

Seguros

elEconomista

Revista mensual

14 de julio de 2016 | Nº 37

Seguridad vial: ¿cómo afectan a la conducción los problemas físicos y de salud? | P26

Las compañías lanzan pólizas a medida para cada tipo de profesional o empresa | P34

CONTROLAR LA SALUD A GOLPE DE TECNOLOGÍA YA ES POSIBLE

El avance de la telemedicina es imparable y en dos años podremos disfrutar ya de consultas virtuales | P8



4. ¿Sabía qué...? Historia y leyenda del primer seguro de coche

Varias compañías se disputan el tener la primera póliza de seguros de un vehículo a motor

17. Contratar un seguro... Motos: claves para aseguradas

Siga estos consejos para encontrar el seguro más adecuado para su vehículo de dos ruedas

18. Consejos útiles Cómo evitar las fugas de agua en el hogar

Los expertos de Reparalia nos indican el mantenimiento correcto de las instalaciones de fontanería

30. RSC Así son los mecenas del siglo XXI

El sector asegurador desarrolla una importante labor de mecenazgo cultural y artístico

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

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

Reportaje Controlar la salud a golpe de tecnología

Los dispositivos inteligentes son capaces de medir las constantes vitales y en futuro podrán conectarse con las consultas médicas



8



26

Motor Problemas físicos que afectan a la conducción

Tomar ciertos medicamentos o algunas dolencias pueden ser incompatibles con la seguridad al volante de un vehículo

Entrevista Raquel Rampérez, directora general de Purísima Seguros

"Hay interés en el ramo de decesos porque todavía deja margen"



20



28

Ahorro y jubilación ¿Está protegido ante una posible dependencia?

Sólo uno de cada cuatro españoles cuentan con un seguro que cubra la pérdida de ingresos por una incapacidad laboral



La digitalización de la salud es imparable

Si usted es un amante de la tecnología está de enhorabuena. Teléfonos inteligentes, tabletas y dispositivos cuantificadores de la actividad han llegado a nuestra vida para quedar y jugar un papel fundamental en cómo concebimos y cuidamos nuestra salud. La digitalización de la salud y la atención sanitaria es imparable, y aunque en España aún está dando los primeros pasos, los profesionales de la salud estiman que en pocos años podremos pasar consulta de forma virtual o compartir nuestras constantes vitales con el médico de cabecera.

Consultas a golpe de clic, mayor y mejor control de las patologías crónicas, y ahorro en costes. AXA Assistance calcula que los sistemas de monitorización remota de la salud pueden ayudar a reducir los costes sanitarios entre un diez y un 20 por ciento, al disminuir las visitas médicas y las hospitalizaciones.

Los facultativos repiten hasta la saciedad que el mejor tratamiento es la prevención, y gracias a estos sistemas de medición remota de parámetros como la glucosa, la tensión arterial o el ritmo cardiaco, los pacientes se implican más en el cuidado y el control de sus enfermedades.

Esto es precisamente lo que analizamos en nuestro reportaje de portada, así como los proyectos que están desarrollando algunos hospitales del Sistema Nacional de Salud y qué papel está jugando el sector asegurador en el desarrollo de sistemas de interconexión médico-paciente y las últimas plataformas ideadas para fomentar los hábitos saludables entre los asegurados.

Seguimos centrados en la salud. Analizamos cómo influyen los problemas físicos y diferentes patologías a la hora de ponerse al volante de un vehículo. Y nos centramos en el grado de protección de los españoles ante la disminución de ingresos que podría suponer una incapacidad permanente provocada por un accidente o una enfermedad.

Ahondamos en el interés que se ha despertado en el seguro español por el ramo de decesos con Raquel Rampérez, directora general de Purísima Seguros, una de las compañías de decesos más antiguas del mercado.

