecerá a una tasa anual del 9,6 por ciento. Pasando de los 316.000 millones de dólares en 2018 a 484.000 millones en 2023.

A diciembre de 2019, 50 aseguradoras extranjeras están presentes en China, de las cuales 28 son compañías de vida. En el primer semestre de 2019, las aseguradoras extranjeras registraron un crecimiento del 44,8 por ciento en primas. Poseían una participación del 6 por ciento en la industria de seguros generales china y del 8,1 por ciento en el ramo de vida en 2018.

Para mejorar el entorno para la inversión extranjera, la Comisión Reguladora de Banca

y Seguros de China (CBIRC) ha aumentado el límite de participación extranjera en el mercado de vida del 51 al cien por cien a partir del próximo 1 de enero de 2020. Ashish Raj, analista senior de seguros de GlobalData, comenta que “es probable que una mayor participación extranjera traiga más beneficios para los consumidores del continente”.

Además, para facilitar la participación de las aseguradoras extranjeras en el mercado, la CBIRC ha relajado el requisito de contar al menos con 30 años de experiencia para cualquier aseguradora extranjera antes de entrar en el mercado chino.



EE

FINTECH E INSURTECH

AXA Y ECI ENTRAN EN MYINVESTOR

El Corte Inglés (ECI) Seguros y AXA tendrán un 25% del neobanco junto a otros inversores institucionales

REDACCIÓN

El neobanco *premium* MyInvestor consigue 20 millones de euros protagonizando una de las mayores rondas de financiación del sector *fintech* español hasta la fecha. Así, Andbank España mantendrá en torno al 75 por ciento del capital de MyInvestor y un grupo de inversores, entre los que figuran AXA España y El Corte Inglés (ECI) Seguros, controlará el 25 por ciento restante del capital del neobanco español.

Para impulsar el crecimiento del neobanco durante los próximos años, su

matriz, Andbank España, aportará 10 millones de euros. Por su parte, AXA, El Corte Inglés Seguros y un grupo de *family offices* e inversores españoles aportarán alrededor de diez millones de euros.

El éxito de la operación, que ha contado con el asesoramiento de Crea Inversión, confirma la confianza de inversores cualificados en el modelo de negocio de MyInvestor, firma que, en muy poco tiempo, se ha hecho un hueco en el mercado financiero digital español, explica la aseguradora AXA en un comunicado.

MyInvestor gestiona 200 millones de euros

MyInvestor cuenta ya con 16.000 clientes y cerrará el año con un volumen de negocio de 200 millones, lo que supone un crecimiento de más del 500 por ciento desde los 31 millones con los que arrancó el año. El neobanco ha duplicado su cifra de negocio en el segundo semestre -cerró junio con 93 millones- y el ritmo de captación es creciente, explica AXA en un comunicado.

CARLOS GARCÍA PASCUAL

Director Seguros en Everis

V.M.Z.

Carlos García Pascual es asturiano y Licenciado en Dirección y Administración de empresas por la Universidad de Oviedo. Con 20 años de experiencia en consultoría siempre en el sector asegurador, ha colaborado con gran parte de las compañías que operan en España. Actualmente es el responsable de la cuenta Global AXA y de BBVA Seguros dentro de Everis.

¿Cuáles son los principales retos a los que se enfrenta el sector asegurador en 2020?

Creo que el sector se enfrenta a dos grandes retos, por un lado, muchas compañías están en pleno proceso de digitalización, lo que está afectando a sus procesos de negocio. Todo lo que esta ola digital pueda mejorar la eficiencia y la adaptabilidad de las compañías al mercado, podrá suponer una ventaja competitiva de las mismas respecto a sus competidores; aquí el efecto -todavía no visible- de la inteligencia artificial será clave, así como el aprovechamiento de las capacidades de negocio que los entornos *cloud* empiezan a poner encima de la mesa. Además, como todos sabemos, hay un cambio enorme en las necesidades de los clientes.

En el mercado nos encontramos una gran variedad en los perfiles de los compradores, desde los *millennials* a la *Silver Economy* -cada uno con sus

“La ‘silver economy’ influirá en todos los ramos”

“El efecto de la inteligencia artificial será clave”

necesidades particulares- y las compañías necesitarán adaptarse con mucha velocidad a estos cambios. Aquí tendrá un peso importante cómo de capaces son estas compañías de integrar o colaborar con otras compañías e *insurtech*.

¿Entre esos retos está la longevidad? ¿Más allá de las pensiones, cómo afecta al seguro?

Mucho. Si las compañías quieren atacar el nicho de mercado que se está creando alrededor de esta *Silver Economy* deberán adaptarse a un grupo de población con un poder adquisitivo medio-alto en una parte importante de sus miembros que solicitarán servicios de calidad y valor añadido. Y este efecto es para todos los ramos, desde mejora en la planificación financiera en

“Las aseguradoras tendrán que estar permanentemente buscando la innovación dentro y fuera de sus compañías”

productos de vida, a los servicios de hogar asociados a este tipo de perfiles y, por supuesto, el seguro de salud con todo lo que la edad implica a nivel de gasto médico, prevención y servicios para crónicos.

¿Qué papel juega la innovación en el sector ahora y qué va a suponer para el futuro del seguro?

Fundamental, como comentamos anteriormente, las necesidades de los clientes cambian rápidamente y los clientes cada vez son más demandantes. Las aseguradoras, al igual que el resto de industrias, tendrán que estar permanentemente buscando la innovación tanto dentro de sus compañías como fuera de ellas. Aquí es vital cómo serán capaces de integrar en sus procesos de negocio otras compañías o *insurtech* que puedan facilitar esa innovación.

¿Cómo va a afectar este nuevo entorno a la mediación aseguradora?

Los cambios tecnológicos y de negocio que se están produciendo tienen un impacto directo en la distribución. La mediación en España se caracteriza por su capilaridad y atomización, son pocos los que pueden afrontar la inversión necesaria para competir en este entorno. Si bien es cierto que lo primero es el cambio de mentalidad respecto a la innovación. En ese punto es donde la mediación tiene aún recorrido.

Actualmente, las asociaciones representativas de la mediación están liderando este cambio de mentalidad impulsando iniciativas tecnológicas que tendrán impacto directo en la mediación, facilitando la capacidad de competir. Por otro lado, en esta ecuación, las aseguradoras también son grandes protagonistas ya que están innovando con tecnologías y modelos de negocio que pueden transformar el canal y tienen capacidad para introducirlos en los mediadores con los que colaboran.

Everis ha desarrollado junto al Consejo General de los Colegios de Mediadores de Seguros la plataforma digital de formación del CECAS, su centro de formación. ¿Van a realizar más proyectos juntos?

Como bien dices, la plataforma digital de formación para la mediación donde el Consejo y Everis colaboran, es una evidencia. Esta iniciativa surgió tras la realización del Plan Estratégico de la Mediación, donde se detectó, tanto por parte del colectivo de la mediación como por las propias aseguradoras, la formación como una palanca fundamental para facilitar la digitalización de la mediación. Actualmente, el Consejo y Everis continúan colaborando para



“A las compañías les pediría que sigan **centrándose en el cliente**”

“No percibimos una burbuja de inversión en **el ecosistema insurtech**”

“Los cambios tecnológicos y de negocio tienen **impacto en la distribución**”

enriquecer de contenidos, donde estamos cerrando acuerdos con *partners* de referencia en formación, así como la potencial internacionalización de la plataforma. El Plan Estratégico de la mediación sirvió para detectar y priorizar una batería de iniciativas que facilitasen la digitalización, que como ya hemos comentado, la formación era una de ellas. Otras, actualmente, están en fase de valoración y estudio, siempre con el liderazgo del Consejo y la colaboración necesaria de las aseguradoras y la mediación.

¿Cómo cree que va a evolucionar el ecosistema ‘insurtech’ en el mercado español?

El mercado español *insurtech* arrancó muy focalizado en la parte de mediación, donde a priori se preveían unos márgenes más claros, pero desde hace un par de años el ecosistema *insurtech* está impactando en toda la cadena de valor del seguro. Un denominador común de esta disrupción es el uso del dato masivo. La analítica avanzada e incluso el uso de la inteligencia artificial está siendo el patrón común donde la disrupción *insurtech* está haciendo hincapié. Cada vez es más común ver como fondos de inversión extranjeros se están fijando en compañías españolas a la hora de hacer sus rondas de inversión. Y esto no es de extrañar, ya que el mercado español es la puerta de entrada a un mercado aún mayor, como es el Latinoamericano.

¿Puede haber una burbuja ‘insurtech’?

Según nuestro informe anual *insurtech*, desde Everis no percibimos una burbuja de inversión en el ecosistema *insurtech*, ya que la mayor parte de las inversiones globales se están yendo a compañías maduras que aportan un valor que ya es percibido por el mercado. Vemos una tendencia en los fondos de inversión y aceleradoras a moverse a rondas de inversión más grandes y así alejarse de las rondas SEED -rondas tempranas- buscando *startups* con menos incertidumbre de inversión.

¿Qué le pediría a las compañías de seguros?

Que sigan focalizándose en el cliente. A partir de ahí surgirán el resto de iniciativas, tanto alrededor de la innovación como de los procesos.

¿Qué le pide a 2020?

Tanto personal como profesionalmente el año 2019 ha sido muy bueno, con lo que solo puedo pedirle al 2020 que sea igual o mejor que el 19.

Podemos afirmar sin equivocarnos que el futuro de la movilidad es eléctrico, especialmente en las grandes ciudades. Pero hasta ahora la penetración de los vehículos eléctricos no ha sido suficiente. Por varios motivos, el principal es su autonomía, aún insuficiente, o la falta de una infraestructura de recarga que permita a los usuarios realizar grandes desplazamientos con vehículos eléctricos sin temor a quedarse sin carga ni posibilidad de realizarlo en mitad de la carretera.

Pero eso puede cambiar en 2020 gracias a la nueva normativa de emisiones de la Unión Europea que entró en vigor el 1 de enero. Los expertos prevén que las matriculaciones de vehículos eléctricos crezcan un 14,2 por ciento en este ejercicio, según datos de Sumauto, especialista en portales verticales de automoción que integra a Autocasión y AutoScout24, entre otros.

Control de las emisiones contaminantes

La nueva norma comunitaria establece que la media de emisiones que vendan las marcas en 2020 no deberá superar los 95 gramos por kilómetro de CO₂. Además, los fabricantes de automóviles tendrán que pagar 95 euros por cada gramo de CO₂ emitido en exceso y coche, lo que podría dar lugar a multas millonarias. Esta es la razón por la que los expertos prevén que las marcas y los concesionarios empujen la venta de eléctricos con el objetivo de evitar en lo posible estas sanciones económicas.

De acuerdo con los cálculos de Jato Dynamics recogidos por Europa Press, Volkswagen será el fabricante más perjudicado, porque se vería obligado a

2020 IMPULSARÁ (POR FIN) LAS VENTAS DE COCHES ELÉCTRICOS

La entrada en vigor de la nueva Directiva europea de emisiones hará que las matriculaciones de los vehículos cero emisiones se disparen un 14%

V.M.Z.



pagar una multa de 9.190 millones de euros de acuerdo con las emisiones de sus ventas de 2018. En función de estos cálculos. El Grupo PSA pagaría una sanción de 5.390 millones. Otras marcas como Renault, FCA y Daimler, deberían pagar multas por encima de los 3.000 millones de euros cada una. El fabricante menos perjudicado por esta nueva normativa de emisiones será el japonés Toyota, cuyo impulso de los vehículos híbridos y eléctricos hace que los expertos consideren que solo debería pagar 550 millones de euros de sanción.

