

# Seguros

elEconomista

Revista mensual

13 de febrero de 2020 | Nº 76

Coches conectados que hablan  
y una mayor exigencia de la UE  
en ciberseguridad | P26

Viviendas colaborativas:  
la revolución del  
envejecimiento activo | P22



Elena Jiménez de Andrade Presidenta del Consejo General de Mediadores

“La nueva ley va a favorecer al consumidor  
en protección y mayor transparencia | P10

## CONSUMIDORES MÁS PROTEGIDOS A LA HORA DE COMPRAR SEGUROS

El Gobierno aprobó por Real Decreto la ley que  
aumenta la transparencia en la venta de seguros | P8



20. Salud

## El mejor remedio para el dolor de cabeza

Analizamos el origen de la migraña y el impacto que tiene en el día a día de quien la sufre

24. Mascotas

## La mejor opción para cuidar de las mascotas

Son un miembro más de muchas familias españolas. El seguro tiene la clave para su bienestar

32. Con pasión

## Pepa Muñoz, chef de 'Qüenco de Pepa's

La chef y propietaria del restaurante afirma que "antes de saber lo que quería ser, ¡ya era chef!"

34. Historias del seguro

## Asegurando la vida desde el Antiguo Egipto

Repasamos el curioso origen del seguro de vida desde el 'Código de Hammurabi' hasta hoy

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

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

## Reportaje Más transparencia y protección para los asegurados

La transposición de la Directiva de Distribución de Seguros mejora las condiciones para la venta de seguros



06



22

## Ahorro y jubilación Una fórmula para revolucionar el envejecimiento

El 'cohousing' o viviendas colaborativas se multiplica en España como alternativa a las residencias de mayores

## Entrevista Elena Jiménez de Andrade, presidenta del Consejo General

"La nueva Ley va a favorecer al cliente final en dos aspectos: protección y mayor transparencia"



10



26

## Motor ¿Y si su coche conectado le hablara?

Tesla lanza nuevas y sorprendentes funcionalidades para sus coches mientras la UE se centra en su ciberseguridad



# Más seguridad para el asegurado y para el sector

**E**l Real Decreto-ley que transpone la Directiva de Distribución de Seguros a la legislación española es un hito para el sector asegurador. Ahora no solo se garantiza una mayor protección del consumidor a la hora de

contratar sus seguros, sino que se dota de garantía jurídica a la actividad de los distribuidores de seguros. El objetivo de la norma es triple. Por un lado, aumentar la transparencia de un sector que se ha caracterizado por su opacidad, aunque en los últimos años ha trabajado a brazo partido para mejorar su comunicación con la sociedad. Una mayor transparencia tendrá como consecuencia una mejor y mayor protección del consumidor. Y, en tercer lugar, se dota al sector de la distribución de un marco jurídico estable que ahondará en la profesionalización de los mediadores de seguros. O distribuidores, como se les denomina en la directiva.

La norma afecta a más de 80.000 profesionales, entre corredores de seguros, agentes, operadores de bancaseguros y a nuevas figuras como los comparadores de seguros -que deberán estar respaldados por un mediador de seguros- y los mediadores de seguros complementarios -las agencias de viajes y las empresas de alquiler de vehículos,

entre otros-. Además, se regulan las características que debe cumplir cada una de estas figuras así como los requisitos de formación, que se endurecen para los trabajadores de bancaseguros e incluye a los empleados de aseguradoras y reaseguradoras que vendan sus productos y servicios de forma directa.

Más vigilancia del mercado, más información para el asegurado y más sanciones si se incumplen las obligaciones de información y transparencia. El de las sanciones ha sido, quizá, el principal escollo de la directiva para los profesionales de la distribución de seguros, por su elevada cuantía -se equiparan a las sanciones que contempla Europa para las entidades bancarias- y hace que muchos profesionales del seguro piensen que les toca pagar los platos rotos de la crisis financiera que sufrió Europa. En todo caso, la nueva legislación estaba siendo muy reclamada por el sector, por la inseguridad jurídica que suponía ser el último país comunitario en aprobar su transposición. Repasamos las novedades de la nueva ley en el reportaje de portada y hablamos con Elena Jiménez de Andrade, presidenta de los Colegios de Mediadores de Seguros de España. Y también tenemos muchos e interesantes contenidos. Feliz lectura.

La Directiva de Distribución de Seguros afecta a más de 80.000 profesionales del sector asegurador y mejora la protección del asegurado al ofrecerle más información y transparencia sobre lo que contrata

# ¿LA IDD PROTEGE AL ASEGURADO?

Con cerca de dos años de retraso, el Gobierno de Pedro Sánchez ha dado luz verde a la transposición de la Directiva de Distribución de Seguros (IDD). El objetivo de la norma es aumentar la protección del consumidor, pero ¿será suficiente? Preguntamos al experto



## CARLOS LLUCH

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

### ¿La transposición de la Directiva de Distribución de Seguros va a aumentar la protección del consumidor de seguros en el mercado español?

Desde el pasado 4 de febrero tenemos nueva regulación para lo que se ha dado en llamar “distribución de seguros”. En tres meses, acabada la moratoria preceptiva, todo aquel que comercialice seguros tendrá que estar adaptado sí o sí a lo que prevé este nuevo escenario. Entra en juego por Real Decreto-ley, la menos democrática de las fórmulas posibles y junto con otros tres Libros en los que se tratan materias tan diversas como ciertos aspectos de la contratación pública o la fiscalidad. El porqué de esta vía hay que buscarlo en la amenaza de sanción de la CE por la tardanza en trasponer Directivas que halla en varias legislaturas indolentes o sin legitimación la mejor explicación posible.

El Libro que aborda dicha transposición es, claramente, el Proyecto de Ley que fraguó el PP y que recibió en sede parlamentaria cien enmiendas. ¿Contempla la aprobada Ley dichas propuestas de corrección o mejora? No. Por tanto ¿es la Ley que necesitaba el sector asegurador para resolver viejos vicios? Pero aún más importante ¿es la Ley que necesitaba el consumidor para ver protegidos sus derechos y libertades -muy importantes estas últimas-? No.

Desde luego, asistimos a un avance desde el momento en que afecta a todo canal físico o digital de comercialización.



ISTOCK

Habrá que hacer un esfuerzo importante para cumplir con el deber de facilitar información que habrá que suministrar antes, durante y después de formalizar un contrato de seguro.

### Formación reglada y obligatoria

Asistimos a la obligación de contar con una formación reglada por parte de todos los actores del mercado. Perdón, no todos,

pues algunos escaparán de rositas gracias a la acción de sus *lobbies* pues, claro, cuando se venden o endosan seguros de forma complementaria a una venta de bienes o servicios considerados principales, los derechos del consumidor pueden subordinarse a los mercantiles. Los grandes beneficiados: *rent-a-car* y agentes de viajes, dos canales de venta tradicionalmente conflictivos, curiosamente.

Afortunadamente a partir de ahora los bancos ya no podrán imponer sus seguros (tampoco podían con la Ley 26/2006, art 5.e). Pese a ello, estoy convencido de que seguirán obsequiándonos con su habilidad para saltarse a la comba todo lo que se menea. No solo en seguros: con el Euribor, IRPH, las suelo, *swaps*, *clips*, preferentes y muchas otras materias nos han demostrado su respeto por la Legislación vigente y la RSE.

### Cuentas separadas

Uno de los elementos importantes y positivos que podemos hallar en cuanto a protección efectiva del usuario es el deber del corredor de seguros de mantener en cuenta bancaria separada las primas recibidas de sus clientes como pago de los seguros o cantidades pendientes de pago a estos en nombre del asegurador.

También es un gran avance la prohibición que hace la nueva ley de la remuneración al corredor distinta de las comisiones por parte de las compañías. Una prohibición destinada a prevenir los conflictos de interés que afecten al deber de independencia del corredor.

Me pregunto si esta Ley aguantará más de una década como sí hicieron sus predecesoras.

# Con Select, sus clientes viajarán con plena tranquilidad.

Haga que sus clientes viajen con la seguridad y la tranquilidad de contar con el seguro más completo.

Select es el seguro de viaje internacional más completo para desplazarte con las mejores garantías en España y el extranjero:

- **Gastos médicos** hasta 150.000€ Mundo.
- **Accidentes** del medio de transporte hasta 50.000€.
- Cobertura de **equipaje**: demora hasta 300€, pérdida de documentación hasta 250€.
- Nuevas coberturas: **Cancelación de la salida del medio de transporte, envío de objetos olvidados de difícil reemplazamiento...** y muchas más!

Además si sus clientes lo necesitan pueden aumentar sus límites de garantías y viajar con una póliza totalmente a su medida.

**Seguro de Viaje Select. No deje que sus clientes viajen sin él.**

[www.ergo-segurosdeviaje.es](http://www.ergo-segurosdeviaje.es)



**Aseguradora en el TOP 5 en Calidad de Servicio.**

Barómetro ADECOSE 2015, 2016, 2017, 2018



**Aseguradora más vendida por los agentes de viaje.**



**Medalla al Mérito en el Seguro.**

Otorgada por el Ministerio de Economía y Competitividad.

# ERGO

Seguros de Viaje



## María Ameijeiras

Directora general de  
AyF Correduría de Seguros

Hace 30 años, el paisaje de la mediación en España era muy diferente al que conocemos ahora. Los corredores de seguros eran auténticos desconocidos y a los mediadores se nos conocía como agentes de seguros

# Miremos al futuro para posicionarnos en él

**M**iro hacia atrás y veo que me siguen motivando exactamente las mismas inquietudes que tenía en 1989, cuando decidí dejar la entidad financiera en la que trabajaba para dedicarme a ser corredora de seguros: dar soluciones para proteger riesgos desde una posición totalmente independiente. El paisaje de la mediación en nuestro país era muy diferente al que conocemos ahora. Los corredores de seguros eran auténticos desconocidos. A los mediadores se nos conocía comúnmente como agentes de seguros. Una red muy atomizada, mucha menos formación en la mayoría de los casos y en dónde el éxito en la venta dependía fundamentalmente de la marca de la aseguradora, del precio y/o de la amistad o compromiso.

En concreto, los inicios en el sector de AyF, nuestra correduría, datan de 1958. El punto de partida fue ser agencia exclusiva de una entidad aseguradora, como tantas otras corredurías que existen en nuestro país. Transformar esa realidad fue un reto. A nuestro favor teníamos algo muy valioso que traslada el lado más humano y más importante de nuestra profesión, la confianza de nuestros clientes. Sin embargo, transformar la percepción que tenían de nosotros alrededor de una marca y construir un nuevo marco de relación en donde el valor de la independencia y nuestro asesoramiento estuviesen por encima de la marca con la que nos habían identificado durante tantos años fue un desafío, tanto para ellos como para

nosotros. Hoy en día no sabría decir para cuál de las dos partes lo fue más. Lo que sí sé es que esto ha sido mi inspiración diaria.

Así era el contexto de aquella época y el que nos acompañó durante mucho tiempo. Si ejercemos algo tan sano como la autocritica, deberíamos reconocer que el colectivo, en general, se ha acomodado en este rol mientras el mercado lo ha dejado vivir *tranquilo*. Contados proyectos se han preocupado de innovar en sus modelos de negocio antes de la última década. Sin embargo, es justo reconocer que, sobre todo en el periodo indicado, nuestro colectivo se ha esforzado en mejorar. Se ha profesionalizado, se ha formado, se ha diversificado. Hoy en día existen diferentes modelos de negocio: corredurías totalmente independientes, corredurías bajo el paraguas de las distintas asociaciones existentes, grupos de corredurías que se han dedicado a comprar otras, fusiones, modelos de gestión de carteras, etc. Cada uno ha optado por el modelo que más fácil le ha resultado o en el que más cómodo se ha sentido, pero todos hemos trabajado por transmitir de forma más o menos efectiva nuestra identidad, lo que nos diferencia de otros canales de distribución y cómo de diferentes hacemos las cosas.

Así como he sido muy crítica hace años con este aspecto, quiero poner de manifiesto que percibo cómo muchos clientes, en la actualidad, valoran nuestra labor y saben marcar la diferencia con otros canales de distribución. Todo este logro conseguido lo tenemos que salvaguardar.

Barcelona, 2013, un grupo de profesionales del sector nos reunimos para poner la mirada en 2020. Fui invitada por Carlos Biurrun, una experiencia muy enriquecedora que siempre le agradeceré. Hablamos de modelos de negocio, de la necesidad de ganar tamaño, de nuestro valor diferencial, independencia, asesoramiento, cercanía, de internet, de poner al cliente en el centro, de ofrecerle lo que pide en relación con el servicio y la inmediatez, y se habló también de que quizás la dimensión y la capacidad del corredor podrían condicionar su capacidad de maniobra.

En la actualidad, los mediadores hemos demostrado que somos una pieza fundamental en la distribución de seguros. Resistimos a pesar de la competencia feroz y desleal de los operadores de banca seguros que juegan con otras reglas de juego y de nuestra *limitada dimensión*. Crecemos más que otros canales de distribución. El canal de agentes y corredores de seguros creció en volumen de negocio con relación al 2017 casi el 6% frente al -3,78% que decreció el canal de banca seguros o el 3,21% que crecieron el resto de los canales (Icea, estadística canales de distribución 2018).

Sin embargo, se empiezan a vislumbrar señales que indican que se va acercando el momento en el que los pronósticos de cambio de paradigma se cumplan. La industria del seguro va a cambiar drásticamente en la próxima década y lo hará porque el mercado en general cambiará. Los *millennials*, consumidores que exigen un servicio inmediato y sin fricciones, están alcanzando posiciones con capacidad de influir en el mercado. La innovación basada en tecnología y uso de los datos está redefiniendo la cadena de valor de la industria aseguradora. Plataformas digitales, Internet de las cosas (IoT), telemática, telemetría, *big data* y analítica de datos, *roboadvisors*, *machine learning* e inteligencia artificial, *blockchain*, etc., son innovaciones que están impactando e impactarán en mayor medida en el

sector. ¿Os habéis parado a pensar en que los proyectos más innovadores que surgen a diario en el sector asegurador parten en la mayoría de los casos de colaboraciones entre aseguradoras e *Insurtech*?

Personalmente busco trabajar por un futuro en el que pueda seguir motivándome la misma esencia que cuando empecé.

Podemos ser actores o espectadores. Hay un camino que podemos y debemos trazar juntos para poder seguir ejerciendo nuestra profesión como nos gusta y aportando el valor que los clientes reconocen y valoran. El modelo es muy sencillo, solo necesitamos la voluntad real de querer hacerlo juntos. Siendo nosotros los que definamos la estrategia, digitalizando procesos sin que ello suponga perder el lado humano de nuestra profesión. Estoy convencida de que siempre habrá un perfil de clientes que seguirán valorando el asesoramiento y la independencia.

He descubierto que esta inquietud no es solo mía. Colaborar con *Insurtech* no es ni debe ser exclusivo de las aseguradoras. Tampoco creo que la solución pase por entregar en bandeja nuestra independencia a otros actores ya que es la esencia de nuestro valor diferencial, por eso hay colaboraciones y *colaboraciones*.