Y como estamos a un paso de las vacaciones, en esta edición de julio les ofrecemos consejos útiles para pasar los rigores del verano de la mejor manera. Esperamos que disfruten de ella. *elEconomista Seguros* volverá con ustedes el jueves 8 de septiembre, feliz lectura.

Los sistemas de control remoto de la salud pueden reducir entre un diez y un 20 por ciento el coste sanitario porque disminuyen el número de las visitas presenciales a las consultas y previenen buena parte de las hospitalizaciones



GETTY

HISTORIA Y LEYENDA DEL PRIMER SEGURO DE COCHE

A finales del siglo XIX un invento revolucionó la forma en la que nos desplazamos de un lugar a otro. El coche irrumpió tímidamente en las calles de las ciudades, pero siempre acompañado por la protección del seguro

DIEGO FERNÁNDEZ TORREALBA

Metámonos de nuevo en esta sección en nuestra máquina del tiempo particular para viajar más de un siglo atrás. Retrocedemos en el tiempo para presenciar el nacimiento del primer seguro para un coche a motor, y al igual que tantas veces que nos remontamos muchos años atrás los datos no son del todo fiables y la realidad se mezcla con la leyenda. El primer seguro para coches tiene más de un padre,

pero en lo que sí existe coincidencia es en el marco temporal en el que se produjo: la última década del siglo XIX.

Los seguros para coches... de caballos ya estaban instaurados desde hacía varias décadas, desde que a principios de aquél siglo, en 1821, el Prefecto de París tuviera la idea de crear un fondo común con aportaciones de los cocheros para hacer frente a hipotéticos daños a terceros y a las multas. La idea prosperó y muy poco después, en 1825, se creó en

nuestro país vecino La Automedon, una sociedad que tenía como objetivo cubrir la responsabilidad civil de los conductores. Los seguros en este ámbito fueron ganando más y más relevancia y se comenzaron a extender por el orbe.

Pasó medio siglo hasta que llegó uno de los grandes inventos de la historia de la humanidad: el automóvil, que Karl Benz registró en la oficina de patentes de Berlín en 1886. Tras ese genial invento y al comenzar su comercialización los seguros, como sucede ahora, supieron ir con los tiempos y no tardaron en reaccionar.

Pese a que Reino Unido reivindica que en 1895 ya se creó en su país una póliza exclusiva para autos, el primer seguro de coches que fue registrado tuvo lugar en Estados Unidos el 1 de febrero de 1898. Entonces los motorizados eran un lujo exótico, tanto que todavía se experimentaba con motores a vapor.

La compañía que según la mayoría de las fuentes se apuntó el tanto de proporcionar el primer seguro a un coche -algo que también discute el estado de Ohio, que defiende que lo había creado un año antes- fue Travellers Insurance, adaptando las condiciones a las normas de las pólizas de aquella época, las referentes a los vehículos tirados por caballos, a la nueva tecnología. Por su parte, el primer comprador de un seguro de coche fue Truman J. Martin, un doctor residente en Buffalo, Nueva York, que pagó 12,25 dólares para así cubrir su automóvil hasta una cantidad de 5.000 dólares.

En cuanto a las curiosidades, sin duda la más llamativa es el hecho de que el vehículo no estaba asegurado contra el choque con otros coches a motor, ya que éstos eran tan raros de ver que no era un riesgo que se considerara. La póliza, eso sí, cubría accidentes como los provocados por una colisión contra un coche de caballos o un jinete, algo mucho más probable en aquella época.

Con el paso del tiempo y la consolidación, tanto en el mercado como en la carretera, de los medios de transporte motorizados, los seguros de automóviles fueron renovándose y reinventándose hasta convertirse en un compañero inseparable de los millones de vehículos que hoy en día circulan por las carreteras de todo el planeta.