Impulso al eléctrico

La norma incluye un periodo transitorio de tres años para que las marcas puedan adaptarse a esta nueva norma y se avance en la descarbonización paulatina del parque móvil de la Unión Europea. De esta manera, en 2020 las unidades de vehículos eléctricos que se comercialicen contarán por dos en el cómputo global de cada marca. En 2021 cada coche eléctrico contabilizará por 1,67 unidades. En 2022 este ratio se reduce a 1,33 y en 2023 ya contarán como una única venta en el cómputo de emisiones.

Esta decisión es una de las razones por las que en 2020 los expertos de MSI consideran que se dispararán las ventas de vehículos eléctricos. La firma señala que las empresas serán las que acaparen un mayor volumen de eléctricos matriculados en este ejercicio, hasta alcanzar las 6.878 unidades, un 16,4 por ciento más en tasa interanual. Esta cifra estará, además, impulsada por las automatrículas que realizarán los concesionarios para contemporizar con las marcas. MSI prevé que esta práctica aumente un 72,3 por ciento en 2020, hasta las 2.748 unidades.

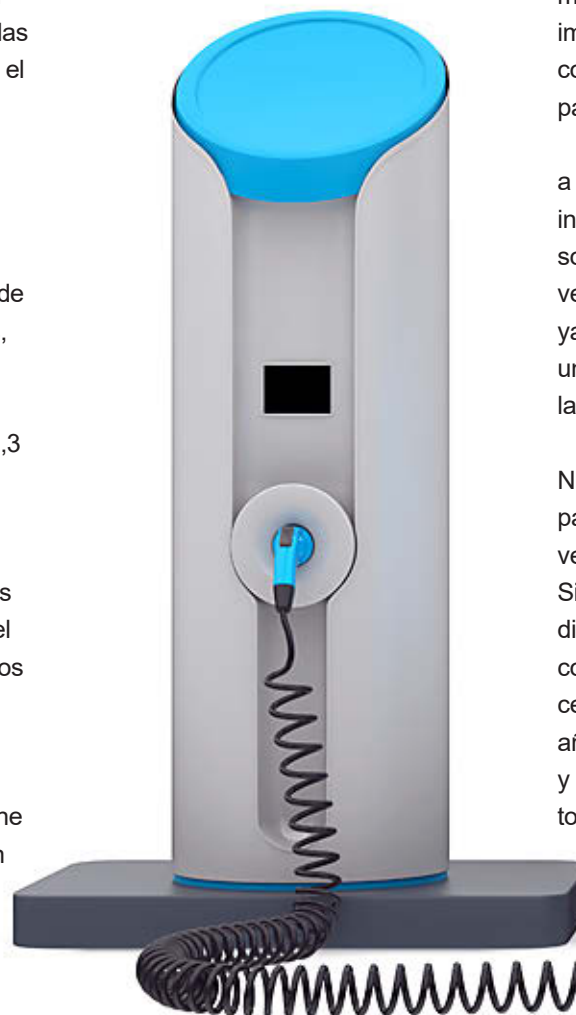
Más baratos a partir de junio

Las automatrículas harán que aumente el stock de vehículos eléctricos de kilómetro cero, por lo que los expertos del sector auguran que a partir del próximo mes de junio se lancen al mercado una buena cantidad de vehículos eléctricos a un precio más reducido, lo que facilitará a muchos hogares cambiar su coche actual por uno menos contaminante.

En este sentido, fuentes de Faconauto recuerdan que, si bien el coste medio de un vehículo eléctrico ronda los 40.000 euros -similar al de un coche *premium*- los primeros eléctricos que están llegando al mercado de ocasión se comercializan a la mitad de precio, sobre los 22.600 euros, con una antigüedad media de menos de cuatro años en el 72 por ciento de los casos.

14,2%

La norma europea de emisiones disparará la venta de vehículos eléctricos un 14,2% en España en 2020



A este impulso de la sostenibilidad de los hogares españoles se suma las cada vez más estrictas políticas de sostenibilidad y responsabilidad social corporativa de las empresas, que también estarán detrás del impulso al coche eléctrico en el año que acabamos de estrenar.

Incentivos al coche eléctrico

En un contexto marcado por la descarbonización, por el auge de la micromovilidad eléctrica en las grandes ciudades y con el impulso que da la nueva normativa europea, el sector de la automoción considera que es el turno del gobierno de incentivar de una vez por todas la compra de vehículos eléctricos y la apuesta por desarrollar una mejor infraestructura de recarga, ya que de nada sirve impulsar la venta de eléctricos si después los conductores no cuentan con los medios suficientes para recargar sus baterías.

De esta manera, la industria insta al ejecutivo a poner en marcha un nuevo plan de incentivos a la movilidad eficiente y sostenible -Plan MOVES- para impulsar las ventas de eléctricos en el canal particular, ya que las previsiones para 2020 marcan una caída del 3 por ciento en 2020, hasta las 3.237 unidades.

Para el director general de Sumauto, Nicolás Cantaert, "2020 será un buen año para aquellos interesados en adquirir un vehículo eléctrico, sobre todo de ocasión. Si bien seguirán las ofertas de vehículos diésel y gasolina, sí que habrá una alta concentración de ofertas de kilómetro cero, sobre todo, en la segunda mitad del año, cuando se acerque el final del ejercicio y las marcas automovilísticas quieran evitar a toda costa las multas de la Unión Europea. A esto se unirá la apuesta anunciada por los concesionarios de ampliar su infraestructura de recarga de 2.500 a 12.500 puntos en 2020".



DIETA 'DETOX' CONTRA LOS EXCESOS NAVIDEÑOS

Todos los eneros, además de los buenos propósitos, llegan los arrepentimientos. Porque como todos los diciembres, nos hemos pasado, y los excesos han hecho estragos en nuestra silueta y en nuestra salud

ANA M. SERRANO

Ahora toca depurar y desintoxicar nuestro organismo. Y, como todos los eneros, medios publicitarios e informativos se afanan en ofrecernos remedios infalibles para recuperar los hábitos saludables olvidados durante las fiestas. Entre ellos, el *detox* es el gran protagonista.

Pero, ¿realmente funcionan las dietas *detox*?

Antes de adentrarnos en los posibles resultados positivos, es conveniente definir el concepto *detox*, tan de moda actualmente. El palabra, adoptado del inglés, alude efectivamente a nuestro "depurativo" -que purifica el organismo- de toda la vida. Es decir, "el proceso o periodo de tiempo en el que alguien se abstiene o elimina de su cuerpo sustancias tóxicas o poco saludables".

El modo de empleo es sencillo: basta con ingerir zumos elaborados a base de ingredientes naturales -frutas, verduras y cereales-, de bajo contenido en grasas y calorías, aderezados con vitaminas, fibra y antioxidantes que favorecen la eliminación de los tóxicos navideños.



Aclarado el concepto, es necesario destacar que, según los expertos en nutrición, estas dietas son absurdas y, además, pueden poner en riesgo nuestra salud.

Es cierto que ayudan a perder peso rápidamente, a reducir el cansancio, a recuperar la textura de la piel y a prevenir problemas digestivos. Sin embargo, carecen de elementos nutricionales esenciales en una alimentación sana y equilibrada. Por ello, los nutricionistas aconsejan establecer una dieta planificada a base de fruta, frutos secos y verdura, pero también de ingredientes proteicos animales -carne, pescado, pollo, huevos-.

Por supuesto -y pese a que desde ciertos ámbitos se aconseja el ayuno periódico-, la abstinencia sin control médico debe descartarse. Privarse de comida durante un tiempo, aunque pone en marcha mecanismos de autolimpieza, es muy peligroso. Lo ideal es mantener una dieta ligera compuesta de cinco comidas al día.

Alimentos como el apio, los berros, los espárragos, los cítricos y las verduras crudas favorecen la eliminación de toxinas, al igual que el té verde que tiene también propiedades digestivas. Para evitar la pérdida de masa muscular es

conveniente incluir proteínas: pollo, pavo, ternera, pescado blanco, azul, marisco, soja o huevo; e hidratos de carbono: patata, pasta integral, arroz integral, legumbres, guisantes o maíz.

Obviamente, la desintoxicación alimentaria no sirve de mucho si no se acompaña de otros factores como la eliminación del tabaco y el alcohol, el abuso de los medicamentos y la práctica de ejercicio moderado. Y es que el ejercicio intenso, sin control profesional, puede ser tan perjudicial como el sedentarismo.

OPERACIONES CORPORATIVAS

AON CIERRA LA COMPRA DE LA 'INSURTECH' COVERWALLET

El 'broker' de seguros accede así a un mercado digital de seguros para pymes de más de 200.000 millones de dólares en primas

REDACCIÓN

Aon ha anunciado recientemente que ha completado la adquisición de CoverWallet, la plataforma digital especialista en seguros para pymes. Con esta adquisición, Aon ampliará su posición en un mercado de seguros digitales para pymes en rápida expansión, aprovechando las capacidades de tecnología, datos y análisis de CoverWallet para desarrollar y escalar soluciones digitales de clientes.

"Desde que anunciamos esta adquisición, nos sentimos cada vez más entusiasmados por las oportunidades que vemos para combinar la experiencia de Aon en *data & analytics* y distribución global con la plataforma de referencia de CoverWallet con el fin de crear nuevas fuentes de valor para nuestros clientes", afirma Greg Case, CEO de Aon. "CoverWallet es una organización verdaderamente innovadora y estamos listos para comenzar a trabajar juntos para fortalecer y expandir la aplicación de su experiencia digital de cliente", añade Case.

Aon New Ventures Group

CoverWallet se une a la creciente cartera de



EE

Aon New Ventures Group, que opera como plataforma de crecimiento para desarrollar nuevas fuentes de valor para los clientes, expandiendo su mercado potencial. Aon afirma que utilizará su potencial para acelerar el crecimiento del negocio principal de CoverWallet, a la vez que aplicará las capacidades de datos e inteligencia artificial de CoverWallet para fortalecer la experiencia digital de sus clientes.



N. MARTÍN

AHORRO E INVERSIÓN

PRIMACTIVA PLUS DE AXA SE REVALORIZA

La compañía ha aplicado un cupón del 24% para la 16ª emisión de su 'unit linked'

REDACCIÓN

AXA ha cancelado anticipadamente la emisión 16ª de *Primactiva Plus*, un *unit linked* referenciado a las acciones de Roche, Siemens y AT&T, y al que ha aplicado un cupón de rentabilidad del 24 por ciento de su valor de referencia en diciembre de 2015. Para Nuria Fernández París, directora de Oferta Cliente Particulares de la compañía, "es una de las mejores noticias que podíamos dar a los clientes de *Primactiva*, uno de los productos de inversión más exitosos de AXA, como lo demuestra la buena respuesta que tiene cada una de sus

emisiones". En la última observación, que tuvo lugar el pasado 11 de diciembre, el valor de cada una de las tres acciones se encontraba igual o por encima del valor de referencia inicial, con lo que se dio por cumplido el objetivo fijado y, en cuatro años, los clientes que contrataron esa emisión han obtenido un retorno del 24 por ciento.