En Bróker 2020 apuntábamos como alternativa desarrollar proyectos empresariales juntos. Esto es *coopetir*. “La *coopetición* es una estrategia especial y original de gestión de la competición sobre un mercado; se trata de colaborar con algunos de los competidores, para así intentar captar un beneficio común que de otra manera sería difícil de conseguir”.

Somos muchos. Si nos movemos ahora podremos influir en el rediseño del modelo de distribución del sector asegurador, y tenemos mucho que aportar. Con una visión flexible, transversal y colaborativa. Tanto talento no se puede desperdiciar y el sector nos necesita.

Miremos al futuro para posicionarnos en él.

## María Ameijeiras

Directora general de  
AyF Correduría de Seguros

El seguro va a cambiar drásticamente en la próxima década y lo hará porque el mercado general cambiará. Si los corredores nos movemos ahora, podremos influir en el rediseño del modelo de distribución del sector asegurador

# MÁS TRANSPARENCIA Y PROTECCIÓN DE LOS ASEGURADOS

El Consejo de Ministros aprobó el pasado 4 de febrero un real Decreto-ley por el que se transpone, casi con dos años de retraso, la Directiva de Distribución de Seguros

V.M.Z.

**E**l Ejecutivo de Pedro Sánchez ha dado luz verde, por fin, a la nueva regulación de la distribución de seguros, con la que se persigue ofrecer más transparencia e impulsar la protección del consumidor cuando adquiera o contrate productos de seguros. El Consejo de Ministros aprobó el martes 4 de febrero el Real Decreto-ley que transpone la Directiva 2016/97 sobre la distribución de seguros con casi dos años de retraso sobre la entrada en vigor de la Directiva, a la que el resto de los países comunitarios ya estaban adaptados.

El Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital señala en un comunicado que “El Real Decreto-ley atiende a la necesidad de cumplir con el mandato europeo pues el plazo de transposición está ya vencido, al tiempo que se garantiza la protección de los usuarios de seguros”.

## Protección del asegurado

El objetivo de la Directiva europea es maximizar la protección del asegurado a la hora de comparar o contratar soluciones aseguradoras. Y para ello se elevan las exigencias de información y transparencia del seguro y se homogeneizan las exigencias a los diferentes distribuidores.

Las exigencias en información y transparencia se traducen en la obligación de entregar un documento de información previa a la contratación en la que se detallan todas y cada una de las características del seguro, así como las coberturas incluidas y las excluidas en el contrato. De esta manera, Asuntos Económicos considera que “se garantiza el máximo nivel de protección a los clientes de seguros, cualquiera que sea el canal comercial a través del cual adquiera un producto de seguro, y se mejora la transparencia en la comercialización de estos productos”.



Sin embargo, no son pocas las voces en el sector asegurador que señalan que un exceso de información podría derivar desinformación; y se tiene la sensación de que la Comisión Europea ha querido arreglar los problemas ocasionados por la banca en la comercialización de determinados productos en una norma “demasiado exigente” para el sector asegurador.

### Información de costes y remuneración

El distribuidor de seguros -que, según la nueva normativa, además de agentes y corredores son los empleados de las compañías cuando vendan seguros de forma directa- deberá informar a sus clientes de todos los costes, gastos y riesgos que asume en los productos de inversión basados en seguros, como los *unit linked*. Además, se establece la obligación de realizar un análisis de idoneidad periódico del producto de inversión. El perfil de riesgo del cliente deberá adecuarse en todo momento a las características de los seguros de ahorro inversión que tenga contratados. El incumplimiento de esta obligación supondrá una importante sanción para el distribuidor de seguros.

La directiva regula, también, las ventas combinadas y vinculadas. Aunque la venta de seguros junto a créditos hipotecarios queda regulada expresamente por la Ley Hipotecaria. Así, cuando un contrato de seguro forme parte de un paquete en que se ofrezcan otros servicios o productos, el distribuidor de seguros deberá informar al cliente de si los distintos componentes pueden adquirirse de forma separada y ofrecerá una descripción adecuada de los diferentes productos y de sus costes.

Antes de la contratación de los productos, el distribuidor informará al usuario “de manera expresa y comprensible” de los efectos que no contratar o cancelar de forma anticipada el seguro o cualquiera de los productos vinculados causaría sobre el coste conjunto del seguro y el resto de los productos.

Para la presidenta del Consejo General de los Colegios de Mediadores de Seguros, Elena Jiménez de Andrade, la aprobación del Real Decreto-ley “es una buena noticia porque elimina la inseguridad jurídica en la que nos encontrábamos, que no era buena para nadie”.

Jiménez de Andrade añade que “la Directiva de Distribución de Seguros nos equipara al resto de Europa y contribuye a establecer unas condiciones de competencia iguales para todos los distribuidores de seguros que operan en el mercado”.

### Más de 80.000 distribuidores afectados

La nueva ley de distribución de seguros se aplica a todos los distribuidores de seguros, incluyendo a todas las compañías de seguros y reaseguros y sus empleados que distribuyen seguros directamente, a más de 3.300 corredores de seguros y 72.000 agentes sujetos a la supervisión de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones y a los 1.740 corredores de seguros sujetos a la supervisión de las Comunidades Autónomas.

La nueva ley, además, obliga a los comparadores de seguros a contar con el respaldo de un mediador y regula la figura del mediador de seguros complementarios, aquel cuya actividad principal no es la venta de seguros, pero ofrece coberturas aseguradoras ligadas a sus productos, como es el caso de las agencias de viajes o las empresas de alquiler de vehículos.

El sector asegurador está convencido de que la nueva directiva va a aumentar la competencia entre los diferentes canales de distribución, pero que será “bueno para la profesionalización de los mediadores”, señala la presidenta del Consejo General.

Solo queda un trámite, que el Congreso de los Diputados convalide el Real Decreto-ley. Tienen menos de 30 días para hacerlo.



# ELENA JIMÉNEZ DE ANDRADE

Presidenta del Consejo General de los Colegios de Mediadores de Seguros de España

VIRGINIA M. ZAMARREÑO

Estudió Derecho, pero comenzó a trabajar en una correduría de seguros familiar y el mundo del seguro la atrapó. Desde 2013 preside el Colegio de Mediadores de Seguros de Madrid y en 2017 gana las elecciones a la presidencia del Consejo General.

## ¿Por qué es tan importante la Directiva de Distribución de Seguros?

La Directiva de Distribución de Seguros tiene el objetivo de armonizar la distribución de seguros en el ámbito comunitario. Su fin último es, como el de la mayoría de las normas comunitarias, la transparencia del sector y la protección del consumidor a la hora de adquirir un seguro. El Consejo de Ministros acaba de aprobar su transposición a la legislación española a través de un Real Decreto Ley y esta directiva, además, homogeneiza a todos los canales de distribución, algo que también favorece al mercado.

## ¿Cómo va a afectar esta normativa al cliente final?

La nueva normativa va a favorecer al cliente final en dos aspectos: la protección y la transparencia. Ambos aspectos van muy ligados a la información que hay que dar al consumidor para que conozca perfectamente lo que está contratando. Se ha de facilitar información



V.M.Z.

“La ley garantiza la transparencia en la venta de seguros”

“Debemos conocer bien las necesidades del cliente”

objetiva y comprensible acerca del producto de seguro. Ahora, a través del documento de información previa, el consumidor va a conocer lo que cubre el seguro y lo que no cubre, así como otros aspectos fundamentales de las pólizas. En ocasiones, incluso, el consumidor podrá tener un exceso de información. El objetivo es garantizar que el asegurado conoce lo que está contratando.

Además, en determinados productos, el distribuidor debe realizar un análisis de idoneidad. Debemos conocer muy bien las exigencias y necesidades de nuestro cliente. Ya lo hacíamos desde la mediación tradicional de seguros con la presentación del análisis objetivo. Ahora se da un paso más y es una garantía más de la protección de los intereses del consumidor.

**“La nueva ley va a favorecer al cliente final en dos aspectos: protección y mayor transparencia”**

### Y eso lo va a exigir Europa en productos como los unit linked, en los que el riesgo se traslada al tomador del seguro

Así es. En los productos de inversión basados en seguros donde se traslada el riesgo a quien contrata el seguro, tenemos que facilitar de forma objetiva y comprensible de manera que el cliente pueda comprender razonablemente la naturaleza y los riesgos del producto de acuerdo al perfil del cliente y de su idoneidad o no para contratar ese tipo de productos. Hay que conocer su nivel de tolerancia al riesgo y su capacidad de soportar pérdidas económicas. Esta información también debe darse en el caso de las ventas cruzadas.

### Hablando de las ventas cruzadas, la ley también distingue entre venta asesorada y venta informada ¿Qué diferencia hay entre ellas?

La venta informada es aquella que se realiza informando al cliente exactamente sobre los productos que va a contratar basándose en las necesidades y exigencias del cliente. La venta asesorada va un paso más allá, es donde además de informar del producto se asesora al cliente y se le facilita una recomendación personalizada sobre los productos que mejor se adaptan a sus necesidades.

### La ley incluye a nuevos distribuidores de seguros y regula por fin a los comparadores ¿Aumentará la protección del asegurado?

Bueno, la figura de comparador de seguros no aparece como un canal de distribución, sino que se establece que deberán estar soportados por un mediador de seguros. Lo que sí se regula más explícitamente es la figura del *mediador de seguros complementario*. Es decir, de aquellas figuras cuya actividad principal no es la distribución de seguros, pero sí que ofrece determinados productos aseguradores vinculados a los servicios que ofrece. Por ejemplo, las agencias de viaje o las empresas de alquiler de vehículos. A esta figura se unen los empleados de las aseguradoras, que se incluyen por primera vez como distribuidores.

### ¿Qué otras novedades serán relevantes para la mediación?

También son destacables las obligaciones de información y las normas de conducta y gobernanza aplicables a todos los distribuidores, especialmente las que afectan a la distribución de productos de inversión basados en seguros. Su aplicación tiene una importancia considerable en la protección del consumidor que demanda la Unión Europea. Estamos obligados a informar al cliente sobre cualquier ventaja económica que reciba el



V.M.Z.

“Estamos obligados a informar de nuestra remuneración”

“La ley quiere garantizar que el consumidor conoce lo que contrata”

“La independencia es el valor añadido del corredor”

distribuidor por la distribución de un seguro basado en productos de inversión para evitar conflictos de intereses.

### ¿Cómo afecta la nueva ley a las empresas?

De la misma manera que al consumidor final. La ley se refiere a la distribución de todo tipo de seguros y, en el caso de las empresas, potencia el papel de gerencia de riesgos de los distribuidores, especialmente puede ser una labor que desarrollan los corredores de seguros. Se garantiza también a las empresas un asesoramiento basado en el perfil del riesgo de cada empresa, necesidades y exigencias. Esto es determinante cuando se trata de grandes industrias o de pymes por ejemplo, y la cobertura de ese riesgo ha de encajar en el seguro que se vaya a ofrecer.

### ¿La banca y los corredores de seguros tienen ahora las mismas exigencias como distribuidores de seguros?

La ley armoniza a todos los canales de distribución por igual, trabajamos todos con las mismas obligaciones y exigencias. Cabe precisar sin embargo que en los productos de inversión basados en seguros como son los *unit linked*, los mediadores que realicen asesoramiento de forma independiente (corredores de seguros) no aceptarán ni retendrán honorarios, comisiones u otros beneficios monetarios. En cuanto a la formación, se amplía la exigencia de formación continua a los titulados del grupo A y a las agencias vinculadas. Por tanto, a los operadores de bancaseguros se les exige ahora un nivel de formación más elevado que antes.

### ¿Qué otras medidas impulsan la protección del consumidor?

Por ejemplo, la obligación de tener cuentas separadas. Los mediadores estamos obligados a informar de que los fondos pertenecientes a los clientes están transferidos a las compañías a través de cuentas completamente separadas del resto de los recursos de la correduría.

### ¿Qué valor añadido aporta un corredor de seguros?

El valor añadido fundamental del corredor de seguros es la independencia. Es un distribuidor que no mantiene ninguna relación contractual con ninguna compañía de seguros. Esto permite que su asesoramiento esté basado en un análisis objetivo y personalizado de acuerdo con su criterio profesional en función de las necesidades y perfil del cliente, ofreciendo los productos de todas las compañías que operan en el mercado con las que haya firmado una carta de condiciones.

## OPERACIONES CORPORATIVAS

# HELVETIA PAGA 780 MILLONES POR EL 70% DE CASER

La compañía deberá esperar al visto bueno de las autoridades del mercado y le costará otros 210 millones de euros reordenar sus acuerdos de bancaseguros

REDACCIÓN

**T**erminó la incógnita sobre el futuro de Caser. Como ya apuntábamos en nuestra edición de enero, Helvetia Seguros ha anunciado de forma oficial que adquiere una participación mayoritaria en la aseguradora española. “Alcanzando así un hito que se adecuaba perfectamente a su estrategia actual”.

Según explica la compañía suiza, esta adquisición potenciará aún más el negocio europeo como segundo pilar, ampliará considerablemente la importante área de No Vida e incrementará la capacidad comercial en España. Gracias a la incorporación de Caser, Helvetia podrá implantar nuevos modelos de negocio que aportarán ingresos estables por medio de ecosistemas atractivos en las áreas de la salud y la tercera edad. Además, la operación ayuda a Helvetia a aumentar significativamente su cuota de mercado y la posición frente a sus competidores en España.

### Bancaseguros

La operación, además, reordena el mapa de bancaseguros español. Liberbank, Unicaja Banco e Ibercaja Banco han comunicado a la



EE

Comisión Nacional del Mercado de Valores su intención de desprenderse de parte de sus acciones de Caser y de replantear sus alianzas con la compañía.

En total, Caser deberá abonar un total de 210 millones de euros a estas entidades por las nuevas alianzas: Unicaja recibirá unos 47 millones de euros; 43 millones de euros en el caso de Liberbank y los 70 millones restantes para Unicaja Banco.

## PRIMERA FUSIÓN DE MUTUAS

# PREMAAT Y HNA ACUERDAN ESTUDIAR SU FUSIÓN

Ambas mutualidades, de carácter alternativo al RETA, cuentan con un origen común vinculado a sus respectivos colectivos y con 75 años de historia

REDACCIÓN

**L**a Mutualidad de los Arquitectos y Químicos hna y Premaat (Mutualidad de Aparejadores y Arquitectos Técnicos) estudian la fusión de ambas entidades con el objetivo de mejorar su posición y ampliar su presencia en el mercado asegurado. Ambas entidades explican en un comunicado conjunto que “la fusión constituye un modelo único en el ámbito de las mutualidades de previsión social tanto por la dimensión de la misma como por el ejemplo que supone de colaboración y penetración en este tipo de entidades”.

### 75 años de historia

Ambas mutualidades, de carácter alternativo al RETA, cuentan con un origen común vinculado a sus respectivos colectivos y con 75 años de historia, que demuestra “su capacidad de adaptación a lo largo de los años y su vocación de servicio, y que garantizan la continuidad de un modelo de éxito, que se fortalece con esta fusión que



EE

ahora se plantea”, señalan ambas entidades en el comunicado.