Ocaso Seguros supera los 900 millones de euros en primas en 2015

Ocaso Seguros se ha consolidado en el mercado asegurador español como un referente en el seguro de Decesos. Fundada en 1920 por Ramón D'Ortega y Hervella, la compañía aseguradora se ha mantenido siempre independiente de cualquier grupo bancario o financiero. En 1988 Ocaso se convierte en la primera compañía aseguradora española autorizada para trabajar el seguro directo en Reino Unido. A punto de cumplir cien años desde su fundación, la compañía que preside Isabel Castelo D'Ortega ha ido diversificando los ramos que comercializa hasta convertirse en la decimoquinta compañía del sector asegurador por volumen de primas. De acuerdo con los datos de Investigación Cooperativa entre Entidades Aseguradoras (Icea) al cierre del pasado ejercicio la compañía registró un volumen de facturación de 908,3 millones de euros, un 1,46 por ciento más que un año antes. La cuota de mercado de la compañía en el mercado español ascendía al 1,60 por ciento en 2015.

■ Año de fundación:

1920

■ Sede social:

Calle Princesa, 23. Madrid

■ Número de empleados totales:

Más de 30.000 empleados, agentes y colaboradores (según consta en su página web)

■ Distribución por género:

Mujeres: datos no disponibles



Oficina de Ocaso en Madrid. MARCOS REBOLLO



Hombres: datos no disponibles

■ Distribución en puestos directivos y mandos intermedios:

Mujeres: datos no disponibles

Hombres: datos no disponibles

■ Incorporaciones a la plantilla en 2015 (o último dato disponible):

Datos no disponibles

■ Ramos en los que opera:

Decesos, viajes, hogar, ahorro inversión, ahorro jubilación, vida, accidentes, comunidades, pyme, comercio, ocio y animales

■ Volumen de primas:

908,3 millones de euros al cierre de 2015 (según los datos de Icea)

■ Cuota de mercado:

1,60 por ciento al cierre de 2015 (según los datos de Icea)

■ Número de oficinas:

Más de 400 oficinas en España y Reino Unido

■ Página web:

<http://www.ocaso.es/>

■ Perfiles en redes sociales:

La compañía no tiene presencia en redes sociales

■ Canales de venta:

Oficinas propias y agencias

■ Contacto (Clientes):

900 32 00 32

■ Presidente:

Isabel Castelo D'Ortega

CUIDADO DE LA SALUD

GENERALI LANZA 'VITALITY', UN PROGRAMA DE SALUD 'ONLINE'

Su objetivo del grupo asegurador italiano es animar y recompensar el comportamiento saludable de los clientes que buscan un estilo de vida sano

REDACCIÓN

Generali ha lanzado al mercado *Generali Vitality*, un programa de salud y bienestar diseñado para animar y recompensar el comportamiento saludable de los clientes que buscan un estilo de vida sano. La compañía tiene los derechos exclusivos en Europa de este programa, que está disponible para los clientes de Alemania desde el 1 de julio.

La compañía explica que Vitality se ofrecerá a los clientes germanos que contraten seguros de vida y de incapacidad laboral, como una cobertura opcional dentro de sus pólizas. A través de un programa digital *Simple and Smart* se motivará a los clientes a conseguir sus objetivos de bienestar y a tomar decisiones saludables para llevar un mejor estilo de vida.

Philippe Donnet, CEO del grupo asegurador, ha señalado a este respecto que "las aseguradoras desempeñan un papel esencial a la hora de proteger a sus clientes cuando las cosas no van bien, pero en Generali creemos que la prevención es un aspecto igual de importante en su vida. El programa tiene como objetivo motivarles a



L. LENZ

que tengan una vida mejor y tomen decisiones saludables que les aporten valor, para ellos y para la sociedad en general".

Asesoramiento en la red

El grupo asegurador italiano explica en un comunicado que con Generali Vitality los propios clientes definen sus objetivos saludables de forma personalizada, adaptados a su propia situación y mediante un asesoramiento *online*.