Top Innovación 2015, que es como se denominó a esta emisión de *Primactiva*, fue comercializada de octubre a diciembre de 2015. El vencimiento de la opción estaba fijado para el 18 de diciembre de 2020, siempre que no ocurriera, precisamente, lo que ha ocurrido: la buena marcha de los valores de referencia.

El pasado viernes 20 de diciembre, AXA puso a disposición de los clientes su saldo para solicitar tanto el rescate como la reinversión en otros productos. En este sentido, y como la asegurada no dispone actualmente de una nueva estructura de *Primactiva Plus* para reinvertir, las reinversiones en *Asigna* y *PIAS Rendimiento*, tendrán condiciones especiales para ellos.

MUTUA DESTINA 2,5 MILLONES A LA INVESTIGACIÓN MÉDICA

La aseguradora, a través de su fundación, destinará en 2020 esta cantidad a apoyar la investigación en salud hecha en España y a la mejora de la calidad de vida de algunos pacientes

ELECONOMISTA



J. VALEIRO

El compromiso y apoyo con el avance de la investigación médica en España no es nuevo para Mutua Madrileña. A través de su fundación, la aseguradora lleva 17 años apoyando, de forma ininterrumpida, la realización de proyectos científicos en hospitales españoles. En el año que ahora arranca, Mutua ha anunciado que destinará 2,5 millones de euros al apoyo de la investigación médica en España a través de diferentes programas y convenios de colaboración, tanto con institutos de investigación médica como con entidades sin ánimo de lucro que reúnen a pacientes y sus familiares.

Por un lado, la fundación de la aseguradora, que preside Ignacio Garralda, convocará el próximo mes su XVII Convocatoria Anual de Ayudas a la Investigación en Salud, dotada con dos millones de euros, que se destinarán a apoyar diferentes proyectos de investigación en cuatro ámbitos concretos de actuación: enfermedades raras que se manifiestan en la infancia, oncología, trasplantes y traumatología y sus secuelas neurológicas. Todos ellos se desarrollarán en centros de investigación españoles y estarán dirigidos al progreso en el conocimiento de las enfermedades y a mejorar su tratamiento.

Los proyectos seleccionados en la convocatoria anual de ayudas tendrán una duración mínima de un año y máxima de tres años, una dotación que no superará los 150.000 euros por proyecto y se llevarán a cabo en centros hospitalarios pertenecientes a alguno de los Institutos de Investigación Sanitaria acreditados por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades.

Entre las especialidades a las que la Fundación Mutua destinará sus ayudas se mantendrá una línea especial de apoyo a la investigación en nuevos tratamientos en enfermedades raras que afectan a la infancia y que, debido a su menor incidencia, tienen más limitado el acceso a recursos económicos para financiar el desarrollo de nuevos tratamientos.

En este campo de las enfermedades raras, adicionalmente a su compromiso con la investigación en esta área, la Fundación Mutua lanzó en 2019 el Programa Impulso con la Federación Española de Enfermedades Raras (FEDER) para apoyar a los niños con patologías poco frecuentes y sus familias ofreciéndoles terapias que, a la espera de un tratamiento, mejoren su calidad de vida.

En el área de oncología, dada la amplitud de la especialidad, cada año la convocatoria apoya proyectos relacionados con un tipo de tumor. Si en los

dos últimos años los estudios han estado enfocados a los tumores ginecológicos y al cáncer de páncreas, este año, el Comité Científico de la Fundación Mutua Madrileña, presidido por el Dr. Rafael Matesanz, ha elegido los estudios relacionados específicamente con el cáncer de colon y recto como objeto de las ayudas que se van a otorgar en materia de investigación oncológica en 2020, debido a su mayor prevalencia.

De hecho, los tumores más frecuentes diagnosticados en España en el año 2019 fueron los de colon y recto (44.937 nuevos casos), próstata (34.394 casos), mama (32.536 casos), pulmón (29.503 casos) y vejiga urinaria (23.819 casos), según los últimos datos del informe *El cáncer en cifras en España 2019* de la Sociedad Española de Oncología Médica (SEOM).

En estos últimos años, gracias a las ayudas de la Fundación Mutua se han podido llevar a cabo investigaciones pioneras, como el primer ensayo para mejorar la capacidad cognitiva de los niños con síndrome de Down. También se ha apoyado la elaboración de varios registros nacionales, como el de fracturas de cadera, el de un tipo de enfermedad rara infantil neurológica denominada AG-1 o el de personas en lista de espera para recibir un trasplante cardíaco, todos ellos encaminados a mejorar el conocimiento de las enfermedades registradas para extraer conclusiones que mejoren su tratamiento. Asimismo, este mismo año, en materia de oncología, dos estudios financiados por la fundación han encontrado nuevos tratamientos para un tipo de leucemia y tumores como el de mama, cérvix o colorrectal.

Adicionalmente, la Fundación Mutua Madrileña continuará con su apoyo, iniciado en 2006, a la Fundación Pro CNIC (Centro Nacional de Investigaciones Cardiovasculares), que preside el doctor Valentín Fuster, en una apuesta decidida por la I+D+i en un ámbito como es el de las enfermedades cardiovasculares, cuyo impacto económico, social y humano está alcanzando niveles alarmantes en nuestro sistema de salud.

Por otro lado, la Fundación Mutua Madrileña mantendrá en 2020 su Programa de Becas a la Cooperación Internacional, dirigido a profesionales de la medicina y la enfermería que quieran desarrollar su labor profesional, de forma voluntaria y en el ámbito de la salud, en países en desarrollo. En estos últimos años ha colaborado económicamente con la labor de médicos y enfermeros que se han trasladado a lugares como Camerún, Benín, El Salvador, Senegal y Kenia para atender a la población y formar a profesionales locales.



Ignacio Garralda, presidente de la Fundación Mutua Madrileña. J. VALEIRO

Un apoyo sostenido e ininterrumpido en el tiempo

Desde 2004, la Fundación Mutua Madrileña ha respaldado cerca de 1.400 proyectos de investigación con una aportación de más de 60 millones de euros. Un apoyo sostenido e ininterrumpido a lo largo de estos años conscientes de que, para progresar, la investigación necesita de una financiación y un entorno estable.

El objetivo de la Fundación Mutua Madrileña, que preside Ignacio Garralda, en el área de salud es, además de la mejora de los tratamientos médicos, contribuir al mantenimiento y desarrollo de la

investigación científica en España. Los proyectos que se financian cada año son seleccionados por un comité científico formado por especialistas de renombre que preside el doctor Rafael Matesanz y del que también forman parte los doctores Miguel Caínzos, Antonio Torres, Ana Lluch y Fernando Marco.

Además de apoyar estudios en las áreas de enfermedades raras, oncología, trasplantes y traumatología, desde 2019 la convocatoria anual cuenta con un área dotada con 300.000 euros para promover la investigación

colaborativa. A esta categoría pueden optar proyectos, en cualquiera de los cuatro ámbitos de investigación de la convocatoria general, de Institutos de Investigación Sanitaria Acreditados (ISS) pertenecientes a un mínimo de cuatro comunidades autónomas diferentes. En 2019 se eligieron un total de cinco proyectos colaborativos en el ámbito de las enfermedades raras, los trasplantes y la traumatología coordinados desde centros de diferentes puntos de España como Santiago de Compostela, Madrid, A Coruña o Santander.

LOS FONDOS DE INVERSIÓN GANAN EL PRIMER ASALTO DE LA BATALLA POR EL AHORRO

En noviembre de 2019, las aportaciones netas a fondos de inversión sumaron 287 millones de euros, frente a los 180,1 millones de los planes de pensiones, pero aún falta conocer el resultado de la campaña de ahorro de fin de año

V.M.Z.

Las entidades financieras siempre han competido entre sí por captar el ahorro de los españoles. Tras unos años de tipos de interés bajo mínimos y la volatilidad de la bolsa en máximos, las alternativas más rentables se cuentan con los dedos de una mano. La recta final de los ejercicios es siempre donde bancos y aseguradoras se aplican al máximo para ofrecer las ofertas más ventajosas y así captar ahorro. A falta de los datos de diciembre, en noviembre la batalla la ganan los fondos de pensiones. Así lo muestran los datos de Inverco, la asociación de instituciones de inversión colectiva y fondos de pensiones. Al cierre del pasado mes de noviembre, las aportaciones brutas a planes de pensiones sumaron 470,6

millones de euros. Por su parte, las prestaciones ascendieron a 290,5 millones de euros, por lo que las aportaciones netas a este instrumento de ahorro alcanzaron los 180,1 millones de euros.

En el lado de los fondos de inversión, las aportaciones netas a todas las categorías de fondos sumaron 287 millones de euros en noviembre.

Si se tienen en cuenta las aportaciones realizadas entre enero y noviembre - a falta de contar con los datos del mes de diciembre-, los españoles aportaron 486 millones de euros a fondos de inversión frente a los 434,6 millones de euros aportados a planes de pensiones individuales.

Incentivos para el ahorro a largo plazo

La ventaja fiscal de los planes de pensiones parece no haber sido un aliciente suficiente para los ahorradores españoles. La incertidumbre política y la posibilidad de que el nuevo gobierno endurezca la fiscalidad del ahorro son algunos de los motivos del crecimiento de los fondos de inversión en detrimento de los planes de pensiones. Otra causa es la rentabilidad, según señalan los expertos consultados por esta redacción.

Esta es una de las razones por las que las principales compañías de seguros están reforzando su inversión en gestoras de fondos e



instituciones de inversión colectiva, con el objetivo de diversificar su oferta. Santalucía, Mutua Madrileña o Mapfre son solo algunos ejemplos de las aseguradoras que en 2019 han realizado varias inversiones en este ámbito.

Así ahorran las familias españolas

En el cómputo global del ahorro financiero de las familias, los fondos de inversión también superan a los planes de pensiones y a otras partidas como los seguros y el crédito, de acuerdo con los datos del Banco de España recopilados por Inverco en su *Informe de Ahorro Financiero de las Familias* del primer semestre de 2019.

El ahorro total de las familias en activos financieros cerró junio del pasado ejercicio en los 2,35 billones de euros, un 6 por ciento más que en el mismo periodo de un año antes. La mayor partida es la dedicada a depósitos bancarios y efectivo, con 915.008 millones de euros. La inversión directa en valores de renta fija y renta variable alcanza los 653.156 millones de euros, mientras que la inversión en fondos de inversión asciende a 325.678 millones, con un crecimiento del 5,9 por ciento en este periodo.

La cuarta partida más cuantiosa es la que las familias españolas dedican a ahorrar en seguros de vida, con 263.020 millones de euros. El ahorro en seguros es, precisamente, el que más crece en los seis primeros meses de 2019, con una tasa del 8,8 por ciento, de acuerdo con los datos del Banco de España recopilados por Inverco.