### 200.000 asegurados

Desde el punto de vista económico, la fusión permite el aprovechamiento de sinergias y la optimización de las capacidades individuales de cada mutualidad, y se materializa en más de 4.000 millones de euros en activos y cerca de 200.000 asegurados.

La fusión está sujeta a las autorizaciones necesarias tanto de los organismos preceptivos, así como de las respectivas Asambleas de ambas entidades.

# MGS Ciberseguridad

para pymes y despachos profesionales

---



Protección y monitorización remota permanente de ordenadores



Informe de vulnerabilidades de la web



Formación y concienciación en ciberseguridad

# ESPABROK: 30 AÑOS AYUDANDO A MÁS DE 400.000 ASEGURADOS

Espabrok Correduría de Seguros es una sociedad de mediación creada en 1.989 por un destacado grupo de corredurías de seguros profesionales repartidas por todo el territorio nacional

REDACCIÓN

**E**spabrok agrupa los intereses de 90 corredurías de seguros, 150 oficinas, 500 empleados y más de 400.000 clientes. En un mercado muy competitivo que exige una diferenciación sostenible y en un entorno marcado por la profunda transformación digital tanto del sector como del consumidor, Luis López Visús, director general de Espabrok, señala que “nuestra razón de ser es facilitar a las corredurías de seguros herramientas eficientes que le garanticen desarrollar con éxito su cartera de clientes y consolidar su posición de liderazgo en su zona de influencia”.

De esta manera, todas las acciones puestas en marcha por Espabrok, tienen como objetivo aportar valor a clientes, empleados, aseguradoras y sociedad, señala el directivo. Además, los miembros de la organización se esfuerzan en cumplir su eslogan: *Generamos confianza*.

¿Por qué elegir una correduría Espabrok?

“Las corredurías de seguros asociadas a Espabrok son



Luis López Visús,  
director general  
de Espabrok. EE

## Espabrok en cifras

- **Año de fundación:** 1989
- **Sede social:** Calle Menorca nº 3. Madrid
- **Número de corredurías asociadas:** 90
- **Número de clientes:** Supera los 400.000 clientes
- **Distribución geográfica:** 36 provincias y 17 CCAA
- **Incorporaciones a la red en 2019:** ocho nuevas corredurías incorporadas
- **Ramos en los que distribuye seguros:** Todos los ramos, cubren en 360 grados todos los planos de riesgo del cliente particular y/o empresa con un alto grado de especialización
- **Volumen de primas intermediadas:** 210 millones de euros en 2019
- **Número de oficinas:** 150 oficinas en toda España
- **Página web:** [www.espabrok.es](http://www.espabrok.es)
- **Perfiles en Redes Sociales**  
Twitter: <https://twitter.com/espabrok>  
Facebook: <https://www.facebook.com/Espabrok/>  
LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/espabrok/>  
Youtube: [https://www.youtube.com/channel/UCjDh\\_p4fXIBM9kYe9dHQkeQ](https://www.youtube.com/channel/UCjDh_p4fXIBM9kYe9dHQkeQ)
- **Contacto (clientes):** [direccion@espabrok.es](mailto:direccion@espabrok.es)
- **Presidente:** Silvino Abella
- **Director general:** Luis López Visús
- **Resto consejo de administración:** Rafael Ponsoda, Vicente Santesteban, Domingo Elena, Víctor Merelas y Carmelo Alonso

profesionales de la mediación en seguros que garantizan un asesoramiento independiente al consumidor y no solo ofrecen independencia, sino también libertad en la elección de los productos y un servicio personalizado que implica identificar las necesidades del cliente; estudiar las pólizas de seguro para adaptarlas a sus necesidades y la administración continua y profesional del riesgo para que el cliente en cada momento disponga de las mejores oportunidades de cobertura. Además de efectuar el correcto seguimiento de la marcha de los siniestros hasta su completa resolución.”, explica López Visús.

Las corredurías de seguros de Espabrok mantienen y llevan a cabo su independencia de criterio para asesorar sobre las modalidades de seguro más convenientes para el cliente.

### ¿Qué ventajas obtiene un cliente al elegir una correduría Espabrok?

El director general de Espabrok explica que el perfil de las corredurías de seguros que forman parte de la organización son empresas “con visión empresarial, comprometidas con las necesidades de sus clientes y referentes en su zona de influencia”. Una de las máximas de la organización que preside Silvino Abella es priorizar la calidad frente a la cantidad. Además, “tienen un amplio conocimiento del mercado, lo que posibilita la elección idónea de aquel producto y aseguradora que mejor puedan garantizar las necesidades de cobertura del cliente final”.

En este sentido, el director general de Espabrok afirma que “asesoramos a nuestros clientes para la cobertura de los riesgos a que se encuentran expuestas sus personas, patrimonios, intereses o responsabilidades. Les informamos sobre las condiciones de sus contratos de seguro. Realizamos un seguimiento para su eficacia y plenitud de efectos. Y sobre todo, nos aplicamos en la tramitación y asistencia en caso de siniestro”.

La razón de ser de las corredurías Espabrok “se encuentra en la respuesta que facilitamos a nuestros clientes. Para todos ellos ofrecemos programas de seguros actualizados y adaptados a sus necesidades”. La organización explica que sus ejes de actuación con sus clientes son seis, principalmente: “el asesoramiento profesional, personalizado y



El consejo de administración de Espabrok: Rafael Ponsoda, Vicente Santesteban, Domingo Elena, Víctor Merelas y Carmelo Alonso junto a Silvino Abella, presidente, y Luis López Visús. EE

rápido; la respuesta integral a sus necesidades; la máxima información, transparencia y permanencia; la respuesta equilibrada y coherente en los siniestros; la administración y el seguimiento continuo de riesgos y un departamento de atención al cliente a su disposición”.

La amplitud de su red, repartida por toda España y su equipo de especialistas permiten a los miembros de Espabrok ofrecer “una atención individualizada en cada circunstancia, intentando ofrecer respuestas idóneas para cada caso. Ello, tanto para la búsqueda de las coberturas que más se adecúan a las necesidades de los clientes, como cuando se produce la ocurrencia de un siniestro y se necesitan soluciones eficaces y apoyo humano”.

Una filosofía que concuerda con el valor y la filosofía del seguro, y también de aquellos que forman parte de Espabrok.

### ¿Cómo ha cambiado la mediación de seguros en estos 30 años?

En los últimos años la mediación de seguros tiene

planteados retos importantes que está obligado a abordar para seguir afianzándose y generar una red de distribución mejor gestionada. Los nuevos modelos de gestión y dirección empresarial exigen un aumento de la eficiencia para consolidar cualquier estrategia de crecimiento. En este sentido, cobran importancia las estrategias enfocadas hacia la gestión de la cartera para los segmentos de mayor valor, potenciar una actitud comercial proactiva, cercana y ágil y ser capaces de dar respuesta al comportamiento y necesidades de compra del consumidor de hoy en día, señala Luis López Visús.

Para ello se necesita introducir cambios y desarrollar competencias que puedan garantizar propuestas de valor añadido, de aumento de productividad y todo ello bajo una óptica de responsabilidad y compromiso ante el cliente.

“En este contexto de evolución hacia el nuevo modelo de negocio, nace la colaboración de Espabrok con diferentes corredurías repartidas por toda la geografía nacional, con el objetivo de dar una propuesta de valor diferencial ante la demanda cada vez más exigente del cliente”.

### ¿Cómo puede ayudar un corredor Espabrok a un cliente en las relaciones con su aseguradora?

Espabrok mantiene relaciones comerciales con aseguradoras que seleccionan “por su prestigio, su solvencia, su capacidad de comunicación, su seriedad y honestidad profesional, y su calidad en el servicio a fin de que nos garanticen el cumplimiento de la excelencia en calidad, en nuestra labor de mediación profesional e independiente”. Ello les permite disponer de acuerdos de colaboración con las principales aseguradoras, así como la posibilidad de contratar riesgos en Libre Prestación de Servicios en cualquier lugar del mundo.

Las relaciones con las aseguradoras están basadas en la confianza recíproca, la claridad y coherencia en el trato, la gestión eficaz y rápida de cualquier siniestro, la estabilidad en las relaciones comerciales y el dialogo permanente como fuente de solución a los conflictos que se pudieran presentar.



**MUTUA MADRILEÑA**

## RESIDUO CERO: EL SISTEMA DE RECICLAJE QUE CUIDA EL MEDIO AMBIENTE

Mutua Madrileña mantiene su compromiso medioambiental en todos los edificios de su propiedad con un sistema de gestión integral de los residuos generados por empleados y arrendatarios

ELECONOMISTA

Los residuos que se generan en un edificio de oficinas diariamente son incontables: residuos de tóner, cartones, folios, pilas, vasos y botellas de plástico o embalajes de comida, entre otros desechos se acumulan al final del día en las papeleras de cualquier planta de oficinas y su correcta gestión es decisiva en el impacto medioambiental que generan las empresas.

La organización de la gestión de estos residuos debe funcionar como una maquinaria bien engranada para que no suponga un quebradero de cabeza para los caseros o arrendatarios de los edificios y para que su final

sea el más responsable posible con el entorno.

La sistematización del reciclaje y vertido de los diferentes desechos es un procedimiento en el que Mutua Madrileña lleva trabajando desde hace años, logrando una organización de excelencia que aplica no solo en sus propias oficinas corporativas, sino también ofrece como valor añadido en sus edificios arrendados a terceros, quitando un quebradero de cabeza a sus inquilinos y asegurando el correcto tratamiento de toda la basura generada en inmuebles de su propiedad.

Con el objetivo de *Residuo Cero*, la aseguradora se ha sumado al

MUTUA MADRILEÑA

compromiso adquirido por otras grandes empresas con la implementación desde hace más de 10 años de su propio sistema de gestión de residuos.

Este sistema *Residuo Cero* se ha convertido en un modelo de referencia que permite la gestión de la totalidad de los residuos -peligrosos y no peligrosos- que se generan en cada edificio y se incluye dentro del enfoque integral de la gestión de los aspectos medioambientales de Mutua Madrileña, que se conoce como *Programa Azul* y que se organiza en torno a cuatro ejes: ahorro y eficiencia energética, para minimizar las emisiones atmosféricas asociadas a la producción y el consumo de energía del funcionamiento de las instalaciones; movilidad sostenible, especialmente ligada al necesario desplazamiento de la flota de su equipo de peritos y de los empleados; consumo responsable de recursos (agua, papel, energía, consumibles informáticos y/o de impresión) y la ya citada gestión integral de los residuos, generados por los propios empleados y por las empresas arrendatarias.

### Doble vertiente

El funcionamiento de *Residuo Cero* conlleva una doble vertiente. Por un lado, intenta evitar la generación de residuos, fomentando una producción y consumo sostenibles entre los empleados y, por otro lado, evita los tratamientos finalistas (vertedero o incineradora) de los residuos generados, avanzando en la gestión y reciclaje de los materiales desechados.

Así, los residuos son segregados en origen adecuadamente para su reciclado, asegurando su trazabilidad en todo momento. Los residuos orgánicos son utilizados para generar gas que mueve turbinas de generación eléctrica (biometanización) y el subproducto de este proceso se usa para hacer compost y abonar campos.

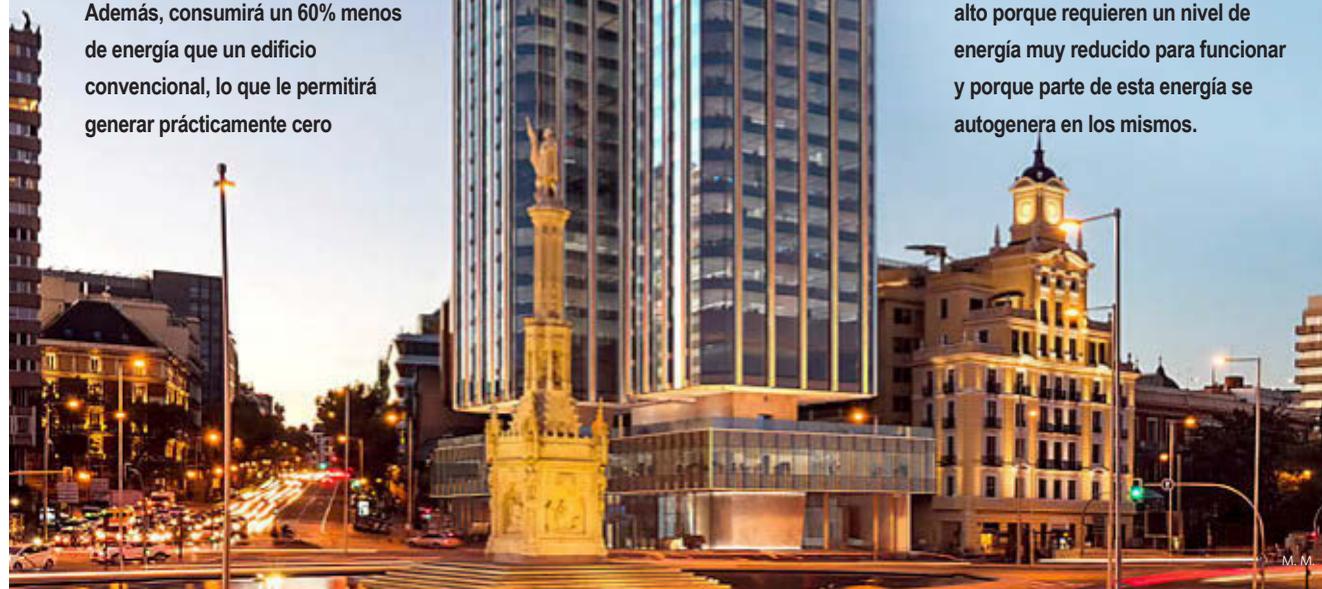
Con la fracción *resto*, que es aquella que no es aprovechable en procesos habituales, se ha llegado a acuerdos para que sean utilizados en procesos de generación eléctrica industrial que usan altas temperaturas de forma que, finalmente, se conviertan igualmente en combustible.

Para los residuos peligrosos, cada edificio cuenta con un *punto limpio* para que todos los usuarios puedan gestionar, no solo los residuos peligrosos de su actividad, sino también traer residuos desde casa y facilitarles su gestión. Estos residuos traídos por los empleados e inquilinos se asumen como propios y se garantiza su correcta gestión de principio a fin, facilitando la gestión a más de 10.000 ciudadanos.