EE

AHORRO E INVERSIÓN

NUEVA EMISIÓN DE 'MAXIPLAN RENTABILIDAD'

Santalucía lanza una nueva emisión de su producto de ahorro e inversión referenciado a valores del Ibex35

REDACCIÓN

Santalucía, la aseguradora especialista en protección familiar, acaba de lanzar al mercado una nueva emisión de su seguro *MaxiPlan Rentabilidad Estructurada* que tendrá una duración de cinco años, aunque presenta cambios en el diseño del seguro.

La nueva emisión de *MaxiPlan Rentabilidad Estructurada* está referenciado a los valores de los títulos de Iberdrola, Repsol, Santander y Telefónica.

Santalucía explica en un comunicado que el precio de referencia Inicial (PRI) se

establecerá en función de la cotización de dichos títulos a 30 de septiembre de 2016.

Disponible hasta septiembre

La emisión tendrá una vigencia de contratación de tres meses, desde el 1 de julio hasta el 30 de septiembre de 2016, o hasta agotar la emisión si esto último sucede antes. Y como principal novedad, Santalucía establece que no existirán los períodos de observación del segundo y quinto año, sino que habrá un tipo de cupón fijo y otro variable anualmente.

El interés de cada uno de los cupones dependerá del valor de las acciones (comparado con el PRI) en determinada fecha según se prevé en el contrato.

La compañía aseguradora que dirige Andrés Romero explica en un comunicado que en esta ocasión se ofrecerá también al cliente la posibilidad de contratar este producto de forma independiente, sin combinar con el *MaxiPlan Inversión Depósito Flexible*, como se hacía en anteriores emisiones de este producto de inversión.

PLANES ME JUBILHARÉ

Sueña hoy
lo que quieres
vivir mañana.

Llévate por
tu traspaso
hasta un
3%^(*)