Le van a la zaga los fondos de pensiones, con un importe acumulado total de 120.307 millones de euros y un crecimiento interanual del 5,6 por ciento.

Ahorro ante la incertidumbre

La distribución del ahorro financiero de las familias españolas podría variar en los próximos meses, ya que la incertidumbre ha disparado la tasa del ahorro de las familias hasta el 8,7 por ciento de su renta disponible al cierre de junio de 2019, dos puntos más que un trimestre antes, de acuerdo con los datos publicados por el Instituto Nacional de Estadística (INE).

A pesar del aumento del ahorro, que vino acompañado de un estancamiento del consumo en el segundo trimestre del año, los hogares españoles están aún lejos de la media de ahorro de la Eurozona, que ascendió al 13,3 por ciento. Solo por poner un ejemplo, las familias alemanas destinaron el 18 por ciento de su renta disponible en 2018 a ahorrar: las francesas el 14,7 por ciento o las austríacas el 12,7 por ciento.

En el otro lado de la balanza, las familias españolas consiguen ahorra más



ISTOCK

El ahorro de las familias españolas en seguros de vida creció un 8,8% hasta junio de 2019

que los hogares portugueses (4,5 por ciento) y una cifra muy similar a la de los italianos, que dedicaron en 2018 el 9,9 por ciento de su renta disponible.

‘Ladrillo’ y rentas vitalicias

En esta estadística no está el ahorro de las familias españolas en inmuebles, al no tratarse de un activo puramente financiero. Los hogares españoles acumulan en ladrillo un patrimonio de cerca de 4,87 billones de euros. En los últimos cinco años, desde el inicio de 2014 al cierre de marzo de 2019 -últimos datos disponibles-, las familias dedicaron 200.000 millones de euros a adquirir inmuebles, principalmente viviendas. Solo en el primer trimestre de 2019 las operaciones alcanzaron un valor de 49.000 millones de euros.

El 80 por ciento de los hogares españoles tiene su vivienda en propiedad, según las estadísticas del Banco de España. Un ahorro realizado durante muchos años que al final de la vida laboral podría utilizarse para complementar la pensión pública de jubilación, según han señalado en numerosas ocasiones a lo largo de los últimos 12 meses representantes tanto del Banco de España como de Unespa, la patronal del seguro en España. Pero esa es otra batalla que les relataremos más adelante.

OBJETIVO: RECUPERAR LA FORMA

El periodo festivo que acabamos de dejar atrás se convierte para muchos en un rosario de cenas, comidas, tapeos y excesos que resulta de todo menos sano para el cuerpo, aunque nuestro ánimo lo agradezca. ¿Quiere retomar la buena senda en este comienzo de año? Le recomendamos de qué manera retomar la vía saludable por medio de la alimentación, el descanso y la vuelta al ejercicio

DIEGO FERNÁNDEZ TORREALBA

Si es usted el español tipo seguramente haya participado durante las últimas semanas en innumerables quedadas gastronómicas con la familia y los amigos: comidas, cenas, tapeos, cerveceos, vermús, desayunos y quizás hasta *brunchs*; seguramente en muchas de esas situaciones se haya excedido con la comida, y quizás con la bebida; es posible que no haya realizado demasiado ejercicio y que su vida se haya tornado bastante sedentaria -aunque desde aquí reivindicemos unas vacaciones activas-; tal vez sus horarios de sueño y descanso no hayan sido los más regulares del mundo, etc.

En definitiva, que lo que se dice cuidarse no se ha cuidado demasiado a lo largo de las fiestas navideñas. Por eso

seguramente su mente y su cuerpo agradecerán la vuelta a la normalidad, a la rutina, a una dinámica de vida más saludable. Porque pocos de nosotros somos monjes benedictinos y ni llevamos ni intentamos aplicar una disciplina espartana a nuestras vidas. Pero eso no quita que sea pertinente preocuparse por la salud y, pese a las excepciones que realicemos -quizás se hacen demasiadas por Navidad-, llevar a cabo una vida sana.

¿En qué consiste esta dinámica saludable de la que hablamos? Tampoco hace falta inventar la pólvora: Cuidar el descanso y darle espacio al ocio entre nuestras obligaciones, tener unos horarios regulares de sueño y comida, tratar de mantenernos cerca de nuestro peso ideal, comer en cantidades moderadas, variado y sano y hacer deporte con asiduidad. Vamos, exactamente lo que casi no se hace durante la Navidad. Si este ha sido su caso, es hora de volver a la buena senda.

¿Cómo recuperarse de los excesos navideños?

En primer lugar, volviendo a una alimentación equilibrada y sana, con unos horarios de comida regulares en la medida de lo posible. En segundo lugar, procurando descansar a las horas que toca y manteniendo un equilibrio diario en nuestro tiempo de sueño. Y, en tercer lugar, volviendo -o empezando, si se trata de su propósito de Año Nuevo- a hacer ejercicio. Como nos encontramos inmersos en la sección deportiva, vamos a extendernos más en este último punto.

El sentido común, la mejor receta

Antes de ejercitarnos lo que hay que ejercer es el sentido común, que nos guiará de la mejor manera en nuestro propósito. Y deberemos aplicarlo para, arrastrados por la culpabilidad



habitual por habernos descuidado en estas fechas, empezar a realizar ejercicio de manera moderada y evitando las palizas. Nuestro cuerpo no está preparado, de la noche a la mañana, para responder ante una gran exigencia física, así que no queramos conquistar Roma en un día pues lo podemos pagar en forma de lesión o incluso de algo peor.

La vuelta al ejercicio debe ser, ante todo, de una intensidad moderada, para luego, con calma y el paso de los días, ir incrementando la carga de trabajo y la exigencia física en función de cómo nos vayamos sintiendo. Por eso los primeros días las rutinas deben ser suaves, para que nuestro organismo vaya adaptándose a una dinámica saludable.

Otro consejo es alternar las jornadas de ejercicio con las de descanso, pues el cuerpo debe recuperarse antes del siguiente esfuerzo y hay que darle tiempo a hacerlo para que se encuentre preparado de nuevo. Eso no supone volver al sedentarismo, pues incluso durante los días de asueto deberíamos encontrar al menos media hora para caminar a buen ritmo. Los excesivos altibajos en la preparación no contribuyen a una dinámica de vida saludable y esos días de descanso activo ayudarán además a que la forma se mantenga y nuestro propósito no caiga en saco roto.

Como llevaremos un tiempo sin hacer ejercicio es más probable la aparición de molestias y el aumento del riesgo de sufrir una lesión, así que vigilémonos bien y sepamos parar si sentimos algún malestar a la hora de hacer deporte. Sepamos escucharnos, pensemos que el cuerpo nos ha avisado por una razón y que quizás sea preferible parar por una semana que por un par de meses.

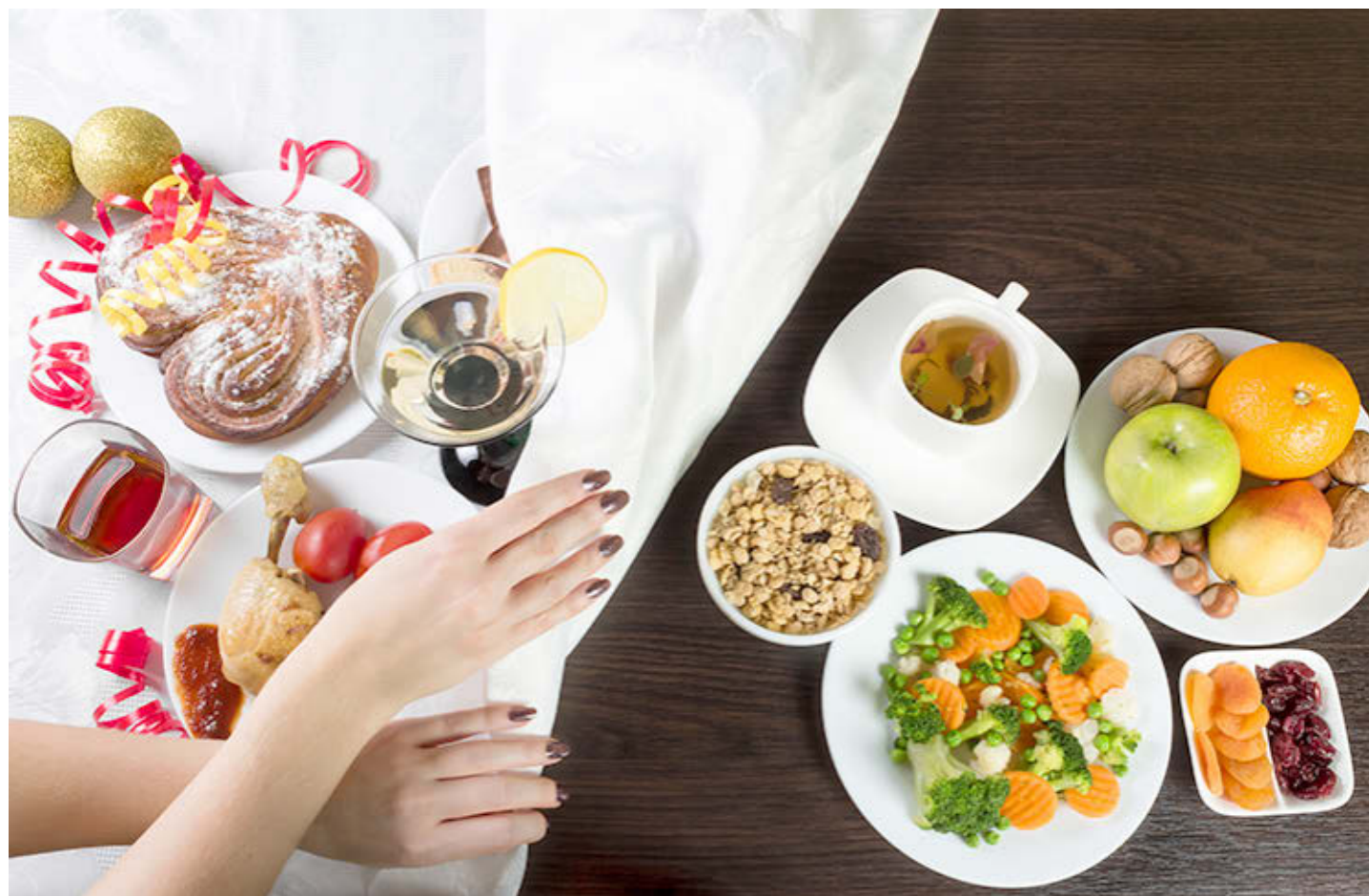
Si hemos cogido unos kilos de más quizás sea bueno apostar por el ejercicio aeróbico. Rutinas de larga duración y escasa o media intensidad -correr, nadar, montar en bici, caminar-, antes que por el anaeróbico y nuestras articulaciones y músculos seguramente sufrirán menos,

Retomar el ejercicio de forma moderada es clave para disminuir el riesgo de sufrir lesiones

combinación de ambas rutinas con el fin de conseguir o recuperar resistencia, fortaleza y agilidad ejercitando cuantas áreas podamos de nuestro cuerpo.

mientras aumentamos nuestra resistencia y capacidad pulmonar.