## Hacia el primer edificio con consumo casi nulo

Un paso más en la política de gestión ambiental de los edificios de Mutua Madrileña serán las nuevas Torres Colón. Tras la reforma, el céntrico inmueble madrileño se convertirá en el edificio de oficinas más avanzado, eficiente y sostenible de Madrid. El edificio, cuya remodelación será obra del estudio Luis Vidal +, contará con instalaciones de última generación en cuanto a eficiencia energética y sostenibilidad, lo que le permitirá convertirse en la primera torre de negocios de España con la consideración de Edificio de Consumo Casi Nulo (ECCN), según las Directivas Comunitarias 2018/844 y 2012/27, que todavía no han sido trasladadas a la legislación española. Torres Colón solo utilizará energía eléctrica de origen renovable. Además, consumirá un 60% menos de energía que un edificio convencional, lo que le permitirá generar prácticamente cero

emisiones de CO<sub>2</sub>, frente al alrededor de 1.000 toneladas anuales de CO<sub>2</sub> que puede emitir un edificio convencional de similares características. Por otra parte, casi el 10% de la energía que consuma será generada en el propio edificio. Este excepcional comportamiento medioambiental será posible gracias al aislamiento de su fachada y a la autogeneración de energía de su innovador sistema de trigeneración, que permitirá producir agua fría para cubrir las necesidades de las instalaciones de climatización, autogenerar electricidad para el consumo del inmueble y devolver a la red el excedente de producción. Los edificios identificados con las siglas ECCN son aquellos que tienen un nivel de eficiencia energética muy alto porque requieren un nivel de energía muy reducido para funcionar y porque parte de esta energía se autogenera en los mismos.



## RESULTADOS 2019

# EL AHORRO EN SEGUROS DE VIDA CRECE UN 5%

Los seguros individuales de ahorro a largo plazo (SIALP) crecen un 15% y los 'unit linked' se impulsan casi un 17% al cierre del pasado ejercicio

REDACCIÓN

Las aseguradoras gestionaban 240.955 millones de euros de sus clientes a cierre de 2019. Es decir, un 4,95% más que un año atrás. De esa cantidad, 194.786 millones de euros corresponden a productos de seguro de vida, un 3,35% más que al cierre del ejercicio anterior. Los restantes 46.169 millones de euros constituyen el patrimonio de los planes de pensiones cuya gestión ha sido encomendada a entidades del sector. Este último importe es un 12,10% superior al anotado el ejercicio anterior por estas mismas fechas.

Unespa, la patronal del seguro, destaca la pujanza de los seguros individuales de ahorro a largo plazo (SIALP). Estas pólizas, popularmente conocidas como Planes de Ahorro 5, movían 4.321 millones al acabar el año 2019 y crecen un 14,94% con carácter interanual. La evolución de los planes individuales de ahorro sistemático (PIAS) también es llamativa. Estos seguros alcanzan a cierre del ejercicio los 14.457 millones y registran un crecimiento del 6,94%.

Por su parte, las rentas vitalicias y temporales constituyen el producto más



EE

relevante en términos de ahorro gestionado. Acumulan unas provisiones técnicas de 89.989 millones de euros, un 2,42% más que un año atrás. A esto se suma la transformación de patrimonio en rentas vitalicias que, tras repuntar un 13,97% entre un año y otro, alcanza los 2.594 millones.

Los *unit linked* mueven 14.276 millones de euros, tras crecer un 16,66%. Entre tanto, los capitales diferidos crecen el 0,62% y acumulan 50.326 millones de euros.

## RESULTADOS

# PELAYO GANA UN 34% MÁS EN 2019

La compañía se ha marcado como objetivo en 2020 seguir avanzando en la diversificación de su negocio

REDACCIÓN

La facturación de Pelayo en 2019, matriz del grupo asegurador, se ha situado en 362,4 millones de euros, un 1,3% menos respecto a 2018. La cartera total de pólizas supera los 1,3 millones, con cerca de 1 millón de clientes y una cuota en el mercado de autos de un 2,7%. El grupo asegurador ha registrado un beneficio neto de 4 millones de euros, lo que supone un aumento del 34,4%. La mutua mantiene un "excelente" nivel de solvencia, situándose 2,8 veces por encima de la cuantía de solvencia exigida. El capital disponible se ha situado en 367,8 millones de euros, explica la compañía.

La facturación de autos, la más importante para Pelayo, se ha situado en 298,7 millones de euros, un 1,6% inferior a 2018, y la cartera de este ramo ha alcanzado las 851.738 pólizas. El ratio de siniestralidad se ha situado en un 68,5%, frente al 70,8% de 2018. Esta mejora se debe a los esfuerzos que se están haciendo en el control de costes, así como a la apuesta de Pelayo por una cartera de calidad.



E.P

Agropelayo ha cerrado 2019 con una cuota de mercado del 17%. La facturación cerró el año en los 140,8 millones y un beneficio neto de 2,1 millones de euros.

La compañía de vida, de la que Pelayo es socio al 50% con Santalucía, ha alcanzado una facturación de 16,8 millones de euros, unos fondos gestionados de 95,9 millones de euros y un beneficio neto de 0,3 millones de euros -al anticipar, por un criterio de prudencia, parte de la provisión que correspondería dotar en 2021 por el ajuste de la cartera de ahorro a los bajos tipos de interés actuales-, explica la aseguradora.



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](http://preventivaguardian.com)



# ME DUELE LA CABEZA

La migraña es más que un dolor de cabeza, es una patología que afecta cada vez a más personas y puede suponer un impedimento para el desarrollo de las tareas más habituales. Conocer su causa es primordial para prevenirla

ANA M. SERRANO

**A** quién no le ha dolido la cabeza más de una vez? Por causas variadas -catarros, gripes, resacas, estrés, una mala noche, excesos, calor-, la cefalea es un padecimiento muy común, casi siempre pasajero y sin mayor trascendencia. La cosa cambia cuando es recurrente, intenso o localizado en un punto determinado. En estos casos lo más probable es que se trate de migraña. Quienes la padecen saben de sobra que no se trata de un mal menor. Aparte del dolor, suele ir acompañado de otras molestias: náuseas, debilidad, sensibilidad a la luz y/o al sonido.

Ni todos los dolores de cabeza son migrañas, ni todas las migrañas cursan con dolores de cabeza.

Los investigadores piensan que las migrañas tienen una causa genética, pues más de la mitad de las personas migrañosas tiene familiares que también la sufren. Pero existe, además, una serie de factores que pueden desencadenarla: ansiedad, cambios hormonales, sobrepeso, luces brillantes o intermitentes, ruidos u olores fuertes, medicamentos e incluso ciertos alimentos.

Suelen comenzar de manera repentina y pueden estar precedidas de otros indicios: visuales, neurológicos,



gastrointestinales... No hay una edad determinada para comenzar a padecerlas, aunque los expertos la sitúan entre los diez y los treinta años; a veces desaparece después de los cincuenta y es más frecuente en mujeres que en hombres.

## Migrañas crónicas

Según la Sociedad Española de Neurología (SEN), cerca de un 3% de las personas con migraña pasan de tener una migraña episódica a una crónica cada año, mientras que un 6% pasa de una migraña de baja frecuencia a otra de alta intensidad. Como advierte esta misma sociedad, "la migraña es mucho más que un dolor de cabeza: es una enfermedad neurológica muy discapacitante, con una alta prevalencia, con un gran impacto en la vida de los pacientes y, a pesar de ello, es todavía una enfermedad infradiagnosticada e insuficientemente tratada y reconocida".

El último Estudio de la Carga Global de las Enfermedades (Global Burden of Disease Survey, GBD) señala que la migraña es la sexta enfermedad más prevalente en todo el mundo. En España afecta a un 12-13% de la población. Se trata de una cefalea primaria, cuyos episodios de dolor -sin el tratamiento adecuado- suelen durar más de cuatro horas. El dolor, de carácter pulsátil, es de intensidad moderada a severa.

## Tratamiento

La mala noticia es que, hoy por hoy, no hay cura.

La buena, que existen infinidad de medicamentos que alivian el dolor y las molestias que la acompañan. La Agencia Europea del Medicamento ha aprobado el uso de nuevas opciones de tratamiento.

Son los profesionales quienes determinan y prescriben el más indicado para cada caso. Por ello es importante acudir al médico y seguir sus indicaciones. La SEN señala que un 25% de los pacientes que sufren migraña nunca ha consultado al médico y un 50% abandona el seguimiento tras las primeras consultas.

## SALUD

# CORONAVIRUS: LA EPIDEMIA MÁS COSTOSA DESDE 2000

Además del impacto en la salud de la población, la epidemia de coronavirus originada en la provincia china de Wuhan también afectará a la economía mundial

REDACCIÓN

Un nuevo informe elaborado por *LearnBonds.com* ha revelado que se prevé que el coronavirus sea la epidemia más costosa desde 2000. Los datos indican que, para el primer trimestre de 2020, se espera que el virus le cueste a China alrededor de 56.777 millones de euros, el equivalente al 2% del PIB del país.

Ya se ha sentido el impacto en las perspectivas de crecimiento económico del gigante asiático desde que el virus ha provocado la paralización de buena parte del país. Según estos cálculos, el impacto en el PIB mundial podría ser grave. Para el 14 de febrero, el Centro Europeo para la Prevención y el Control de Enfermedades estima que las muertes por coronavirus sean 427, mientras que las infecciones alcanzarán las 20.626. Sin embargo, de acuerdo con el mapa en tiempo real del Centro Johns Hopkins de Ciencia e Ingeniería de Sistemas cifraba el pasado 8 de febrero en 735 los



EE

fallecidos y en cerca de 35.000 los contagiados por este virus.

Según *LearnBonds.com*, se prevé que el coronavirus sea la epidemia más costosa en comparación con otros brotes de enfermedades, como el Ébola o la gripe porcina. Esto a pesar del hecho de que enfermedades previas como estas tuvieron un número de muertes mucho mayor.

Otras epidemias anteriores con notables consecuencias económicas en todo el mundo incluyen la gripe aviar, con 36.630 millones de euros de coste, el SARS, que costó otros 36.630 millones, y MERS, con un coste de 9.157 millones de euros.



EE

## SALUD

## MÁS CUIDADOS CONTRA EL CÁNCER

La aseguradora de salud Cigna amplía en 2020 las coberturas oncológicas de sus seguros

REDACCIÓN

En 2020, los asegurados de Cigna España podrán disfrutar de nuevas coberturas y servicios “para seguir viviendo una experiencia única en el cuidado de su salud y bienestar”, explica la compañía. Así, se incluyen nuevos tratamientos y pruebas diagnósticas en las áreas de oncología, cardiovascular, traumatología, neurología y psiquiatría.

Además, la apuesta de Cigna por la digitalización se materializa en un nuevo portal para empresas y mediadores. Así como la unificación del Área Privada del

Asegurado y Cigna Wellbeing App en un mismo acceso, explica la compañía en un comunicado.

### Nuevas coberturas de Cigna

En este sentido, entre las nuevas coberturas aplicables a todos los planes de salud completos destacan la ampliación a próstata de determinaciones genéticas BRCA 1 y 2, y la inclusión de pruebas con tecnología híbrida de imagen PET – RMN para la mejor visualización de tumores en tejidos blandos del cuerpo humano. Así, se confirma la apuesta firme de la aseguradora de salud por la mejora continua de sus coberturas oncológicas año tras año, señala Cigna.

Además, se cubrirán procedimientos como la enterografía por resonancia magnética, la rehabilitación cardíaca tras una cirugía coronaria o infarto agudo de miocardio, o el tratamiento con coils para procesos de embolización. En el caso de los planes de reembolso superiores, además, se incluye terapia mediante ultrasonido focal de alta intensidad para casos de Parkinson.

# UNA FÓRMULA DE URBANISMO PARA REVOLUCIONAR EL ENVEJECIMIENTO

Cada vez son más personas mayores las que se decantan por el 'cohousing' como una forma de vivir sus años de jubilación y envejecer de forma activa y en comunidad

V.M.Z.

**Y**a no se envejece como en el siglo XX, por lo que se necesitan nuevas soluciones que den servicio y respondan a las necesidades de los mayores del siglo XXI. Y una de estas opciones es la de compartir comunidad con otras personas que compartan las mismas inquietudes y un deseo: el de envejecer de forma activa y acompañados. La soledad es la gran amenaza que se cierne sobre los mayores españoles y que se desea evitar a toda costa en los proyectos que impulsan el *cohousing*: la convivencia de un grupo de personas que comparte edificio y servicios comunes para envejecer juntos. El objetivo es sentirse respaldados y cuidados para aquellos que no tienen hijos o están solteros o viudos; y no ser una carga para aquellos que sí tienen descendencia.

Este modelo habitacional se implantó hace ya algunos años en el centro y el norte de Europa. Y en España comienza a despegar. Desde el primer proyecto de *cohousing* implantado en suelo español: Trabensol, en Torremocha del Jarama en 2013, se están desarrollando hasta 80 proyectos en 2020, en sus diferentes fases, de acuerdo con los datos de Cohousing Spain.

## La alternativa a la residencia geriátrica

El *cohousing* es una alternativa a terminar nuestros días en una residencia de ancianos y tiene múltiples ventajas. La primera de ella es que los residentes comparten los gastos de los servicios comunes y estos se diseñan a medida. Son los propios habitantes del *cohousing* los que aprovechan sus



conocimientos previos y sus inquietudes para desarrollar actividades socioculturales y de entretenimiento. Y cuentan con asistencia de salud las 24 horas, así como seguridad y limpieza, entre otros.

Es una buena forma de practicar el envejecimiento activo y de aprovechar lo que muchos autores han calificado ya de revolución de las canas, una generación, la *silver*, que tiene aún muchos años para disfrutar de su jubilación y mucha energía y fuerza para mantenerse activo. Es la revolución del envejecimiento.

### El suelo, la traba principal

Para crear este tipo de comunidades de *cohousing*, el primer requisito es contar con el suelo donde construir el edificio donde se instalarán las viviendas y los servicios comunes. La mayoría de los proyectos que están activos ahora en España se han desarrollado en suelo privado, pero en Idealista recomiendan buscar alternativas en suelo público, como firmar acuerdos con los ayuntamientos para la cesión del suelo durante un periodo de tiempo determinado y así abaratar el coste. El portal de servicios inmobiliarios cifra en unos 140.000 euros el desembolso inicial para cada cooperativista para obtener el derecho de uso de la nueva vivienda en el *cohousing*. A esta cifra hay que sumar el coste mensual del mantenimiento de los servicios comunes, que podría oscilar entre los 800 y los 1.300 euros cuando se trata de una pareja. En todo caso, el desembolso es inferior al coste de una residencia de mayores. Y quienes ya disfrutaban de un *cohousing* afirman que las superan en ventajas.

### Envejecer en comunidad

El objetivo primordial de este nuevo modelo de convivencia es recuperar las relaciones de vecindad y comunidad y promover el envejecimiento activo. No se trata de formar comunas de abuelos, sino de ayudarse los unos a los otros en el proceso de envejecimiento. Un proceso que, debido al aumento de la longevidad y la esperanza de vida en España, es cada vez más largo. En España hay ya más de 20 millones de personas mayores de 50 años. Y muchas de ellas ya están buscando alternativas para disfrutar de su vejez.

Pero la vivienda colaborativa no se limita a las personas mayores, es una nueva fórmula de urbanismo en la que caben las personas que compartan unos intereses o necesidades comunes, como las personas con discapacidad y necesidades especiales, personas que quieren vivir con amigos, profesionales que trabajan en casa o familias con recursos limitados, ya que el coste de la vivienda es menor, explica el estudio de arquitectura eCohousing.