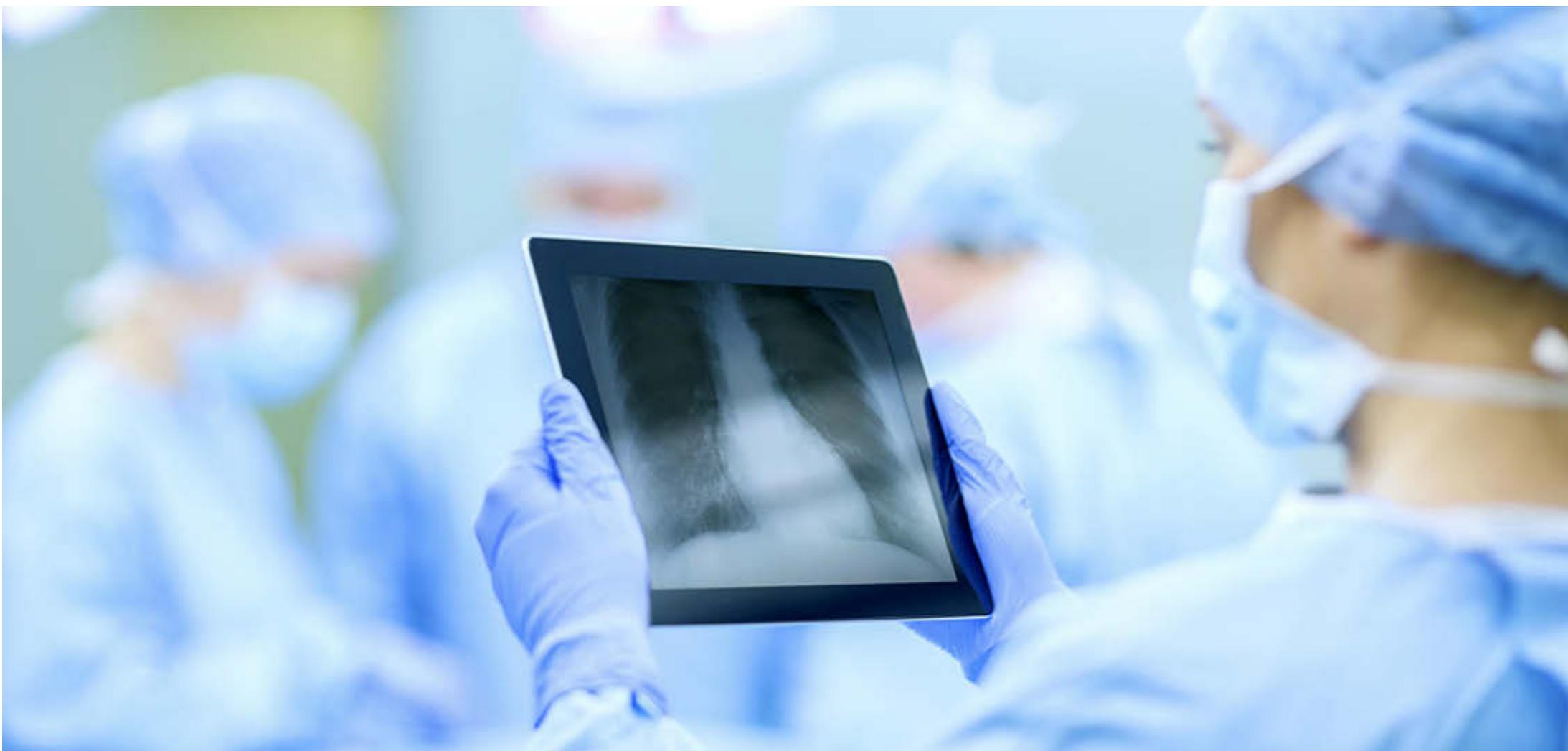
**CUANDO TE JUBILES,
HACER COSAS SERÁ LO QUE TE MANTENGA JOVEN.**

GENERALI te ofrece los planes ME JUBILHARÉ porque te mereces una jubilación a la medida de tus sueños.

Hasta el 31 de julio de 2016. Ver bases de Campaña en www.generali.es

^(*) Importe bruto máximo de incentivo de 4.000€ por NIF para incentivos a ingresar como aportaciones a pólizas de GENERALI.

GENERALI España S.A. de Seguros y Reaseguros y Santander Securities Services S.A. son la Entidad Promotora y Gestora y la Entidad Depositaria de los Planes de Pensiones del Sistema Individual, respectivamente.



ISTOCK

CONTROLAR LA SALUD A GOLPE DE TECNOLOGÍA

¿Se imagina pasar consulta con su médico de cabecera por internet o que éste sea capaz de controlar sus constantes vitales a distancia? No es ciencia ficción, será posible a medio plazo

VIRGINIA M. ZAMARREÑO

Son las ocho de la mañana. Después de desayunar y de completar todo el ritual de puesta a punto, es hora de salir de casa rumbo al trabajo. Suena un pitido y el reloj vibra. Avisa de que es hora de ponerse en pie. El dispositivo que lleva usted en la muñeca hasta le dice cuántas horas ha dormido y la calidad de ese sueño que esperamos que haya sido reparador. ¿Ciencia ficción? No, es la realidad. Hemos atravesado el ecuador de 2016 y estamos rodeados de dispositivos que miden nuestros pasos, las calorías que consumimos, las horas que descansamos y nuestro ritmo cardiaco.

Muy pronto estas pulseras y relojes inteligentes dispondrán de sensores capaces de medir la variación de la glucosa en sangre o la presión arterial. Para muchos profesionales de la salud, la tecnología se va a convertir en un aliado perfecto para controlar las enfermedades crónicas más comunes, como la diabetes, la hipertensión o la hipercolesterolemia.

Es el caso de Carlos Matabuena, médico de urgencias y emergencias de la Consejería de Salud de la Junta de Andalucía, que está convencido que la salud vivirá una “pequeña revolución a través de los *gadgets*”. Y augura que en los próximos “dos o tres años” podremos llevar dispositivos que permitan controlar parámetros como la glucosa o incluso la tensión.