Si lo que queremos es tonificar y fortalecer, apostemos entonces por el ejercicio anaeróbico, con menos tiempo de esfuerzo, pero a una mayor intensidad. ¿De qué manera? Por ejemplo, efectuando carreras de velocidad o trabajo de fuerza en el gimnasio. ¿Qué resulta lo ideal? Una



GETTY

Esto es muy fácil decirlo y más complicado llevarlo a cabo, entre otras cosas porque quizás nuestros compromisos y responsabilidades laborales y familiares nos lo impidan o dificulten, pero seguro que si lo busca tiene más de un hueco a la semana para ponerse a la tarea de cuidarse, que no es una cuestión baladí.

Y si lo tiene complicado recurra a la imaginación y discurra acerca de hábitos que combinen las obligaciones y rutinas de su vida diaria con el ejercicio, como acudir andando a hacer recados, atreverse a cargar con peso moderado, ir al trabajo en bicicleta -si tiene la suerte de que le queda cerca- o subir por las escaleras en lugar de en ascensor.



ISTOCK

CÓMO CUMPLIR LOS PROPÓSITOS DE AÑO NUEVO

No por más típico es menos real. Muchos tenemos la costumbre de utilizar el Año Nuevo como símbolo de propósitos renovados, ya sea un estilo de vida diferente, el abandono de un hábito nocivo o el inicio de una formación que se ha ido posponiendo. Les damos unas pistas para que estos retos lleguen a buen puerto

DIEGO FERNÁNDEZ TORREALBA

Pasan los años y el mundo cambia sustancialmente, pero no muchas de nuestras costumbres, y los propósitos de Año Nuevo que tantas personas nos hacemos siguen siendo uno de los clásicos de Año Nuevo. Eso sí, coincidiremos en que muchas de estas iniciativas acaban quedándose en nada una vez superado el empuje inicial, bien por falta de voluntad, bien por dificultades logísticas o de planificación o bien porque nuestros viejos hábitos han conseguido de nuevo hacerse con el control de nuestra voluntad. ¿Cómo ser más sólidos en estos propósitos? Es complejo llevarlo a cabo. En primer lugar, deberíamos tener claro de una manera firme que queremos llevar un objetivo a buen

puerto, con una sólida convicción que no se tuerza a las primeras de cambio y teniendo claro que habrá situaciones en las que nos tiene que tomar el camino más fácil y abandonar.

En segundo lugar, estaría bien que tuviéramos presente el objetivo final que perseguimos y los beneficios que puede aportarnos, para tener más motivación. No perder el foco en la meta que perseguimos y en para qué nos va a servir. Otra motivación complementaria puede ser centrarse en el aspecto económico -por ejemplo, el ahorro que puede suponer dejar de fumar o el gasto absurdo que habremos realizado si nos apuntamos a un gimnasio al que luego no acudimos-.

Por otra parte, es necesario tener no sólo voluntad, sino realizar una buena planificación. Organizar un calendario para, por ejemplo, hacer deporte, y poder acudir a él con asiduidad con el fin de marcarnos unas pautas y no caer en la pereza. O apuntar los alimentos a los que queremos renunciar e ir tachando los días del calendario en los que hayamos sido capaces de cumplir ese propósito.

Para finalizar, es importante que nos concedamos descansos, que nos permitirán desconectar y llevar con más energía y voluntad los periodos de esfuerzo. No será muy recomendable fumar un solo cigarrillo si queremos dejar el tabaco, pero sí a lo mejor permitimos comer un par de dulces al mes, aunque queramos dejar la bollería o pasar dos días sin hacer ejercicio a la semana para descansar del esfuerzo.

En cuanto a los propósitos, los clásicos son dejar hábitos perniciosos como el tabaco, el alcohol o la mala alimentación, comenzar otros saludables como hacer deporte o caminar diariamente e iniciar cursos y formaciones. No estaría mal tampoco afrontar un reto clásico como retomar el contacto con las personas que apreciamos y hace tiempo que no vemos y un par de propósitos más modernos que les proponemos: ¿qué tal una mayor desconexión tecnológica para vivir la realidad con nuestros propios sentidos y no siempre a través de una pantalla? ¿Y podrían llevar una vida más respetuosa con el medio ambiente y algo menos contaminante transformando ciertos hábitos? Ahí está el guante por si lo quieren recoger. ¡Feliz 2020 a todos!

OPERACIONES CORPORATIVAS

BANKINTER SACARÁ A BOLSA LÍNEA DIRECTA EN 2020

El banco que preside María Dolores Dancausa espera que la operación se complete en el primer semestre de 2020

REDACCIÓN

El Consejo de Administración de Bankinter ha aprobado recientemente proponer a la próxima Junta General Ordinaria la distribución en especie de la totalidad de la prima de emisión -que asciende a 1.184 millones de euros- mediante la entrega a sus accionistas del 82,6 por ciento del capital social de Línea Directa Aseguradora, manteniendo en los libros del banco una participación financiera minoritaria del 17,4 por ciento en la compañía.

La estimación razonable del valor de mercado del 82,6 por ciento de Línea Directa a entregar a los accionistas del banco asciende a 1.184 millones de euros, que se corresponde con el cien por cien de la prima de emisión, explica la entidad financiera. A estos efectos, y de acuerdo con el asesoramiento recibido, se ha valorado el capital total de Línea Directa en 1.434 millones de euros.

Bankinter prevé ajustar el número de acciones de Línea Directa para facilitar

que cada accionista pueda recibir una acción de la aseguradora por cada acción de Bankinter. Una vez aprobada la operación por la Junta General de Accionistas, en marzo de 2020, esta será sometida a las autorizaciones regulatorias correspondientes y, tras ser obtenidas, se procederá a la distribución y posterior admisión a cotización en mercado continuo de las acciones, la cual está prevista para el segundo semestre de 2020. Antes de eso, Línea Directa pagará un dividendo a

Bankinter de 60 millones de euros, hasta dejar el ratio de solvencia en torno al 180 por ciento, explica el banco.



linea directa

EE



AHORRO E INVERSIÓN

INVERTIR EN LA INCLUSIÓN YA ES POSIBLE

Mapfre y La Financière Responsable comercializarán 'Mapfre Inclusión Responsable' en España

REDACCIÓN

Mapfre AM, la unidad de gestión de activos de Mapfre, y su socio francés, La Financière Responsable (LFR), han lanzado un fondo que invierte en empresas que promueven la inclusión de personas con discapacidad. Hasta ahora, ambas firmas han comercializado este producto en Francia, donde ha despertado un gran interés, y se ha decidido replicarlo ahora para venderlo en España y el resto de Europa. Tal y como explica el grupo asegurador, se trata del primer fondo activo de este tipo del mundo, con el que Mapfre

amplía la gama de productos de inversión con criterios ESG, compuesta hasta ahora por el Mapfre Capital Responsible y el Mapfre Good Governance.

El nuevo fondo de la compañía, que ha sido incluido en el informe del Pacto Mundial de Naciones Unidas como ejemplo de buenas prácticas, combina la búsqueda de rentabilidad financiera con promover una mejora en la sociedad. De hecho, el equipo gestor ha realizado una simulación histórica que pone de manifiesto que, en los últimos cinco años, la cartera de empresas seleccionadas por su promoción de la inclusión sería casi cuatro veces más rentable que el mercado en su conjunto. También el índice enfocado en "Inversiones ESG" ha batido al índice general europeo (Stoxx Europe GR) en los últimos cinco años con una menor volatilidad.

El fondo, que se anunció en un acto institucional en la Embajada de España en París, cuenta con una metodología propia elaborada por la compañía y LFR, según explica Mapfre en un comunicado.

LA AVENTURA DE EMPRENDER MÁS ALLÁ DE LOS 40 AÑOS

Ya sea por obligación, por convencimiento e ilusión o por una mezcla de ambas, muchos deciden convertirse en emprendedores pasados los 40. En contra de lo que pueda pensar, se encuentra en una edad perfecta

DIEGO FERNÁNDEZ TORREALBA

En primer lugar, porque un *cuarentañero* – desterramos ya para siempre el término cuarentón– posee una perfecta combinación entre experiencia y energía. Su cuerpo todavía se mantiene joven y con fuerza, mientras que su cerebro es capaz de poner freno al ímpetu juvenil cuando hace falta y decidir con más claridad y raciocinio. Son personas adaptadas al entorno digital, en el que no han nacido, pero al que se han integrado sin problemas, y con un bagaje profesional suficiente como para desenvolverse en una aventura en solitario. Probablemente hayan dirigido alguna vez a grupos de trabajadores o hayan trabajado de manera autónoma, aprendiendo de esa manera tanto a gestionar equipos como a trabajar en colectivo y a valerse por sí mismos. Cuentan con una larga trayectoria detrás, plagada de aciertos y errores que pueden servirles de ayuda a la hora de arrancar con el reto que ahora se proponen.

Aunque cada persona y cada situación es diferente, a los cuarenta es habitual tener una cierta estabilidad familiar, y no nos referimos sólo a estar casado, feliz y con dos hijos. Pero sí una situación personal sólida y clara, sea cual sea. También, los años de experiencia laboral pueden haber posibilitado que se cuente con unos ahorros lo suficientemente importantes para lanzarse con garantías a emprender. Así que si tiene 40 años y piensa en crear un negocio propio...

-No tenga miedo a la situación. Cuenta con experiencia profesional, energía para afrontar el reto y las cosas mucho más

claras que cuando era más joven. Quizás sea la edad perfecta para emprender.

-Realice un cálculo aproximado de cuáles son los gastos que puede permitirse y el margen de pérdidas con el que cuenta. Ningún emprendedor comienza ganando, suele ser un camino largo en el que hay que tener paciencia en la siembra para luego, con el tiempo, recoger. Los mejores platos se cocinan a fuego lento.

-Tenga claro en qué personas puede apoyarse como colaboradores, patrocinadores y socios. Aunque nadie está exento de equivocarse, con 40 años ya se tiene más claro qué personas resultan más fiables y cuáles no, pues se ha desarrollado una mayor intuición basándose en la experiencia.

-Tenga claro el tipo de cliente al que se dirige y el servicio que proporciona, y haga un esfuerzo por comunicarlo con claridad. Analice la competencia y busque diferenciarse a través de su calidad, su precio, su originalidad o, mejor aún, proporcionando un servicio que no se facilite todavía con el fin de encontrar un nicho de mercado vacío.

-Trabaje la comunicación. No será un nativo digital, pero sí que debe estar familiarizado con internet y las redes sociales y utilizar sus conocimientos en estos campos para su beneficio profesional. Le guste o no, son herramientas esenciales a la hora de desarrollar un negocio y llegar de manera efectiva a la mayor cantidad de gente posible.



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

expertos en
Comunicación Audiovisual
para el sector asegurador

91 402 15 86
www.segurostves



ÁNGEL BARBERO

CEO & sensemaker en Recúbica\

ANITA CUFARI

Ángel Barbero atesora más de 20 años de experiencia internacional ayudando a las empresas en su estrategia digital y operaciones tecnológicas. Ahora ha lanzado Recúbica\, que reúne su visión y experiencia para desarrollar nuevas formas de pensar y ejecutar estrategias comerciales.

Explíqueme lo de 'sensemaker'.