ISTOCK

## El 'cohousing' puede acabar con la soledad que sufren muchos mayores en sus últimos años

### ¿Qué pasa con la vivienda habitual?

El 90% de las personas mayores de 65 años cuentan con al menos una vivienda en propiedad. Si optan por adquirir el derecho de uso de una vivienda colaborativa, tienen varias opciones: sufragar el coste de su nueva vivienda vendiendo su casa. O alquilar su vivienda habitual y con la renta hacer frente a los gastos del *cohousing*.

Otra opción, que es por la que apuesta el sector asegurador desde hace unos años, es convertir en líquido el ahorro depositado en la vivienda o en otros bienes, como fondos de inversión, en una renta vitalicia para complementar la pensión y ayudar a sufragar los gastos del *cohousing*.

Son muchas las posibilidades para aquellos que quieran disfrutar en compañía de los últimos años de su vida y contribuir a eliminar la soledad que afecta de lleno a los mayores. En España, hay cerca de 4,7 millones de hogares unipersonales, de los que el 42,5% están habitados por mayores de 65 años. La soledad afecta más a las mujeres, por su mayor esperanza de vida. En España hay 1,4 millones de mujeres mayores que viven solas, frente a cerca de 600.000 hombres, y el 77% por ciento de ellas son viudas.



ISTOCK

## LA MEJOR OPCIÓN PARA CUIDAR DE LA SALUD DE SU MASCOTA

Muchas personas en España ya comparten su vida con animales de compañía, una realidad a la que los seguros han sabido dar respuesta elaborando productos específicos y cada vez más completos para cuidar de quienes se han convertido en un miembro más de la familia

DIEGO FERNÁNDEZ TORREALBA

**A**unque las cifras bailan según la fuente a la que consultemos, todas las estadísticas demuestran que en España somos muchos los que compartimos nuestra vida con animales de compañía. El número de mascotas en los hogares españoles se sitúa alrededor de los 20 millones, una cifra elevada que sitúa en cerca de un 40% las casas que cuentan con una mascota como habitante. Una cifra algo engañosa, pues hay gente que vive rodeada de animales y eso contribuye a subir la media, pero es un número realmente significativo que prueba la afición que existe en nuestro país por vivir acompañados de otros seres vivos.

Prácticamente todos los animales de compañía son bien recibidos en los hogares españoles, aunque los perros, los gatos y los pájaros son los más habituales; y los reptiles y hurones han ganado protagonismo en los últimos tiempos.

Muchas casas cuentan con uno o varios animales, pero no se debe tomar la decisión de tener una mascota en el hogar a la ligera. Ese modo de vida necesita ir acompañado de una responsabilidad por parte de los dueños, que deben encargarse de cuidarles, alimentarles, atender a sus necesidades y proporcionarles lo que precisen, tratándoles como seres vivos que sienten y no como a juguetes.

Para ello es recomendable la contratación de un seguro específico para mascotas, que cuenta con numerosas coberturas de utilidad. El seguro básico es el de responsabilidad civil, que cubre la responsabilidad del propietario frente a los daños que puede ocasionar la mascota a terceros. Podría contratarse por separado o tal vez formar parte de las coberturas de un seguro multirriesgo de hogar, ya que muchos de ellos cuentan entre sus garantías con la de RC. ¿El problema? Que generalmente esta protección se queda a la mitad, puesto que no cubre los daños que éste sufre. Existen numerosas garantías que un producto exclusivo para mascotas es capaz de ofrecer: por ejemplo, los de RC y accidentes cubren también los gastos derivados de la asistencia que necesite la mascota en caso de que algo grave suceda; otros incluyen además el servicio de veterinario con el fin de hacerse cargo de las enfermedades que sufra el animal; y los más completos integran otros servicios como guardería, limpieza, recogida y transporte, comida a domicilio, etc.

El seguro de mascotas ha avanzado mucho, y en 2020 es capaz de contar con garantías casi hasta donde alcanza la imaginación: defensa jurídica, asistencia veterinaria, indemnización por robo, sacrificio, muerte por accidente o incineración, asistencia en caso de extravío, estancia en residencia, tratamientos dentales, asesoría telefónica, etc. Todo para que a nuestro animal de compañía no le falte de nada y como propietarios y compañeros estemos lo más tranquilos que sea posible.

# LAS COBERTURAS QUE NO PUEDEN FALTAR EN EL SEGURO DE ESQUÍ

Los amantes de los deportes de invierno aún tienen mucha temporada para disfrutar. Y lo harán con más tranquilidad si están cubiertos por un seguro lo más completo posible

DIEGO FERNÁNDEZ TORREALBA

**E**n plena temporada invernal, y con al menos mes y medio de nieve por delante en las montañas de la Península Ibérica, seguro que hay muchos amantes del esquí y el *snowboard* que quieren repetir experiencia, amén de algún rezagado que aún no haya podido escaparse a deslizarse ladera abajo y planee hacerlo en las próximas fechas.

Todos ellos, desde los profesionales hasta quienes hayan

decidido romper el hielo -nunca mejor dicho- y atreverse a practicar estos deportes tan divertidos y adictivos, deberían contar -además de con una buena cabeza- con un completo seguro de esquí, teniendo especialmente en cuenta que en este tipo de especialidades deportivas de invierno los accidentes y percances, de mayor o menor gravedad, suelen resultar frecuentes.

Como en las pistas nos encontramos absolutamente de

todo, desde el típico novato hasta el clásico kamikaze, corremos un cierto riesgo de sufrir las consecuencias de la inexperiencia del uno y la temeridad del otro.

Consecuentemente un producto del ramo debe incluir la cobertura estrella de casi cualquier seguro, la de responsabilidad civil, que se encarga de cubrir los daños que pueda causar el asegurado a terceras personas durante la práctica de la actividad.

Por otra parte, entre las coberturas de un seguro de esquí no puede faltar la del rescate en pista, de gran utilidad en caso de que suframos un accidente. Esta garantía cubre los gastos del operativo de rescate, sea cual sea la manera en la que éste se realice, incluso si se precisa de un helicóptero.

Pero estos no son los únicos desembolsos que puede cubrir un seguro de esquí, que es capaz de hacerse cargo de los gastos quirúrgicos y farmacéuticos, incluyéndose los costes propios de la hospitalización e incluso de los tratamientos; del presupuesto de la estancia en hotel, en el caso de que el accidentado necesite guardar, solo o acompañado, unos días de reposo tras el siniestro; o el coste propio del traslado de familiares o acompañantes, en el supuesto de que el titular del seguro deba ser hospitalizado durante varios días.

La cobertura de repatriación, si el asegurado sufre un accidente en una estación del extranjero y debe ser trasladado a España, puede ser de gran utilidad. Y, para no acabar el artículo de una manera tan dramática, citaremos otras dos garantías útiles: la de reembolso del coste del forfait y las clases, para no tirar el dinero en el caso de que un accidente no nos permita seguir disfrutando de las vacaciones; y la de los gastos de pérdida, demora o daño del equipaje y del equipo deportivo, una situación que también es de relativa frecuencia en nuestros desplazamientos, especialmente si viajamos en avión y no podemos llevar nuestras pertenencias junto a nosotros. Coberturas, en definitiva, que nos permitirán vivir nuestra experiencia lúdico-deportiva-invernal con una mayor tranquilidad y menos preocupaciones más allá de la única que deberíamos tener en nuestro tiempo libre: disfrutar.

ISTOCK

# ¿Y SI SU COCHE CONECTADO LE HABLARA?

Elon Musk anuncia en Twitter nuevas funcionalidades de sus coches Tesla mientras la UE prepara una norma para fomentar la ciberseguridad de los vehículos conectados

V.M.Z.



**S**e acuerdan de *El coche fantástico*? Esa máquina negra que mantenía conversaciones con *Michael*, y le ayudaba a salir de más de un aprieto, puede hacerse realidad. Lo de la luz en el morro del coche ya es cuestión de cada uno.

Su próximo coche podría hablar.

Sí, ha leído bien, hace unas semanas el dueño de Tesla anunciaba vía Twitter una nueva funcionalidad de sus coches conectados: hablan. Con el conductor y con los peatones. “Tesla pronto hablará con la gente si usted quiere. Esto es real”. Musk acompañaba el mensaje en la red social de los trinos con un vídeo. En él se escucha a un *Model 3* decir “no te quedes ahí parado, súbete”.

Aunque aún no se conocen todos los detalles de esta nueva funcionalidad de Tesla, el propio Musk ha señalado que los vehículos podrán comunicarse tanto con el conductor como con los peatones. Sobre esto último, el magnate ha bromeado con la posibilidad de que el coche emita sonidos de flatulencias combinadas con la voz para alertar a los peatones del acercamiento del vehículo y en caso de peligro.

## Aumento de la seguridad vial

Bromas aparte, el sistema de voz de los Tesla podría ayudar a fomentar la seguridad vial de los viandantes y evitar atropellos, una de las principales causas de muerte en accidente de tráfico en ciudad. Solo en Madrid, en 2019 se registraron más de 1.500 partes de atropello con 17 fallecidos, según los datos del Ayuntamiento de Madrid.

Además, este sistema de alerta por voz tendría otra aplicación: disuadir a los ladrones. Conectado al sistema antirrobo de Tesla, el modo *Centinela* servirá para asegurar mejor el perímetro de seguridad que crea con su sistema de cámaras. Nadie querrá intentar robar un coche que habla. ¿O sí?

## Preocupación por la ciberseguridad

A medida que la innovación tecnológica alcanza los vehículos, la preocupación por su ciberseguridad aumenta. Y esa seguridad frente a las amenazas cibernéticas atañen



ISTOCK

tanto a los fabricantes como a los vendedores de los vehículos.

De esta manera, los concesionarios que no sean ciberseguros se exponen al robo de información sensible de sus clientes y al *hackeo* de los vehículos que comercializan. A esto hay que sumar multas de hasta 600.000 euros, según datos de Eurocybcar recogidos por Sumauto con motivo del XXIX Congreso de Faconauto.

“Los coches contienen información sensible, por lo que concesionarios y usuarios deben concienciarse de la importancia de realizar un barrido y *limpiarlos* al igual que se hace con un móvil o un ordenador con información personal”, señala el director general de Sumauto, Nicolás Cantaert.

“Los profesionales deben estar preparados para ello y apoyarse en un *partner* de conocimiento que les ayude a saber cómo están cambiando las normativas al respecto, cómo adelantarse a lo que está por venir y descubrir la manera de

medir el nivel de ciberseguridad de su negocio y de los vehículos que venden. Porque ¿puede hoy un concesionario asegurar que es 100% ciberseguro?”, añade Cantaert.

### Los ataques más frecuentes

La amenaza de ciberseguridad más común en un concesionario actualmente es un ataque a los sistemas informáticos que permita el robo o manipulación de datos sensibles de los clientes. A medio plazo, se estima que la principal amenaza de estos profesionales será el *hackeo* del vehículo, ya que el 70% de los coches que se venderán en España en 2025 estarán conectados, de acuerdo con los datos de MSI.

### Reglamento Europeo de Seguridad de Vehículos

Poner a la venta un vehículo sin las medidas de ciberseguridad necesarias tendrá las mismas responsabilidades y sanciones que hacerlo con vehículos que no cumplan el Reglamento

Europeo de Seguridad de Vehículos.

Según explica Sumauto, el concesionario, como vendedor del coche y responsable último del estado en que llega al consumidor, debe blindarse frente a este tipo de ciberataques y aplicar los protocolos necesarios para garantizar su buen estado. Máxime en el mercado de ocasión, donde un vehículo ha sido objeto de *cambio de manos*. Sumauto añade en un comunicado que comprobar el nivel de ciberseguridad de un vehículo es fácil. Ya existen test para medir las dificultades que tiene un ciberdelincuente para, de manera remota, abrir puertas, bajar ventanillas, activar los frenos del coche, acelerarlo, conocer su posición en tiempo real o acceder a cualquier sistema electrónico del coche.

### Nueva regulación de la ONU

Y es precisamente esto lo que ha llevado a la redacción de la nueva regulación de la ONU. Que se aprobará previsiblemente en marzo. Y se verá reflejada, a partir de 2022, en un Reglamento Europeo de Seguridad de Vehículos. Este no permitirá la venta de vehículos en la Unión Europea sin un certificado de ciberseguridad. Con la entrada en vigor de esta norma, los fabricantes deberán garantizar la ciberseguridad de un vehículo en todas sus fases. Como ya contempla la normativa ISO 21434, actualmente en desarrollo.

Esta legislación viene así a controlar una práctica menos sofisticada de lo que parece, pues los coches son ya grandes ordenadores con ruedas que están siendo *hackeados* por ciberdelincuentes desde el año 2012. Todo vehículo que disponga de un mínimo de tecnología a bordo es susceptible de ser víctima de ello.

Sistemas tan comunes como el Bluetooth, navegador, llamada de emergencia, llave con mando a distancia, airbag o cualquier aplicación que permita controlar funciones del coche desde el móvil están ya disponibles en la mayoría de los vehículos. Y pueden ser vulnerados por los ciberriesgos usando dispositivos de apenas 30 euros, según datos recogidos por Eurocybcar.



ISTOCK

# MADRID REIVINDICA SU POTENCIAL COMO CAPITAL DE LA INNOVACIÓN

Madrid es un gran destino para la inversión nacional en innovación, debido a factores económicos, geográficos, demográficos, estructurales y educativos. Pero aún queda mucho camino por recorrer para exprimir el gran potencial de la capital y su entorno

DIEGO FERNÁNDEZ TORREALBA

La comunidad autónoma de Madrid, y en especial la gran ciudad, es un fantástico destino para la inversión española en la innovación, y eso es debido a una amplia variedad de razones: por su condición de capital del país; por ser el hogar de un gran número de grandes empresas -de hecho, un 65% de las firmas del Ibex 35 tienen aquí su sede-; por su localización estratégica, en el centro geográfico de una nación también enclavada en un lugar privilegiado, integrada en Europa, puente con África y relativamente cercana a América, más allá de los lazos culturales y profesionales que la unen con ambos continentes; por la calidad y cantidad de sus infraestructuras; por el alto nivel de cualificación profesional de una buena parte de su población; y por su elevada calidad de vida, más allá del grave problema de la contaminación.

Todas estas razones de peso convierten a Madrid en el gran foco de la inversión nacional en innovación, pues un 36% del presupuesto en esta materia se destina aquí. Pero eso no quiere decir que no existan aún ciertas carencias y deficiencias que corregir, haya mucho camino por recorrer y bastantes aspectos que mejorar. El potencial de negocio en innovación que poseen tanto la capital como su entorno es grande, pero puede dar mucho más de sí. Es un gigante que todavía debe desperezarse y dejar de andar para empezar a correr.

No lo decimos nosotros, sino un estudio que ha realizado la iniciativa Madrid Innovation Driven Ecosystem (Mide) en colaboración con la red especializada en *coworking* Impact Hub y la Universidad Politécnica de Madrid. El informe, denominado con el clarificador título de *Radiografía de la Innovación y el Emprendimiento en Madrid*, apunta las claves para la implementación de los poderes de la capital española con respecto a la innovación.