Insistimos en que no es ciencia ficción, ni el deseo de un apasionado de la tecnología, como es el caso del doctor Matabuena. “La verdadera revolución ha venido por los dispositivos móviles y las aplicaciones especializadas que han lanzado compañías como Apple o las versiones de Android”, explica, y añade que “el verdadero impulso lo dará Apple con el lanzamiento de su próxima versión del sistema operativo iOS, que dicen que va a dar una importancia radical a la aplicación de salud y a sus capacidades”.

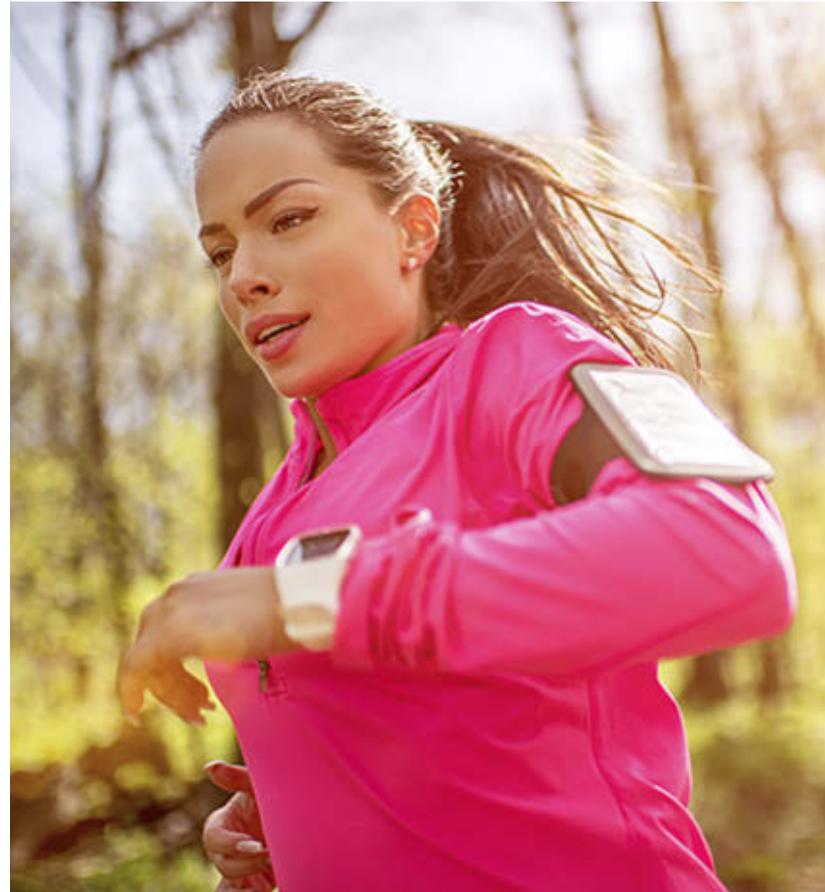
La aplicación desarrollada por Apple permite al usuario controlar numerosos parámetros de actividad física y salud, así como cerrar una ficha con sus principales datos médicos y llamar a los servicios de emergencia del país correspondiente con un solo toque de pantalla. Los usuarios de su reloj inteligente, el *Apple watch*, pueden además controlar su actividad física y su ritmo cardíaco. Hasta el punto de tener un pequeño *chivato* si pasan más tiempo del recomendado sentados.

Como adelanto de la nueva versión de estas aplicaciones, se espera que los de Cupertino añadan la opción de inscribirse como donantes de órganos desde su propia aplicación, que estaría conectada al organismo correspondiente de donación de órganos. De momento, esta innovación sólo estaría disponible en EEUU y habrá que esperar al otoño para saber si finalmente lo implementan en la próxima versión de su sistema operativo.