Me gusta pensar que parte de mi trabajo para las empresas es aportar sentido a sus estrategias. Las cosas que tenían sentido ya no lo tienen.

En el lanzamiento de Recúbica\ mencionó que "la consultoría ha dejado de aportar valor relevante a las organizaciones." ¿Qué se ha perdido por el camino?

Es un momento de pocas certezas y las organizaciones se verán enfrentadas a desafíos que ni siquiera conocemos aún. Por eso, cuando hablamos de consultoría de negocio y de estrategia, ya no tiene sentido fijar protocolos inalterables. Es más importante definir marcos de trabajo flexibles y ágiles y pegar más la estrategia a la operación de las organizaciones. La metodología debe pasar a un segundo plano y la consultoría está obligada a aportar el valor añadido que se espera de ella a través de la creatividad en el negocio y



LUIS RIVERA

“Las cosas que tenían sentido, ya no lo tienen”

“La consultoría ha dejado de aportar valor a las empresas”

de la cocreación de todas las partes. Esto tiene fuertes implicaciones a la hora de redefinir la propuesta y los indicadores de éxito, el modelo de colaboración e involucración entre consultora y cliente. Del valor que se espera de nosotros.

¿De qué trata el "nuevo contrato de consultoría" que proponen?

Planteamos crear modelos de colaboración que apliquen estas ideas de forma práctica: desde la valoración de proyectos y sus resultados, hasta los modelos de contratación, estructura de los equipos, vinculación a los resultados, etc. En las propuestas incluimos mucho trabajo previo para ayudar al cliente -y a nosotros mismos- a maximizar el valor que aportamos desde el primer momento. Tenemos acceso privilegiado a *startups* y

“Los problemas son la visión cortoplacista y el desprecio por la estrategia frente a los planes tácticos”

empresas de diferentes ecosistemas y lo aprendido lo traducimos en conocimiento para nuestros clientes.

¿El concepto de “transformación digital” ya quedó obsoleto?

El problema es que se ha utilizado mal el concepto. Las corporaciones deben estar preparadas para los posibles futuros. La coletilla “digital” ha empujado la necesidad de esta transformación -y la favorece- pero, lo “digital”, no es el fin último, sino uno de los pilares para lograrlo. Prefiero hablar de una “meta-transformación”: evolucionar para ser capaz de transformarse en el futuro a medida que éste se vaya conociendo.

¿Cuál es el síntoma que detecta una empresa para llamar a Recúbica?

Nos encontramos con todo tipo de situaciones, pero las más habituales son que no les encaja el modelo de la consultora tradicional con la que han trabajado, porque no pueden justificar la inversión. O porque no han sido capaces de aportar en nuevas visiones organizativas. Empresas que definieron estrategias de innovación y de transformación, pero aún no las han integrado en el negocio; quienes tienen identificados retos concretos, pero no saben cómo afrontarlos con sus recursos actuales. Curiosamente, otras no saben identificar bien cuál es su desafío, pero saben que necesitan ayuda. En estos casos -y en los anteriores- invertimos mucho tiempo en ayudar a concretar el contexto de nuestra colaboración y a que el cliente pueda formular las preguntas adecuadas.

¿Quiénes lo están haciendo realmente bien?

Banca y seguros están especialmente activos. Compañías, como Mapfre o Mutua Madrileña están transformándose completamente. En el extremo opuesto, el sector público está muy atrasado y me preocupa que no haya visos de mejora. Otros sectores que están muy bien son el turístico, el sanitario o la distribución. Especialmente lo que conocemos como industria 4.0, que vive un cambio menos evidente pero más profundo.

¿De qué pie cojean las empresas españolas?

Los problemas más importantes son la visión cortoplacista y el desprecio por la estrategia frente a los planes tácticos. Esto limita la competitividad, genera organizaciones reactivas que no se posicionan en la punta de lanza de su sector y están más expuestas a los riesgos futuros.



“Lo digital ha empujado la transformación, pero no es el fin último”

“Me preocupa que no haya mejoras en el sector público”

“La industria 4.0 vive un cambio menos evidente pero más profundo”

¿Qué deberíamos aprender de otros países?

Me gusta Singapur. Creo que está a la vanguardia de la planificación estratégica basada en la exploración de futuros. No solo disponen de un ministerio a tal efecto, han cambiado radicalmente la manera en la que se relacionan con el ciudadano y en la que planifican sus proyectos y acciones futuras.

¿Cuál es la tendencia de mercado general y, en especial, del sector Seguros y Finanzas?

En seguros hay varias tendencias que cambiarán las cosas para siempre: el uso de los activos modificará incluso cómo se define el propio producto. El ejemplo más claro es el sector del automóvil: se puede anticipar que el coche en propiedad está en caída. Pero vemos otros desafíos alrededor del hogar conectado, la salud y el bienestar, etc. Los modelos de riesgo se verán influenciados más y más por el uso de más variables y datos de diferentes fuentes. Los datos: cómo se obtienen, cómo se usan y cómo se define el acuerdo con el usuario, supondrán uno de los grandes desafíos del sector. Los modelos comerciales, en los que la digitalización y la convivencia con la presencia física permitirán nuevas estrategias y servicios de valor añadido. La inteligencia artificial, cuyo dominio deberán afrontar las empresas con la mayor urgencia posible. Su aplicación a todos los aspectos de las organizaciones será uno de los grandes motores del cambio. La sostenibilidad de las organizaciones, que trasciende lo económico y alcanza al medioambiente y a la relación con la sociedad y las personas. La voz y su aplicación a diferentes momentos de la relación con clientes, empleados y *partners* con las aseguradoras. Modelos de ecosistema, en los que la aseguradora deberá integrarse a otras empresas complementarias para proporcionar servicios más completos y ágiles. Y los nuevos modelos de negocio que surgirán con todo esto. Profundizando, aparecerán tendencias más específicas que muchos identifican como macro-tendencias, como el *Blockchain*, que no deja de ser una tecnología más.

Ahora que comienza el año, ¿qué nos depara el 2020?

Es un momento especial, muchas organizaciones habían programado estrategias que acaban este año. Por lo que, más que tendencias, mi sugerencia es que aprovechen el momento para repensar cómo se planifican las cosas y se visualizan los futuros posibles. Es más, la palabra “futuros” la escucharemos mucho en los próximos meses.

LOS ARTILUGIOS 'TECH' DEL 19 QUE DARÁN MUCHO QUE HABLAR EN EL 20

Han marcado tendencia en 2019 y lo seguirán haciendo durante los próximos 12 meses. Estos son los 'gadgets' que harán las delicias de los más tecnológicos en 2020

ANA M. SERRANO

Móviles de última generación fabricados por las firmas tecnológicas de culto -Apple, Samsung, OnePlus y Huawei-, auriculares inalámbricos ultrasónicos con cancelación de ruido, televisiones inteligentes con tecnología Qled, barras de sonido, asistentes de voz, etc. Sin duda han sido, son y serán los dispositivos tecnológicos más populares y demandados del mercado. Pero no los únicos. La tecnología ha llegado también a los rincones más insospechados del hogar, incluso del cuerpo humano. No hay más que echar un vistazo a las listas de ventas navideñas para comprobarlo. Las previsiones para el futuro no se quedan atrás. Y es que los protagonistas del pasado año prometen superarse en este recién estrenado 2020.

Satisfyer Pro 2, la revolución sexual femenina, estrella de 2019

La segunda versión del estimulador de clítoris sin contacto ha superado todas las expectativas de ventas de la firma y, obviamente, las de sus compradoras. El juguete sexual de las navidades 2019 funciona mediante ondas expansivas que estimulan sin contacto garantizando el placer extremo. El modelo Pro 2 es sensiblemente más silencioso que su predecesor, es resistente al agua y su elegante diseño se mejora con un suave tono rosa. También optimiza la higiene, pues el interior del aparato es hermético impidiendo la entrada de agua, lubricantes y otros fluidos. El cabezal de quita y pon se extrae y se limpia con facilidad. Además, cuenta con once niveles de intensidad. Solo ha de colocarse sobre la zona para sentir cómo el flujo sanguíneo aumenta en tiempo récord.

Cuentan que la versión masculina ha sido tan exitosa como la femenina, aunque los testimonios de usuarios no han proliferado tanto.

Scribit convierte su pared en un lienzo interactivo

Dos clavos, un enchufe y cinco minutos es lo único necesario para pintar las

paredes del salón, el dormitorio, el baño o la cocina. También las oficinas pueden convertirse en un muro grafitero digno de Banksy. A ver, que no cunda el pánico porque todo lo que dibuja y colorea Scribit es reversible. Se trata de un robot diseñado por Carlo Ratti Associati para decorar, dibujar y escribir en las paredes a demanda. Funciona mediante una aplicación que permite trabajar con diferentes colores y diseños, incluso subir los propios. Scribit puede dibujar, borrar y volver a dibujar contenido de forma segura un número infinito de veces, lo que le permite elegir una nueva decoración de pared cada pocos minutos. Dibuja con precisión, pues utiliza marcadores para reproducir cualquier tipo de datos, también mensajes y notas de texto en cualquier superficie vertical -pizarra, cristal, muro estándar, etc.-.

FrankOne Coffee Maker, café delicioso en menos de cuatro minutos

Sí, es una cafetera. Y no, no necesita cápsulas ni filtros. Es ultra rápida, portátil y elegante. Funciona mediante una batería recargable USB de larga duración y una tecnología capaz de extraer más sabor en menos



El arte digital alcanza una nueva dimensión con Scribit. EE



Un café delicioso en menos de cuatro minutos con la FrankOne Coffee Maker. EE



Olvídense (casi) de limpiar con los robots aspiradores Cecotec Conga Serie 1090. EE

tiempo. El artilugio es fruto de la alianza entre el ingeniero Eduardo Umaña y el maestro cafetero colombiano Luis Fernando Vélez.

La idea era obtener una deliciosa taza de café sin desperdiciar ni una sola de las notas mágicas de esta bebida universal. ¿El truco? Una aspiradora a presión, automática, que extrae el agua a través del vacío. Cada cafetera está construida con vidrio soplado a mano e incluye un filtro de malla metálica reutilizable.

Robot aspirador Cecotec Conga Serie 1090: inteligente y práctico

La Conga 1090 barre, aspira, pasa la mopa y friega. Así, todo en uno. De hecho, dispone de fregado inteligente adaptable a todo tipo de superficies. Se pueden seleccionar un total de cinco modos de limpieza: auto, bordes, habitación, espiral y vuelta a casa. Incluye un cepillo de silicona especial mascotas, apto para todo tipo de suelos y alfombras finas.

Compatible con Alexa y Google Home, la tecnología iTech Smart 2.0 dota al dispositivo de la capacidad de decidir el modo óptimo de limpieza en función de la superficie, detecta obstáculos, los esquiva, memoriza la ruta, define la más rápida, limpia el cien por cien de lo recorrido y vuelve obediente a la base de carga cuando ha terminado su labor.

iPhone 11 Caviar: el icono de Apple al más puro estilo ruso
Porque hay que ser muy ruso para llevar semejante móvil en el bolsillo. Y



El Satisfyer Pro 2 ha sido una verdadera revolución para el placer femenino. EE

también tener mucha pasta. La mezcla de la tecnología norteamericana con la estética del exceso ha dado el fruto esperado: una serie de iPhone 11 Caviar a precios desorbitados, nombres astronómicos y diseños cuestionables para cualquiera con un mínimo de gusto y delicadeza.