Por un lado, es esencial la buena comunicación y coordinación entre todos los sectores implicados, desde las corporaciones a las *startups* pasando por las entidades formativas, que deben remar en la misma dirección y evitar hacer la guerra por su cuenta. El fortalecimiento del vínculo entre formación y negocio, es decir, entre el sector privado y el educativo, es una de las claves para que se produzca un mayor crecimiento en esta materia.

Por otra parte, en cuanto al marketing y la proyección en el exterior es cierto, en opinión de los impulsores del estudio, que falta por establecer primero y consolidar después una Marca Madrid, con la planificación de una agenda común que sirva a ese propósito. Eso, y que la administración pública adopte un rol más activo en el desarrollo de la innovación ayudando a generar mejores condiciones para el emprendimiento.

Por su parte, las compañías se han puesto las pilas y la mayoría de ellas son conscientes de que su futuro pasa por crear, innovar y adaptarse a lo último, por no caerse de este tren que ahora circula a toda velocidad. Un valor, la innovación, que ya tiene un gran peso en la toma de decisiones estratégicas de las empresas.

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](http://www.segurostves)



# LAS TRES CIBERAMENAZAS PARA LAS EMPRESAS EN 2020

Los riesgos cibernéticos se ponen a la cabeza en las principales preocupaciones de los gerentes de riesgos de las empresas de todo el mundo en un entorno en el que las amenazas ciber no paran de crecer

REDACCIÓN

La pérdida de datos, el *ransomware* y la denegación de servicio serán las principales ciberamenazas a las que se enfrentan las empresas en 2020, según apunta Fernando Sevillano, responsable de Cyber Consulting de Willis Towers Watson en una entrevista concedida a Seguros Tv. En un entorno cada vez más conectado, el riesgo ciber está a la cabeza de las preocupaciones de los gerentes de riesgos de todas las empresas: no importa el tamaño ni el sector de actividad.

A estas tres principales amenazas se suma el fallo de sistemas. “Cada vez más las compañías están apoyándose en sistemas, los famosos procesos de transformación digital, y esto hace que los procesos esenciales dependan de la tecnología”, señala Sevillano. “El *software* falla, los sistemas fallan. Y cualquier proveedor que te diga que no es así miente”, añade el experto.

## El riesgo también está dentro de la empresa

El responsable de Cyber Consulting de Willis Towers Watson no se olvida de las amenazas internas. “Es un factor importante a tener en cuenta. Las personas, proveedores o clientes que hacen que esas amenazas tengan mayor probabilidad de ocurrir”. ¿Y el *phishing*? Fernando Sevillano lo considera una táctica que utilizan los ciberdelincuentes para provocar el daño, más que una amenaza en sí mismo. Aunque no debemos perderlo de vista: cada año se registran 250.000 intentos de

*phishing* diarios, la mayoría -el 90%- a través del correo electrónico.

## Los ciberseguros en 2020

Una de las formas de paliar este tipo de riesgos es contratar un ciberseguro, además de la consultoría de riesgos con la que mitigar la probabilidad de que se produzca un ataque. Aunque puede haber cambios en el mercado, ya que la siniestralidad no para de crecer en este ramo del negocio asegurador.

El directivo del bróker de seguros explica que el mercado de ciberseguros para pymes “puede sufrir un ligero descenso de precios, porque cada vez hay más empresas que demandan estas pólizas. Y cada vez hay más aseguradoras que están ofreciendo este tipo de productos específicos para pequeñas empresas”.

En el caso de las empresas medianas, Fernando Sevillano cree que podría darse lo contrario: “pueden subir las primas porque cada vez hay más siniestralidad y las aseguradoras tienen que ser muy cautas a la hora de escoger determinados riesgos. El mercado empieza a endurecerse”.

Fernando Sevillano señala que las pólizas “deberían ser más claras en lo que cubren y lo que no”. Y aboga por que el ciberseguro tenga cada vez más en cuenta los procesos de transformación digital en que están inmersas las empresas, que deberían reflejarse mejor en los condicionados de las pólizas, además de la hiperconectividad.



## RESULTADOS 2019

# LAS FUSIONES Y COMPRAS EN SEGUROS CRECEN UN 233%

Estados Unidos continua a la cabeza del mercado global de operaciones corporativas en la industria del seguro, con más de 8.242 millones de euros

REDACCIÓN

Las operaciones corporativas -fusiones y adquisiciones- en la industria aseguradora global cerraron diciembre de 2019 con un volumen de 13.100 millones de euros, de acuerdo con los datos de la consultora GlobalData. Esta cifra supone un crecimiento del 233,5% respecto al mes anterior y un alza del 224,4% en comparación con la media de las operaciones de los últimos meses, que ascendieron a 4.038 millones de euros.

El número de operaciones ha caído un 3%, con un total de 93 acuerdos cerrados frente a los 96 anteriores. El mercado norteamericano encabeza las fusiones y adquisiciones con operaciones por valor de 8.260 millones.

### Las mayores operaciones

En términos de valor, Norteamérica lideró la actividad con acuerdos por valor de 8.260 millones de euros. Además, las cinco operaciones más grandes representaron más del 92% del valor total de las operaciones de fusiones y adquisiciones firmadas en diciembre, con un valor de 12.000 millones de euros. Las cinco mayores operaciones del



ISTOCK

año han sido la transacción de activos de 5.769 millones de euros de New York Life Insurance con Cigna; la compra de ReAssure Group por Phoenix Group Holdings por 3.910 millones. La resolución de la transacción de activos de 1.144 millones de Life Holdings con Voya Financial; la compra de IAS Parent Holdings por 581 millones por IA Financial Group y la financiación de riesgo de Bright Health por millones.

## NOMBRAMIENTOS

# SANTALUCÍA VP RENUEVA SU DIRECCIÓN COMERCIAL

El objetivo de la compañía especialista en seguros de vida, ahorro e inversión es reforzar el crecimiento rentable y mejorar la relación con agentes y corredores

REDACCIÓN

Santalucía Vida y Pensiones (Santalucía VP) ha llevado a cabo una reestructuración en su Dirección Comercial. Su objetivo es afrontar sus retos del negocio, reforzar el crecimiento rentable y dar respuesta a las necesidades de sus agentes y corredores, explica la compañía en un comunicado.

Juan Alonso Hernández, hasta ahora director territorial de la Zona Centro, será el nuevo director comercial de Santalucía Vida y Pensiones. A su vez, Fernando Mora se responsabilizará de la Dirección de Grandes Cuentas y Acuerdos, velando por consolidar y ampliar los importantes acuerdos que la compañía posee en esta línea de negocio.

### Incorporaciones en Santalucía VP

Ambas direcciones reportarán a la Dirección General del Negocio de Vida y Pensiones. Y se incorporarán a diferentes comités bajo el modelo de gobierno del Grupo Santalucía.



EE

Según Rodrigo Fernández-Avello, director general del Negocio de Vida y Pensiones del grupo asegurador, "con esta nueva estructura reforzamos la apuesta de Santalucía por la distribución a través de los mediadores de seguros profesionales y acuerdos institucionales. Queremos consolidar y hacer evolucionar esta relación y por ello hemos reforzado nuestro equipo comercial".

Santalucía Vida y Pensiones es la compañía especializada en seguros de vida, pensiones, ahorro e inversión del Grupo Santalucía.



CARLOS YENES

# PEPA MUÑOZ

Chef y propietaria del restaurante de 'Qüenco de Pepa'

V.M.Z.

Apasionada de los fogones desde niña. A los nueve años ya limpiaba calamares y boquerones en el negocio familiar y con 11 cocinaba junto a su padre, Pepe, al que acompañaba por toda España en su *catering*. Esta chef y propietaria del restaurante *Qüenco de Pepa* se define como autodidacta. En 2003 decide poner en marcha su particular visión de la gastronomía en el restaurante que dirige junto a su socia Mila Nieto.

Su máxima preocupación es controlar el origen del producto, sin perder de vista la sostenibilidad y respetando las temporadas. El contacto directo con el agricultor, setero, pescador y ganadero lo hacen posible. Esta chef busca la confianza sin límites de los clientes en la selección de los alimentos que ofrece en su carta. Y lo hace con mimo, con cariño y siempre pensando en ellos.

## ¿Siempre quiso ser chef?

Ser chef ha sido una sorpresa en mi vida. Empecé trabajando en esto por necesidad en mi familia y, sin querer, terminé descubriendo mi vocación. ¡Antes de saber lo que quería ser, ya era chef!

## ¿Qué significa la cocina para usted?

La cocina para mí es mucho más que cocinar. Es mi forma de vivir, es

**"Antes de saber lo que quería ser,  
ya era chef!"**

disponer de un vehículo que me ayuda a hacer feliz a la gente a través de la gastronomía. Es tener una conexión directa con la naturaleza y con otras formas de vida.

### ¿En qué se inspira para crear sus platos?

Como he dicho antes, en la naturaleza. Ella me da las mejores pistas para elaborar mis platos: temporalidad, origen del producto, ayudar a la sostenibilidad teniendo en cuenta la proximidad del producto, etc. Muy en particular, mi propia huerta a la que voy a menudo, “hablo con ella y la escucho”. Ahí recojo una información muy valiosa para sorprender a mis clientes.

### ¿La hostelería es tan bonita como la pintan en los concursos de la televisión?

No. La hostelería para mí es sinónimo de pasión y, tras la pasión, la dedicación y el trabajo bien hecho dan forma a la hostelería. En la televisión con frecuencia vemos solo la parte “bonita”, la de culminación de un extraordinario esfuerzo, pero explican poco que hasta llegar ahí hay que saber elegir el producto -porque no debería servir cualquier cosa-, relacionarte de forma honesta con tus proveedores, crear un equipo que te ayude -y sin el que no llegaríamos a ningún sitio-; por supuesto, saber cocinar en el más amplio sentido, crear sintonía con tus clientes, saber de economía, etc.

### ¿Este ‘boom’ culinario es bueno o es una amenaza?

Pienso que es bueno. Podemos prescindir de muchas cosas, pero de comer no. Si este “comer” podemos hacerlo más atractivo y saludable, bienvenida toda tendencia gastronómica que ayude a poner en alza a la gastronomía. Cierto es que hay quienes ven en este *boom* solo asuntos relacionados con la rentabilidad. No es mi caso, estaría dedicándome seguro a otra actividad.

### ¿Hay un exceso de nuevas técnicas e innovación en la cocina? ¿Se está perdiendo la esencia en la gastronomía?

Pues si estas técnicas e innovaciones transforman de manera extraordinaria el producto, yo creo que sí, que se pierde esencia. En mi caso siempre he tenido muy claro que las tradiciones gastronómicas que nos acompañan desde hace décadas son como un patrimonio que merece la pena conservar.



CARLOS YENES

“En Facyre, mi objetivo es poner a la gastronomía española en lo más alto”

“La hostelería es sinónimo de pasión, dedicación y trabajo”

“La tradición gastronómica es un patrimonio que merecemos conservar”

Por eso, mi cocina es sencilla, manipulamos mínimamente el producto. Los pucheros no faltan en mi cocina, si bien no renuncio a un horno de última generación.

### ¿En gastronomía menos es más?

En mi caso sí. En *Quéncos de Pepa* apostamos por el producto en toda su esencia. Cuantos más ingredientes pongamos a un buen producto, más restamos al propio producto. Una buena merluza con su justo toque de horno, un buen aceite y unas escamas de sal, bastan.

### ¿Qué no nos podemos perder en ‘Quéncos de Pepa’?

¡Qué difícil! Sin ninguna duda, el tomate de nuestra huerta. Y añadiría el arroz con gurumelos y foie, y cualquier pescado siempre recién llegado del Cantábrico.

### Hace poco participó en ‘Reale Seguros Madrid Fusión 2020’. ¿Cómo fue la experiencia?

Extraordinaria. Fue una oportunidad de compartir con personas maravillosas la cantidad de cosas que podemos hacer con *sobras* de una comida y los platos riquísimos que podemos hacer a partir de ahí.

### Además de llevar su propio restaurante preside Facyre, la Federación de Cocineros y Reposteros de España. ¿Qué objetivos tiene en su mandato?

Poner la gastronomía española en lo más alto. Ese es uno de los principales objetivos que tenemos en la Federación de Cocineros y Reposteros de España, Facyre. Además de ayudar al sector contando con todos los socios que pertenecen a la federación, que son profesionales de la gastronomía muy competentes y con iniciativas estupendas.

### ¿Qué es la pasión para usted?

Vivir con intensidad. Para mí, junto a mi equipo, vivimos con pasión cada servicio. ¡Yo les digo es como un programa en directo donde no podemos fallar!

### ¿Cuál es su plato preferido?

¡Un buen salmónete cocinado en su punto! -poco hecho-.

# ASEGURANDO LA VIDA DESDE EL ANTIGUO EGIPTO

La protección de la vida ha sido una constante a lo largo de la historia, pero ¿cuándo se comenzó a asegurar la supervivencia y la protección de las familias?

FERMÍN SAN MATÍAS

**E**stamos ya acostumbrados a ver y recibir ofertas para contratar un seguro de vida. Sabemos que nos protegen en caso de sobrevivir a un accidente o una enfermedad y que ayudan a nuestros familiares a continuar en caso de que fallezca uno de los cabezas de familia. Pero desconocemos qué llevo a la sociedad a demandar este tipo de protección.

La industria aseguradora se ha desarrollado de forma paralela a la sociedad, casi de forma natural. Surgían riesgos que el hombre ha tratado siempre de paliar para poder seguir desarrollando su actividad económica y social. Así, ya en tiempos de Babilonia, el Código de Hammurabi contempla ya sobre el 1900 AC indemnizaciones a favor de la viuda y los descendientes en caso de fallecer en accidente de trabajo. Ya entonces, este capital se instrumentalizaba a través de la mutualización.

Un poco más adelante, en Egipto, surgieron asociaciones en las que, a cambio de una cuota, el resto de los socios pagaban los caros ritos funerarios y una indemnización para la familia. Podría decirse que es el germen del seguro de decesos actual. En la Antigua Grecia, las Erandi o Eranoi daban asistencia a los socios y sus familiares a través de un fondo común. Algo similar crearon en Roma para los militares, las Collegia, con las que ayudaban a los militares retirados y a las familias en caso de su fallecimiento.

## Fondos de protección mutua

Este sistema llegó hasta la Edad Media, en la que los gremios crean las guildas para crear un fondo de protección mutua. Las guildas cubrían las pérdidas en caso de incendio, una enfermedad o la muerte del profesional. Estas organizaciones, además, comenzaron a tener en cuenta el riesgo al que estaban expuestos sus asociados, como su salud y su modo de vida, creando las primeras tarificaciones de seguro de vida de la historia, según explica la compañía de seguros España S.A. en su blog.

Estas asociaciones fueron las primeras en tratar de ajustar la prestación por un siniestro al presupuesto disponible y al riesgo asumido, para evitar la insolvencia del fondo y la desprotección de los integrantes del gremio.

Los primeros documentos oficiales que se relacionan con el seguro de vida



Los egipcios ya contaban con sistemas de protección similares al seguro de vida.

ISTOCK



El seguro de vida se ha desarrollado junto al avance científico y de la economía en todo el mundo. ISTOCK

son del siglo XIII en Flandes. El elevado nivel de vida que registró la región en aquella época hizo que surgieran por primera vez las rentas vitalicias, que se desarrollaron hasta el siglo XVI. Como dato curioso, Felipe II las prohibió en 1570 por considerar que las rentas vitalicias carecían de base científica.

El avance en el estudio de las matemáticas y el cálculo favoreció el germen de lo que es hoy la ciencia actuarial, base del seguro de vida moderno. Christian Huyghens estudió el cálculo de probabilidades con las bases establecidas antes por un jovencísimo Blas Pascal. La primera tabla de mortalidad de la historia la crea Nicolas Struyck en 1672. La ciencia actuarial avanza gracias a las investigaciones de Newton y Leibnitz que llevan a la Ley de los grandes números de Bernouilli, sin la que no existiría la ciencia aseguradora tal y como la conocemos hoy en día. En 1848 se crea el Instituto de Actuarios de la Gran Bretaña e Irlanda, en Londres.

Mucho antes, a principios de 1700, comienza a operar las primeras compañías de seguros. Muchas de ellas aún existen y son una muestra de la solidez que siempre ha tenido el sector asegurador a lo largo de los años. En estos años de desarrollo industrial es cuando el seguro de vida se desarrolla en la Inglaterra victoriana, dando lugar a escándalos como el secuestro y

## Felipe II prohibió en 1570 las rentas vitalicias en Flandes por considerarlas “poco científicas”

robo de niños para el cobro del seguro de vida. Es por esto por lo que actualmente no se permite asegurar la vida de los menores.

### Indicador de bienestar social

El seguro de vida se ha desarrollado de forma exponencial en los siglos XIX y XX. Y sigue siendo en el siglo XXI un importante indicador del desarrollo económico y del bienestar social de un país. De hecho, muchos estudios, entre ellos algunos elaborados por la Fundación Mapfre, calculan la brecha de protección aseguradora en función de la penetración del seguro de vida en la sociedad. En la actualidad, el desarrollo del seguro de vida se verá marcado por el aumento de la longevidad y a esperanza de vida. Y en el uso de nuevas tecnologías como el *big data* para hacer un mejor seguimiento de los hábitos de salud y de vida de los asegurados. Esto tiene, sin dudas, numerosas ventajas, pero también algún inconveniente, como el peligro que ven algunos profesionales del sector en que el exceso de datos de los asegurados puedan expulsar a algunos colectivos de la protección del seguro de vida, perdiendo, así, su carácter mutual, la razón por la que fueron creados hace ya tantos siglos: proteger entre todos a quienes lo necesitan.

# DEPORTE, RETOS Y, DE REPENTE, EL ARTE

Honor presenta la edición más artística de sus relojes inteligentes. Los MagicWatch 2 del gigante tecnológico chino ganan personalidad y estilo, sin perder funcionalidades deportivas. Y a un precio para no salir corriendo, a menos que quiera medir su rendimiento

ANITA CUFARI

**N**egro, negro y más negro y de, repente, la explosión artística de la edición limitada de estos Honor *MagicWatch 2* destaca en los escaparates. Pero, debajo de esa carcasa armónica y sofisticada, también se encuentra una máquina potente de medición exhaustiva de actividad y descanso físico.

Si el día a día se ha convertido en un reto personal, los nuevos *MagicWatch 2* vinieron para personalizar esa experiencia. Desde diseños más elegantes y tradicionales, hasta auténticos centros inteligente de monitorización de todo lo que pasa en nuestro cuerpo.

Un pequeño centro de mandos para superarnos con pantalla táctil amoled de 1,39 pulgadas con espacio para todo y esferas personalizadas, además de los diseños de edición limitada. La individualidad también se puede expresar subiendo una foto propia o utilizando algunas de las creaciones seleccionadas en el concurso *Honor Global Watch Face Design*.

## Dos botones para todo

La caja cuenta con dos botones laterales para maximizar su uso. El botón superior nos da acceso a los mandos generales: todas las aplicaciones y



Honor Magic Watch 2  
modelo Charcoal Black,  
lo último en smartwatches de Honor. EE

configuraciones posibles, que responden muy bien al tacto. El botón inferior se puede configurar para tener datos de actividad o la información que necesitemos a mano.

Los *MagicWatch 2* dan la sensación de estar llevando una máquina potente y sólida, pero livianísima.

### Arte para sudar

Los modelos del Honor *MagicWatch 2* lanzados a finales de 2019 ya apuntaban maneras. La versión más grande, de 46 mm y la de 42 mm ya tenían sus modelos con correas de caucho elástico hipoalergénicas, de cuero y metal. Pero en esta edición artística, Honor convierte a sus relojes inteligentes en algo más único y deseable, creado en alianza con diseñadores y artistas emergentes.

### Honor por Giovanni Ozzola

El italiano plasma su característico universo creativo en tres diseños para el Honor *MagicWatch 2*. En el *One Day* mezcla lo frenético del día con la calma de la bruma al amanecer en un diseño de cuadrante que continua en la correa. Para el *Old Walls* revive parte de su obra *Muros* adaptada a la muñeca, para transmitir experiencias a través de las huellas en las paredes. En cambio, *Ficus* juega con los negros, la luz y la sombra para darle dinamismo a un objeto inmóvil con ansias de movimiento.

Ozzola está presente en numerosas exposiciones en Shanghái, Seúl, Ciudad del Cabo, la Tate Modern en Londres y muchos más. Aunque también lo hemos tenido en nuestro país varias veces.

### Honor por Wang DongLing

Muy interesante el trabajo de este artista enamorado del arte de la escritura china tradicional y el color verde, que crea tres modelos con obras abstractas de lo que él mismo define como nueva pintura caligráfica: *Cheng Hao*, *Autumn Moon*, *Entangled Script*.

El trabajo del artista chino con el *MagicWatch 2* pone de manifiesto su pasión por la intensidad del negro, contrarrestando los tonos musgo y rompiendo el equilibrio cromático con sus trazos caligráficos. DongLing es director del centro de estudios de Caligrafía Moderna de la Academia de Artes de China en Hangzhou. A Wang lo vimos reinterpretando el *Romance Sonámbulo* de García Lorca, durante la Bienal del Milenio de Granada en 2011.



Honor por Giovanni Ozzola, modelo Old Walls. EE



Honor por Wang DongLing. EE



Honor por Jacky Tsai, modelo Shanghai Tang Café. EE

### Honor por George Greaves

Greaves es un artista multidisciplinar inglés que combina elementos griegos, geometría minimalista y paisajes que reflejan calma, paz y tranquilidad con colores planos y líneas puras. Sus obras se caracterizan por una sencillez aparente que esconde un trabajo complejo de armonía y proporciones. Desde su estudio Printed Goods ha colaborado con *Dr Martens*, *Peroni*, *Earl of East London* y *Mr Porter*.

### Honor por Jacky Tsai

Una fusión innovadora de *pop art* y artesanía china con *Floral Horse* y *Shanghai Tang Café*. Colores vibrantes, escenas de la vida tradicional asiática combinada con superhéroes y una técnica rompedora que se basa en iconos culturales. Un arte que lo ha llevado a ser uno de los artistas contemporáneos más importantes del mundo, con trabajos exhibidos en Londres, Moscú, Hong Kong, Nueva York y Singapur.

Jacky Tsai creó dos diseños de edición limitada para el Honor *MagicWatch 2*: *Floral Horse* y *Shanghai Tang Café*.

### Mucho arte, pero listo para los retos

Los relojes Honor *MagicWatch 2* sorprenden por la diversidad de parámetros para medir la actividad física, el descanso e incluso el estrés diario.

Es resistente al agua -puede sumergirse hasta a 50 metros de profundidad-, cuenta con GPS y varios sensores que permiten obtener información de 15 modos de acondicionamiento físico basados en objetivos, con una guía de voz. Entre sus múltiples funciones destaca el rastreador de frecuencia cardíaca, de sueño y los niveles de estrés.

Si lo complementa con un móvil Android es una función interesante para entender nuestro estado físico.

### También para la actividad deportiva

A todas estas características hay que sumarle una serie de sensores para controlar cualquier actividad deportiva: *running*, ciclismo, alpinismo, natación con reconocimiento del estilo de nado y la tasa promedio de brazadas, entre otras múltiples disciplinas *indoor* y *outdoor*.

Como todo buen *smartwatch* de hoy, los Honor *Magic Watch 2* integran micrófono y altavoz para contestar llamadas y recibe notificaciones de mensajes de SMS, *apps* como Instagram o Twitter, *mails*, información de vuelos, alarmas y alertas del calendario.



La RSC beneficia también a la empresa que la practica. ISTOCK

# SER RESPONSABLES TAMBIÉN BENEFICIA A LAS EMPRESAS

La apuesta de las empresas por la RSC deriva en medidas positivas para la sostenibilidad, la ayuda social, la igualdad o la cultura. Pero ¿qué beneficios puede significar para las propias compañías?

D.F.T.

**S**eguramente todos tendremos la sensación de que las empresas españolas invierten cada vez más en materia de responsabilidad social corporativa (RSC), iniciativas que van desde el cuidado del medio ambiente a la salud, pasando por la solidaridad, la igualdad o la ayuda a quienes más lo necesitan.

Esa es la sensación que se nos ofrece, pero, ¿qué hay de verdad en ello? Mucho, como prueban los contundentes datos: diferentes informes señalan que el gasto por parte de las empresas españolas en RSC ascendió en el año 2018 a 1.246 millones de euros, 400 millones más que en el año anterior. En definitiva, que la inversión se incrementó un 32%. Y, a falta de

confirmación, todo apunta a que la dinámica en 2019 ha seguido en esta vertiginosa línea ascendente de gasto.

## El beneficio de apostar por la RSC

Está claro que la inversión en políticas de RSC contribuye a hacer del mundo un lugar mejor. Pero, ¿en qué manera pueden beneficiarse las propias compañías de realizar una apuesta en firme por la responsabilidad social corporativa? Firmas como Lefebvre han realizado análisis que demuestran los numerosos beneficios que esta política empresarial puede significar para quienes la desarrollan.

En primer lugar, es imposible negar que esta inversión -sobre todo si está acompañada por una buena estrategia de comunicación- significa una clara mejoría en la imagen corporativa de las empresas, a la vez que puede aportar un valor diferencial con respecto a la competencia. Invertir en causas nobles no solo ayuda a los demás, sino a la impresión que el resto tiene de nuestra firma. Y eso suele derivar en beneficios económicos que incluso pueden ayudar a recuperar con creces el desembolso realizado. Invertir en RSC también puede llevar, en aras de minimizar el gasto energético de la propia empresa, a encontrar las maneras de reducir significativamente los costes de producción, ahorrando una cantidad importante de dinero y reduciendo el gasto innecesario de recursos.

Otra dinámica positiva atañe a la búsqueda de financiación, pues tanto los organismos públicos como otras empresas privadas son más proclives a apoyar económicamente a una compañía cuando ésta demuestra que más allá de su lícito objetivo de beneficio propio tiene algún fin solidario que sirva para mejorar la situación económica, medioambiental, cultural o social de su comunidad.

Para finalizar, la apuesta por la RSC también puede ayudar a la captación de profesionales y al mantenimiento de los que ya pertenecen a la empresa. Muchas personas están involucradas en causas solidarias o se plantean colaborar con alguna, y tener el incentivo de estar contribuyendo con su trabajo al bien común genera una mayor motivación profesional y un más firme sentimiento de pertenencia a la empresa.

## NUEVOS PRODUCTOS

# SEGURO FLEXIBLE PARA COMUNIDADES DE CASER

Caser lanza una nueva póliza para comunidades de propietarios que permite adaptar las coberturas a las necesidades de cada inmueble

REDACCIÓN

Caser ha lanzado al mercado una nueva solución modular que asegura a comunidades de propietarios de vecinos, comunidades exclusivas para garajes o comunidades para un único propietario. La compañía ofrece así flexibilidad en la contratación de las coberturas y la



PIXABAY

personalización de cada póliza según el tipo de inmueble. *Caser Inmueble Flexible* destaca por facilitar la contratación de novedosas coberturas de acuerdo a las necesidades de cada comunidad o propietario. Entre estas, que se han revisado y actualizado, se incluyen nuevas opciones como limpieza de grafitis, "bricomunidad", daños por heladas, exceso de consumo de agua, daños de equipos de instalaciones de energía solar de placas fotovoltaicas o daños en equipos electrónicos de videovigilancia.

Además, Caser permite extender las coberturas contratadas por la comunidad a las zonas privativas. Como ventanas,

terrazas, garajes comunitarios de uso privado, puertas de acceso a la vivienda. Incluyendo entre ellas el tratamiento y prevención de plagas en zonas privadas.

Además, incorpora nuevas modalidades de franquicias, tanto en su opción general como específicas, lo que lo convierte en un producto "absolutamente flexible".

Para José Carlos Campos, director de Multirriesgos Particulares de Caser, supone "una importante evolución en nuestra oferta de seguros para inmuebles, que viene a responder a una estudiada demanda de productos aseguradores para comunidades de propietarios".



E. SENRA

## NUEVOS PRODUCTOS

# MÁS OPCIONES DE MAPFRE EN ACCIDENTES

El grupo asegurador amplía su gama de productos y servicios con dos nuevos seguros de accidentes

REDACCIÓN

Mapfre lanza *Renta 80* y *PRM del Conductor*, dos nuevos seguros de accidentes individuales que complementan la oferta aseguradora de accidentes, con tarifas muy asequibles, según explica la compañía que preside Antonio Huertas en un comunicado.

*Renta 80* está destinado a proteger al asegurado ante cualquier accidente que pueda ocurrir durante las 24 horas del día, ofreciendo la posibilidad de contratar la garantía de gastos sanitarios de forma opcional, y puede contratarse desde 80

euros, explica la compañía.

Por su parte *PRM Conductor* es un seguro de accidentes individual destinado a la protección del asegurado durante la conducción siendo el complemento perfecto al seguro del automóvil. Esta nueva póliza se puede contratar desde "poco más de 60 euros". En ambas modalidades, las garantías y sumas aseguradas vienen predeterminadas en el momento de la contratación. Y el asegurado percibirá una indemnización inicial en caso de accidente y, además, una renta mensual durante diez años.

Además, el grupo asegurador ha lanzado recientemente al mercado nuevas coberturas, como la de defensa jurídica, para su seguro multirriesgo para comercios, una de las necesidades más demandadas por sus clientes. Este nuevo servicio está destinado a cubrir la reclamación y defensa de distintas situaciones contractuales, relacionadas con temas bancarios, de suministros de luz, agua o telecomunicaciones, así como para la compra de bienes muebles, todos ellos derivados de su actividad comercial.