Claro que nada obstaculiza la ostentación eslava cuando se trata de aparentar. Así, a fecha noviembre 2019, el más caro de los modelos, el Solarius -cuyo precio superaba los 70.000 euros-, ya se había agotado. Los hermanos más modestos, Marte, Luna y Tierra, aún tenían ejemplares disponibles. Todos ellos tuneados a base de oro, titanio, cuero genuino, diamantes, caoba y fibra de carbono fueron proyectados por Elijah Giacometti, diseñador jefe de la firma Caviar.

LG Homebrew, para sibaritas amantes de la cerveza artesana
Vamos a ser realistas. Esta máquina de cerveza artesanal no lidera las listas de ventas tecnológicas. Sí los sueños más delirantes de los amantes de la cerveza. LG Electronics presentó en el CES 2019 la primera máquina de cerveza artesanal con cápsulas.

El dispositivo, tan vanguardista como simple, optimiza la fermentación, la carbonatación y el envejecimiento con sólo apretar un botón. El algoritmo de la máquina descifra el proceso de la cápsula de un solo uso, compuesta de malta, levadura, aceite de lúpulo y saborizante.

Una aplicación complementaria gratuita -para Android e iOS- permite verificar el estado de HomeBrew en cualquier momento y lugar.



ISTOCK

LA FUERZA SOLIDARIA DE MÁS DE 2 MILLONES DE VOLUNTARIOS

En España más de 2 millones de personas dedican su tiempo libre a ayudar a quienes más lo necesitan, el sector asegurador es uno de los más implicados en el voluntariado corporativo

REDACCIÓN

España es uno de los países más solidarios y que más se vuelca en la ayuda a quienes más lo necesitan. Así, un tercio de los españoles confiesa que le gustaría implicarse más en proyectos de acción social y solidarios, de acuerdo con las conclusiones del informe de la acción voluntaria de 2018.

Además, el 20 por ciento de los españoles colaboran con donaciones a ONG y el 14 por ciento de la población española colabora como socio de una organización del tercer sector. Pero optar por el voluntariado permite involucrarse más y ser parte activa de los proyectos y conocer, además, de primera mano la realidad de los que más necesitan ayuda. El documento cifra en 2,5 millones los voluntarios que cada año dedican parte de su

tiempo a implicarse en proyectos solidarios, especialmente aquellos dirigidos a proteger a la infancia, al acompañamiento de personas mayores o a la discapacidad. Los voluntarios, además, están más comprometidos, según indica el informe; el 50 por ciento de los que dedican su tiempo a ayudar lleva más de cinco años como voluntario, y el 34 por ciento de ellos lo ha hecho más de una década.

El empuje del voluntariado corporativo

Cada vez son más numerosas las empresas que ofrecen a sus empleados la oportunidad de participar en programas de voluntariado corporativo. De acuerdo con los datos del Observatorio del Voluntariado Corporativo, más del 70 por ciento de las empresas de más de 500 trabajadores los realizan.

El sector asegurador no es una excepción. Son muchas las compañías aseguradoras y las empresas de mediación que desarrollan programas solidarios con la ayuda de sus trabajadores. Por ejemplo, Mapfre ha sido reconocida recientemente con el certificado de calidad Aenor ISO 9001 por la gestión de su actividad de voluntariado corporativo. El grupo asegurador es la primera entidad del Ibex35 que recibe esta certificación. A cierre de octubre de 2019, más de 2.000 voluntarios entre trabajadores y familiares de Mapfre en España ayudaron a casi 40.000 personas vulnerables. Los voluntarios de Mapfre han dedicado más de 5.800 horas a actividades de voluntariado, recaudaron casi 5.000 kilos de alimentos y más de 90.000 euros en diferentes proyectos solidarios.

Otra compañía muy comprometida con el voluntariado corporativo es Reale Seguros. Más de cien voluntarios de la entidad que dirige en España Ignacio Mariscal han participado en numerosos proyectos de diferentes ONG con centenares de beneficiarios. La compañía, además, participa en la Semana Internacional del Voluntariado y en el Día Solidario de las empresas. MetLife, Cigna, Santalucía, AXA son otras de las compañías que participan de forma activa en proyectos de voluntariado corporativo. Incluso Mutua Madrileña premia cada año las acciones de voluntariado universitario más destacadas en los Premios al Voluntariado Universitario que impulsa su fundación.

INNOVACIÓN

EL 88% DE LOS ESPAÑOLES NO SABE QUÉ ES 'FINTECH'

Adicae denuncia el aumento de la brecha digital entre los jóvenes, más conocedores de las nuevas tendencias 'fintech', y los consumidores más mayores

REDACCIÓN

La asociación de consumidores Adicae presenta su estudio *La transformación tecnológica del sector financiero y las entidades Fintech* donde se pretende ayudar a entender la percepción del consumidor sobre este sector y poder vislumbrar las nuevas tendencias y oportunidades. El estudio deja claro el peso que tiene todavía la banca tradicional -el 94 por ciento de los encuestados declara tener una cuenta en la banca tradicional, frente al 25 por ciento que la tiene en la banca *online*-. Sin embargo, nueve de cada diez consumidores que consultan su saldo y movimientos bancarios y hacen transferencias lo hacen a través de internet. En las operaciones financieras de ahorro e inversión el porcentaje baja notablemente, explica la asociación.

Por edades, el 35 por ciento de los menores de 45 años afirma recurrir a la banca digital frente al 23 por ciento de los mayores de 45 años que sí lo hace. Uno de los datos que mejor muestra la transformación del sector es que el 80 por ciento de los encuestados acude de forma esporádica a su entidad bancaria de forma



EE

presencial mientras que el 60 por ciento visita la web de su banco al menos una vez a la semana. El efectivo, la tarjeta, la transferencia y Paypal son los métodos de pago más conocidos por los españoles. En cuanto al uso: el efectivo y la tarjeta registran más del 80 por ciento. El resto de medios de pago se queda muy por detrás ya que el siguiente es la transferencia bancaria con el 23 por ciento, según el informe.



EE

'INSURTECH'

LA AEFI PIDE LA APROBACIÓN DEL 'SANDBOX'

También piden una mayor colaboración con las entidades e incentivar la inversión en el sector

REDACCIÓN

La Asociación Española de Fintech e Insurtech (Aefi), que agrupa a casi 140 compañías *fintech* e *insurtech*, ha recogido las principales reclamaciones y retos que afronta el ecosistema para 2020 en España, tras un 2019 en el que el sector consiguió progresar en la adopción de nuevos modelos de negocio y dar pasos decisivos para la mejora de la regulación, con la puesta en marcha de la normativa PSD2 y los avances para la implantación del *Sandbox*. El Consejo de Ministros del pasado 22 de febrero ya aprobó el anteproyecto de

ley para la transformación digital del sector financiero y asegurador, que incluye la creación del *Sandbox*, por lo que ahora urge que el Parlamento lo apruebe, señalan.

El *Sandbox* es un espacio de pruebas controlado y no desregulado que identificará una serie de proyectos innovadores que mejoren la prestación de servicios financieros, con unos protocolos de supervisión estandarizados, un espacio diseñado para crear condiciones seguras en las que puedan probarse innovaciones tecnológicas con máximas garantías para todos los participantes en el proceso, garantizando la protección de los consumidores y usuarios.

Un entorno regulatorio óptimo

La Aefi pide también mejorar los procesos del regulador y supervisor para crear un entorno regulatorio óptimo, "que resulta primordial para fomentar el desarrollo y creación de *startups fintech* e *insurtech* y acelerar así la transformación digital de todo el sector financiero y de seguros en España".



65 años y diez meses para acceder a la jubilación en 2020

Desde el 1 de enero de 2020, para poder jubilarse, los trabajadores deberán tener cumplidos 65 años y diez meses, de acuerdo con la reforma de 2013, y si han cotizado menos de 37 años. Los trabajadores que superen los 37 años cotizados y deseen jubilarse con el cien por cien de la pensión, deberán tener los 65 años cumplidos.



Santalucía atiende más de 4.600 siniestros por temporales

Santalucía ha atendido a 4.690 clientes como consecuencia de los dos últimos temporales de lluvia y viento que afectaron a la Península durante el pasado mes de diciembre. De los siniestros atendidos, 99 son por riesgos extraordinarios -inundación- y 4.591 -el 98 por ciento del total- fueron por fenómenos atmosféricos -lluvia, viento o pedrisco-.



AIG nombra presidente a Peter S. Zaffino

AIG ha nombrado a Peter S. Zaffino nuevo presidente. El nombramiento es efectivo desde el 1 de enero, según ha informado el grupo asegurador norteamericano a través de un comunicado. Zaffino compaginará su nuevo puesto con los cargos de director Global de Operaciones de la compañía y director ejecutivo de Seguros Generales.



March Risk Solutions ficha a José María Elguero

March Risk Solutions ha incorporado a su equipo a José María Elguero como director de la Unidad de Grandes Cuentas de Riesgos Financieros. Doctor en Derecho, MBA por el Instituto de Empresa y Profesor de la Universidad Pontificia de Comillas (ICADE-ICAI). Elguero cuenta con más de tres décadas de experiencia en el sector.



Eva Fernández, nueva directora de marketing de Arag España

Arag España ha nombrado a Eva Fernández como nueva directora de Marketing de la compañía, en dependencia de la dirección comercial. Esta designación se enmarca en el nuevo enfoque estratégico de la aseguradora de anticiparse al cambio del mercado y así adaptarse a la actividad comercial y al marketing de canal, explican.



Aserta España factura 20 millones en Caución en 2019

Grupo Financiero Aserta a través de su filial Aserta España, alcanzará en 2019 una cifra de emisión de garantías por valor de 1.800 millones de euros, de directo, en el ejercicio. Esta cifra representa un importe superior a los 30.000 millones de euros en términos del valor de los proyectos en ejecución por parte de sus clientes, explica la compañía.

MANIPULACIÓN: EL MAL INVISIBLE

No se ve venir, porque esa es, en parte, la magia del manipulador de turno. Aprenda cómo detectarlo

ANITA CUFARI

Es invisible, sutil y bastante retorcido. Lo suficiente como para no ser obvio, pero carcome. Sin darnos cuenta, hay algo en nosotros que se va desmenuzando. Y lo hace de una manera tan imprevisible y aparentemente amable que no lo vemos venir. Hasta que, un día, dejamos de ser lo que fuimos y no nos reconocemos.

“¿Eso sucedió o no?”, “¿En qué parte me equivoqué?”, uno se pregunta. Miles de cuestiones que nos invaden y, cuando hay demasiadas dudas sobre uno mismo, es posible que estemos siendo víctimas de un perfecto manipulador. Aquel que dice “¡pero si te lo digo por tu bien!” y esa puñalada invisible nos ahoga sin verla.

“¿Por qué te pones así, si esto es solo rutinario?” y uno se da cuenta de que aquel intercambio de *mails* entre dos se ha convertido en el mensaje copiado a más personas de la historia. Por supuesto que llega, también, al superior “como quien no quiere la cosa”. ¡Ups!