## Ahorre para la jubilación en función de su edad con Caser

Caser presenta una nueva fórmula de ahorro para la jubilación que tiene en cuenta la edad del partícipe. *Caser Generación* es una gama de planes de pensiones basados en el ciclo de vida del cliente que adecuan las inversiones en función de la edad. Así, adaptan la inversión para hacerla más conservadora con el paso del tiempo.



## Europ Assistance tiene nueva responsable de transformación

Europ Assistance ha anunciado la contratación de Virginie Babinet como *Chief Transformation Officer*. En este puesto, Virginie dependerá directamente del CEO del grupo Europ Assistance, Antoine Parisi. Y será responsable de la transformación del grupo, ofreciendo una experiencia más eficaz y optimizada a los clientes de la compañía.



## AXA, reconocida como 'mejor empresa para trabajar'

AXA recogió la semana pasada el galardón que le acredita como mejor compañía para trabajar en España, según el *ranking Top Employers 2020*. Con esta edición, la aseguradora que en España dirige Olga Sánchez, suma diez años consecutivos como una de las mejores empresas para trabajar en España, explica la compañía.



## CPP Group Spain ficha un nuevo jefe de ventas y producto

La multinacional de servicios de protección y asistencia CPP Group Spain ha incorporado recientemente a Juan Gómez-Carrillo Alonso como *Head of Sales and Product*. Con este nombramiento, la compañía refuerza su área comercial y estratégica, tras consolidar la reestructuración de su cartera.



## Divina Pastora homenajea a una de sus aseguradas centenarias

Divina Pastora Seguros ha homenajeado recientemente a Lucía Gómez, una de las aseguradas con más antigüedad en la compañía, que el pasado 12 de enero cumplió 109 años. Con este reconocimiento, la entidad quiso agradecer la fidelidad y confianza depositada en la compañía aseguradora durante 95 años.



## Aon impulsa el emprendimiento con un acuerdo con la AES

Aon y la Asociación Española de Startups (AES) han alcanzado un acuerdo por el que Aon se convierte en *partner* de la asociación. A su vez, con este acuerdo, ambas organizaciones se comprometen a trabajar conjuntamente en proyectos innovadores que aporten valor al conjunto del sistema emprendedor español, explica el bróker.

# DEL ORDEN AL CAOS HAY SOLO UN PRIMER PASO

Arquímedes decía: "Dadme un punto de apoyo y moveré el mundo", pero vemos que, en realidad, la cosa sería: "dadme un primer hecho y el mundo se vendrá abajo"

ANITA CUFARI

La casa está impoluta, a veces durante días, hasta que no. Le sucedió también con ese cuaderno favorito que compró para escribir sus pensamientos y, pasada la segunda página, no se sabe muy bien por qué, pero su espíritu de convertirse en escritor, claudicó. Las carpetas del ordenador que nacieron perfectas y organizadas, de repente, se convirtieron en testigos del desastre monumental.

El coche también es otra de las víctimas perfectas. El interior suele estar limpio durante semanas, pero basta con que se nos caiga un papelito al suelo para que suceda un inexplicable efecto llamada



a todo tipo de mugre. ¡Apocalipsis al instante!

¿Qué mágico poder maligno provocó la hecatombe? La razón está en la teoría de las ventanas rotas. Aquella que explica cómo todo se vuelve caos por no reparar un minúsculo gesto o una acción primaria.

## ¿Por qué ventanas?

El experto en comportamiento Philip Zimbardo realizó un experimento: dejó un coche de aspecto abandonado en el Bronx y otro, en el residencial Palo Alto. En seguida, ambos vehículos fueron vandalizados. ¿Por qué esos sí y los otros no? Ya lucían "rotos", ¡qué más da un poquito más de destrucción!

Suma y sigue. Porque ese efecto puede propagarse y, así, nos vemos ante la teoría del umbral que estableció Mark Granovetter. El sociólogo observó que muchas veces nos sumamos a una acción solo porque vemos que otros lo hacen. Y así, algo sencillo se vuelve una bola de nieve.

## ¿Y el antídoto?

Siempre hay uno y el de todo este meollo lo sentenció el filósofo Immanuel Kant con su imperativo categórico. Básicamente: si quiere A, haga B. Es decir, para frenar el caos (A), solúcelo enseguida (B). Y este imperativo lo dividió en varias formulaciones complementarias

Obre solo como si quisiera que su acción se convierta en ley universal; de tal modo que trate a la humanidad siempre como un fin y nunca solamente como un medio. Y, por último, obre como si por medio de sus máximas fuera siempre un miembro legislador en un reino universal de los fines.

Resumiendo, dé ejemplo y actúe. Es decir: si ve un papelito en el suelo, recójalo. Corrija aquel primer error, borre el rayón en aquel cuaderno y limpie esa manchita de salsa en su prenda favorita antes de que sea la elegida para los domingos de sofá, antes de tiempo. Ojo, esto también aplica a su empresa: si ve un error en algún proceso, actúe de inmediato. No vaya a ser que el desastre organizativo haya encontrado un nuevo punto de origen de una zona cero.

# EN QUÉ SE PARECEN GIACOMETTI Y RODIN

**A**parentemente, en nada. Entre el espacio temporal que separa las trayectorias de ambos artistas y los movimientos artísticos tan dispares en los que se desenvuelven, existen más discordancias que similitudes. Sin embargo, ambos se aproximaron a la escultura de una forma novedosa, muy distante a los aspectos formales que conformaban el canon en sus respectivas épocas.

Auguste Rodin (1840-1917) ya apuntaba maneras en cuanto a la ruptura con el patrón académico de su tiempo. También se mantenía alejado de los salones parisinos, tras sufrir el rechazo y el escándalo. Lo mismo que les sucedió a los impresionistas. Considerado como el padre de la escultura moderna, su distanciamiento con respecto al neoclasicismo decimonónico no le impidió esculpir formas casi perfectas.

Alberto Giacometti (1901-1966), al contrario que el autodidacta Rodin, estudió pintura, dibujo y escultura en la Escuela de Bellas Artes de Ginebra. Después, en París, se formó en la Académie de la Grande Chaumière junto al escultor Antoine Bourdelle, socio de Rodin. Aquí encontramos la primera conexión, aunque nunca se conocieron. De hecho, cuando Giacometti llegó a París, Rodin ya había muerto.

Aparte de elementos como los materiales, la preocupación por el pedestal o el gusto por la deformación, los dos escultores comparten una extraordinaria capacidad para representar emociones: angustia, dolor, inquietud, miedo, ira, toda la complejidad del alma humana. La expresividad de Rodin se concentra en el rostro, en la deformidad y el exceso, mientras que Giacometti alarga las formas como una metáfora del dolor y la fragilidad. El proceso de estudio y

Fundación Mapfre acaba de inaugurar una exposición en la Sala Recoletos de Madrid que plasma las similitudes y diferencias de estos dos gigantes de la escultura. Puede visitarla hasta el próximo 10 de mayo

ANA M. SERRANO



Alberto Giacometti trabajando en su estudio, París, 1955. ISAKU YANAIHARA



Giacometti posa junto a 'Les Bourgeois de Calais' de Rodin. PATRICIA MATISSE

repetición de un mismo motivo es una práctica habitual en ambos artistas. Por un lado, es un modo de acercarse al modelo representado y a su psicología; por otro, les permite transformar la obra, que casi nunca dan por finalizada.

Igual que Miguel Ángel fue el gran referente para Rodin, este último lo fue para Giacometti, quien descubrió sus piezas ya de niño. Sobre todo, a partir de 1935, cuando la figura humana vuelve a ser la protagonista de su obra.

La Fundación Mapfre acaba de presentar en la Sala Recoletos (Madrid) una exposición que resalta las coincidencias estilísticas del francés y el italo-suizo. Las obras seleccionadas exploran paralelismos y diferencias, estableciendo un diálogo entre sus respectivos trabajos. Rodin-Giacometti subraya los intereses comunes, los modos en que ambos se distancian de los aspectos tradicionales del momento, alterando el concepto de la escultura. Este enfrentamiento estético, esta conversación espacial y temporal demuestra cómo ambos creadores hallaron una nueva forma, una visión muy personal de aproximarse a la escultura, pero siempre conectada a sus respectivas experiencias vitales.

La exposición, fruto de la colaboración entre Fondation Giacometti, Musée Rodin y Fundación Mapfre, puede verse hasta el 10 de mayo.

Busto de Annete, Giacometti. 1962. FONDATION GIACOMETTI





El Transcantábrico cruza el Ebro a su paso por Arja (Burgos). 31

# VIAJAR POR ESPAÑA EN CINCO TRENES DE OTRA ÉPOCA

Le proponemos cinco viajes inolvidables para redescubrir rincones de España de otra forma, con calma, disfrutando de paisajes increíbles y al compás del traqueteo de trenes de lujo

ANA M. SERRANO

Viajar siempre es un placer. Ahora que los días se van alargando, el frío remite y las perspectivas de desplazamientos masivos aún distan en el tiempo, es momento de disfrutar de escapadas esporádicas en un medio relajado, sin atascos ni filas infames en puestos de control. El tren ha sido y es una de las formas más sugerentes de descubrir nuevos paisajes, lugares exóticos, parajes ignotos, etc. Y todo ello gozando del sosiego del propio viaje. Una fuente de inspiración para contadores de historias, *disfrutones del flaneo* y la vida reposada. Aquí cinco opciones diseñadas para los *bon vivant* más exquisitos.

## Al-Andalus, un palacio sobre raíles

Viajar en el Al-Andalus es como regresar a la *Belle Époque* con todas las comodidades y el lujo del siglo XXI. Los

vagones, contruidos en 1930, conservan el encanto de un tiempo que ya fue con sus salones de los años 20, sus cenas de gala y el romanticismo del paisaje andaluz. El tren parte de Sevilla y durante siete días recorre todas las ciudades históricas: Cádiz, Jerez, Sevilla, Córdoba, Ronda, Úbeda, Baeza y Granada. El viaje incluye visitas programadas y entradas a museos y monumentos.

## El tren de los lagos

Volutas de humo blanco. Una locomotora de esas con chimenea y un silbato del revisor anuncian la inminente partida de este histórico tren. El recorrido, que parte de Lérida, es tan bello como nostálgico. Una vez en los lagos del Pirineo, el tiempo se detiene. Se trata de un trayecto estacional, de abril a octubre. Un placer de varias horas y diecisiete estaciones que culminan en Pobl de Segur y sus bellísimos edificios modernistas.

## El tren de Sóller

A principios del siglo XIX se inauguraba la línea entre Palma de Mallorca y la localidad de Sóller. Todo un símbolo de modernidad que conserva sus vagones originales. El imponente paisaje que recorre, superando desniveles de 199 metros, atraviesa túneles y puentes históricos, además de unas vistas privilegiadas del puerto natural de Sóller y la Sierra de Tramontana.

## Costa Verde Express

Un crucero sobre raíles es la apuesta del famoso Transcantábrico Gran Lujo. Eso sí, habrá que esperar al mes de mayo que es cuando se inaugurará el trayecto perfecto para conocer el norte de España. El recorrido se presenta desde una perspectiva diferente por parajes recónditos entre Bilbao y Gijón. Durante seis días, los pasajeros podrán disfrutar de Suite Gran Clase con baño privado, comidas, música en vivo y excursiones idílicas.

## El tren de la fresa

De Madrid a Aranjuez en un tren histórico no es un trayecto común. De hecho, este tren tan cuco y evocador sólo hace 35 viajes al año. El origen del Tren de la Fresa se remonta al siglo XIX. Fue la reina Isabel II quien inauguró el recorrido en 1851. Hoy, históricas locomotoras y vagones de 1920 evocan el itinerario centenario que permite, además, disfrutar de una degustación de fresas de Aranjuez. También se pueden contratar visitas guiadas al Palacio Real y al Jardín del Parterre.



Las nuevas armas de Perricone MD contra el envejecimiento. EE

# PERRICONE MD Y LA FÓRMULA ANTIEDAD POR EXCELENCIA

Perricone MD cumple la mayoría de edad en el mercado de la cosmética de lujo. Sus innovadoras moléculas luchan contra el envejecimiento producido por la inflamación

ANA M. SERRANO

El sérum potencia los resultados de la nueva línea Perricone MD. EE



**A**l Dr. Perricone lo conocemos desde hace 18 años. Era el 2002 cuando se presentó en el mercado de la alta cosmética médica con una filosofía hasta entonces inédita: la Teoría del Envejecimiento causado por la Inflamación. ¿Qué dice esta teoría? Pues que la inflamación celular puede ser una de las causas más indómitas de las arrugas. En primer lugar, porque no se ve -sucede a niveles muy profundos, microscópicos-. Lo que sí se ve son las consecuencias: estrías, arrugas y pérdida de firmeza.

Tal visión holística de Nicholas V. Perricone se dirige a controlar el daño celular y se construye sobre dos pilares fundamentales: una dieta adecuada combinada con suplementos

alimenticios y la aplicación tópica de soluciones creadas con algunos de los ingredientes más potentes del planeta.

¿Cuáles son dichos ingredientes? Aquí aparece la minuciosa investigación llevada a cabo en los laboratorios Perricone. Se trata de elementos extraños, poco frecuentes en la cosmética médica, como Acyl-Glutathione o glutatión -un antioxidante natural que el cuerpo, en situaciones de estrés o cambio hormonal, deja de producir-, tripéptido de cobre o vitamina F, que es como un abrigo para la piel. El resultado es una cosmética muy seria, muy madura, muy limpia.

Pero, como la ciencia avanza y Perricone MD no se queda en la cuneta jamás, durante este último año ha perfeccionado su fórmula estrella gracias a la tecnología de poliaminas y factor de crecimiento. Hablamos del *High Potency Growth Factor Firming and Lifting Serum*, es decir, una fórmula espectacular que juega un papel crucial en la integridad estructural de la piel. A ver, no es una frase hecha ni una broma, que hemos dicho que la cosmética Perricone no juega a los milagros. Resulta que este complejo de tres niveles combina el factor de crecimiento, la membrana de cáscara de huevo y el retinol encapsulado.

¿Qué significa todo esto?

El factor de crecimiento, derivado sintéticamente de la espermidina, es una réplica de las moléculas que hay en los seres vivos. A mayor edad, menos moléculas. De este modo el factor de crecimiento se convierte en un apoyo para la regeneración de la piel. La membrana de cáscara de huevo es otro ingrediente clave. Perricone MD la ha reforzado e, imitando el concepto de barrera, la membrana se convierte en proveedor de protección y regenerador de colágeno y elastina. El retinol encapsulado impulsa el proceso rejuvenecedor y al estar encapsulado consigue mejor penetración y minimiza las oportunidades de desestabilización.

*High Potency Growth Factor Firming and Lifting Serum* es un tratamiento de día y noche, apto para todo tipo de pieles. Un estudio realizado con 104 usuarias durante 28 días demuestra que el 88% nota una reducción de las líneas de expresión y percibe su piel más sana. El 85% aprecia mayor firmeza y el 84% ve una mejora en la elasticidad y uniformidad de la piel.