Este dudar de lo que se vio y se hizo es un problema más grande de lo que se piensa.

En la famosa película *Gaslight*, esa “luz de gas” que se encendía y apagaba intencionadamente era una de las herramientas más poderosas de las que se valía el manipulador protagonista. Este recién casado intenta convencer a su reciente esposa de que está loca negando que ocurren cosas obvias, cambiando de lugar pequeños objetos y luego desmintiendo que haya sucedido. Por supuesto, sugiriendo que tiene ciertas lagunas mentales.

La primera vez que pasa, uno lo puede tomar como un

despiste o un capricho de la memoria. Pero la continuidad en el tiempo nos lleva a perder el sentido de la realidad. En casos profundos, es un abuso psicológico.

Cambiar argumentos delante de otros dejándolo a uno en evidencia. Modificar fechas o documentos negándolo más adelante. Desmentir cosas que se prometieron. Eso también es parte de la manipulación. Al negar lo obvio, uno se siente cada vez más confuso, duda de todo -especialmente de uno mismo- pero menos del *gaslighter*, porque se muestra seguro.

Cómo detectarlo

Si siente que se tiene que disculpar por algo de lo que no está convencido que haya sucedido. Si duda de lo que ve, oye o vive, trate de analizar los hechos “desde fuera”.

Si el manipulador trabaja con usted, lo mejor que puede hacer es mantener todo por escrito. Tener testigos fiables también será buena idea. Y, como siempre le sugiero, si le duele la vida, acuda a un profesional para salir de estas situaciones y encontrar de nuevo la coherencia y la sintonía propia.



LITERATURA: EL 'NEGRO' QUE VIENE EN 2020

Comienza el año y toca lista literaria. En vez de repasar lo ya leído, vamos a tirar de adelantos editoriales 'con mucho negro'. ¿Por qué negro? Porque desde que hace un siglo los escritores estadounidenses desataron la fiebre por el género, no ha dejado de crecer y mejorar hasta convertirse en literatura de primer nivel

ANA M. SERRANO

Porque ya no son sólo los nórdicos quienes acaparan el mejor *noir* contemporáneo. Porque este 2020 se presenta muy jugoso tanto en las tramas, los escenarios y los delitos, como en los autores. Aquí, el negro que viene. Pasen y lean.

Por orden de aparición en las librerías, ocupa el primer puesto **Susana Martín Gijón**. La escritora extremeña deja

descansar a Annika Kaunda y los escenarios de su tierra para adentrarse en la canícula sevillana con una nueva investigadora: Camino Vargas. *Progenie* es la nueva novela que publica Alfaguara.

Polvo y sombra, del romano **Antonio Manzini**, que regresa a Salamandra con la sexta entrega del controvertido Rocco Schiavone. La novela, repleta de negrura y traiciones, se inicia con la aparición del cadáver de un transexual en el río Dora. Parece un homicidio al uso, sin embargo, Schiavone intuye desde el principio que detrás hay una trama mucho más siniestra de lo que aparenta.

Por su parte, **Pedro Feijoo** estrena el año con su tercera novela, *Un fuego azul* (Ediciones B), ambientada en Vigo. El responsable de la Brigada de Investigación Criminal de la comisaría central se enfrenta a un crimen violento. Demasiado violento. Demasiado sanguinario. Demasiado cruel. "Un libro frenético, lleno de giros sorprendentes y con un ritmo que deja

al lector sin aliento. Una historia poblada por personajes cargados de ira, pero también de una extrema fragilidad".

Sangriento se revela también el enero de **Alan Parks**, que debuta en el mundo negro con una novela ambientada en la Escocia del 73. El autor escocés se inicia en España con un título inquietante, traducido por Juan Trejo: *Enero sangriento*. Un chavalín, casi un adolescente se lía a tiros en mitad de una céntrica calle. Luego se suicida. La víctima es una joven de su misma edad. La cabezonería y temeridad de Harry McCoy son las únicas armas con las que cuenta el recién estrenado detective para resolver su primer caso.

El tunecino **Patrick McGuinness** se decanta por ficciones basadas en casos reales. *Echadme a los lobos* (Siruela) se desarrolla en Londres, justo después del referéndum sobre el *Brexit*. La detención de un viejo profesor acusado del asesinato de una joven, que aparece flotando en el Támesis, desata el amarillismo de la prensa británica. Para conocer el desenlace tendremos que esperar hasta finales de mes.

Finalmente, en febrero ya, **Lorena Franco** mezcla también el periodismo de investigación con el crimen para ofrecernos una intriga sobre desapariciones en su Barcelona natal: *El último verano de Silvia Blanch* (Planeta). Franco comenzó su carrera literaria en 2016. Sus *thrillers* se han traducido a varios idiomas.



LO NUEVO DE SIEMPRE DE LONDRES

Como salida de aquella Mary Poppins de los años 60, Londres siempre tiene algo más que contar, aunque eso nuevo para descubrir haya estado siempre allí

ANITA CUFARI

Hay tanto por ver, que uno siempre siente que la saborea por capítulos. Le recomiendo que programe su siguiente visita a Londres reservando algunos días para caminar sin rumbo fijo por sus calles y, otros, para quedarse a gusto conociendo museos diferentes, visitas guiadas alternativas y hasta un paseo en barco aprovechando el London Pass. En cuanto se dé cuenta de que no hace cola en los monumentos y de que, si se cansa, puede subir a los buses turísticos, enseguida encontrará que es muy conveniente. Uno de los imprescindibles es la visita a la Torre de Londres y mejor si es de la mano de uno de los *Yeoman Warder*. Los famosos *Beefeater* o alabarderos transmiten histriónicamente los sucesos, las curiosidades y los secretos que esconden sus paredes. ¡Viven allí! Así que pregúnteles alguna anécdota que, seguro, le asombrarán.

Cruzando el Támesis, está el curioso Teatro *Shakespeare's Globe*, reconstrucción del original de 1599, con su patio circular al descubierto, rodeado de tres hileras de asientos muy empinadas. Durante todo el año hay visitas guiadas, en verano, además, funciones.

Abanicarnos en el Meridiano cero

Otro paseo interesante es ir hasta Greenwich para conocer las aventuras del antiguo Cutty Sark y sentirse capitán de navío y explorar el casco del barco desde abajo. Pero la ciudad que da nombre al Meridiano, además, tiene el Observatorio situado en el Parque Real y el Fan Museum, el primer museo del mundo dedicado al abanico.

Aunque no sea fanático de este artilugio, en la visita descubrirá todo tipo de modelos a través de la historia de los abanicos, sus procesos de fabricación y las diferentes fórmulas que se han utilizado para crearlos. Más que recomendable es el Five o'Clock Tea de su Orangery. Una buena manera de vivir la tradición londinense en un ambiente mágico y por solo nueve libras. Es abundante y exquisito. La merienda ya tiene lugar.

Una de las formas más curiosas y bonitas de llegar hasta Greenwich es en barco. Aunque también puede hacerlo en metro.

La Venecia más 'british'

Es posible que el día para caminar por Londres sea el que decida descubrir el Canal Regent's, la *Little Venice* de la ciudad. Bordeando el agua atravesará algunos de los barrios más interesantes, se topará con Paddington, el oso que sus *peques* reconocerán enseguida. Siguiendo el canal, cruzará el Regent's Park -merece una visita aparte- y, si aún tiene ganas de más, la recompensa llega en Camden Town, con sus terrazas, tiendas y restaurantes. La caminata podría terminar en el Támesis o aprovechar que tiene el London Pass para subir al barco de Jason's Trip, que empezó hace más de 110 años como buque carguero y, hoy, se ha convertido en una nave de pasajeros que recorre el canal desde Little Venice a Camden Lock, ida y vuelta.

Ojalá pudiera ser como esa Mary Poppins para contarle mil planes más. Mientras lo sigo intentando, en visitbritain.com/es tiene más información.



PROPUESTAS PARA EMPEZAR 2020 CON BUENA CARA

Los excesos navideños también causan estragos en la piel. Los alimentos ricos en grasas, los dulces y el alcohol provocan desequilibrios en la producción sebácea y la deshidratación de los tejidos

ANA M. SERRANO

Todo ello nos hace tener un aspecto cetrino y cansado, una piel apagada y debilitada. ¿Puede un tratamiento relámpago resolverlo? Sí, si es el adecuado. Así opina Elisabeth San Gregorio, directora técnica de la firma cosmética Medik8. “Un buen tratamiento nos aportará la vitalidad perdida, aunque está claro que, tras él, deberemos seguir un protocolo adecuado de mantenimiento con productos pensados para nuestras necesidades específicas”, explica la experta. Por ello aconseja tratamientos como el de aromaterapia y rosas con efecto rejuvenecedor aplicado en la Clínica Beauté de Madrid.

Se trata de un protocolo que suma lo mejor de los dos mundos. Comienza con un masaje de cuero cabelludo que libera la tensión muscular, seguido de juegos de presión y drenaje linfático en el rostro con el objetivo de liberar la congestión acumulada. Con efecto inmediato, se aprecian las propiedades regenerativas, nutritivas e hidratantes de la rosa.

En Barcelona, el Majestic Hotel & Spa propone un tratamiento de Perricone MD para alcanzar una salud óptima de la piel y un perfecto efecto anti-edad. 90 minutos en los que se puede disfrutar de un protocolo que se adapta a las necesidades de la piel de quien acuda, usando productos específicos patentados por el Dr. Perricone como el DMAE, el Ácido Alfa Lipoico o la vitamina C Ester.



En Londres se las gastan con oro. Así de suntuosa es la propuesta de Liberty London y Omorovicza. Con el ritual Gold Hydralifting Facial, la piel rejuvenece y se vuelve más jugosa. La experiencia comienza con un *peeling* y la aplicación del suero de oro coloidal con efecto antiinflamatorio. De esta forma se corrigen los daños en la piel causados por las bajas temperaturas. Un masaje final ayuda a reducir líneas y arrugas tanto en el rostro como en el contorno de ojos.

Claro que el Rolls Royce de los faciales es Platinum Facial de Medik8, la estrella del centro WOMum de Madrid. Un ritual de lujo a base de productos infalibles como la Age Defying Platinum Mask, cuyo efecto es visible nada más aplicarse.

Específicas para la piel masculina son las propuestas de Julia Homme y Salad Code. La primera apuesta por un tratamiento anti-edad creado especialmente para la zona del ojo masculino. Reduce eficazmente las arrugas, ojeras, bolsas y la flacidez del contorno de los ojos gracias a un complejo de péptidos descongestionantes que refuerzan la firmeza y la tonicidad de la piel.

La mascarilla facial *detox* de Salad Code contiene 20 ml de sérum con activos muy concentrados. Elimina impurezas y toxinas, ayuda a minimizar poros y favorece una piel sin acné. También protege y repara la piel de los daños causados por la polución del medio ambiente.



Los tratamientos faciales más exclusivos para recuperarse de los excesos navideños. EE



La línea de Perricone MD ofrece una amplia variedad de soluciones anti-edad. EE



Liberty London y Omorovicza apuestan por el oro con el ritual Gold Hydralifting Facial. EE