Consultas conectadas y control de los pacientes crónicos

Aunque todavía es pronto, Carlos Matabuena cree que el futuro de la medicina pasa por la conexión de las consultas con los pacientes. En un futuro que el doctor confía no sea muy lejano, nuestro médico de cabecera podrá controlar las constantes vitales de determinados pacientes a distancia, para lograr un seguimiento más eficaz de sus patologías.

Para que eso llegue aún habrá que esperar, porque, como recuerda el



ISTOCK

médico de urgencias y emergencias andaluz, “el sistema de salud público no está aun completamente conectado, recuerda que cada Comunidad Autónoma tiene competencia en la gestión de la sanidad y nos encontramos con 17 sistemas diferentes, pero estoy convencido de que llegará, el primer paso será contar con bases de datos comunes y logran la interconexión necesaria para impulsar estas iniciativas”.

Poder controlar a distancia a los pacientes crónicos tendría muchas ventajas. Tanto para los pacientes como para el sistema sanitario. El coste medio del tratamiento de los pacientes con diabetes oscila entre los mil y los seis mil euros por paciente en España, de acuerdo con los datos de la coordinadora científica de la Estrategia Nacional en Diabetes del Sistema Nacional de Salud (SNS). Esta enfermedad afecta al 14 por ciento de la población en España y a más de 366 millones de personas en todo el

¿Qué papel juega el sector asegurador?

■ **Healthlook de AXA Assistance**
España es uno de los países pioneros en la gestión de la salud digital, con un marco legal a favor de la prescripción electrónica y de la asistencia médica remota. AXA Assistance ha desarrollado un gestor de salud digital integral: Healthlook, que permite tanto la telemonitorización de los pacientes, como la realización de consultas médicas dirigidas y es especialmente eficiente en la monitorización de pacientes con enfermedades crónicas que requieren de un control diario.

■ **Potenciar la prevención**
Otras compañías, como AXA, Aviva o Generali, disponen de programas virtuales de fomento de hábitos de vida saludables. AXA lanzó Healthkeeper, una plataforma que premia los buenos hábitos de salud de los usuarios. Algo parecido ha hecho Aviva con el lanzamiento desde España de la plataforma Aviva Vital, una iniciativa que acompaña a los asegurados de vida de la compañía en su tarea de ponerse en forma o mejorar su salud. La última iniciativa de este tipo lanzada al mercado es Generali Vitality, una plataforma que de momento sólo está disponible para los asegurados del grupo en Alemania.

mundo. Y sus complicaciones tienen graves consecuencias.

Los primeros pasos para controlar a distancia a los pacientes diabéticos ya se han dado. Una empresa norteamericana sin ánimo de lucro, Nightscout, ha creado un *software* capaz de consultar a través de internet los datos del medidor continuo de glucosa de personas con diabetes sin necesidad de estar a su lado. Lo publicó en España la Fundación para la Diabetes.

Las nuevas tecnologías ayudan también a agilizar las consultas con los especialistas. Es el caso del Hospital de la Candelaria de Tenerife. El doctor Ricardo Darias, del Servicio de Endocrinología de este centro médico, presentó el pasado mes de abril en el XXVII Congreso de la Sociedad española de Diabetes la experiencia desarrollada en Canarias con una consulta virtual para personas con problemas endocrinológicos.

Este proyecto arrancó hace ocho años, ante las carencias evidenciadas en el manejo de las personas con diabetes y la relación entre Atención Especializada y Atención Primaria, que provocaban importantes retrasos, listas de espera y demoras en la transmisión de información clínica de los pacientes.

Tal y como explicó el doctor Darias, “se optó por crear la figura del consultor virtual, es decir, un endocrinólogo online al servicio de los profesionales de Atención Primaria, con el objeto de resolverles dudas -de diabetes o de otros trastornos endocrinos- y agilizar procesos de derivación al especialista”. En concreto, se ha establecido un servicio de interconsulta *online*, de manera que los profesionales de Atención Primaria adscritos al área Sur de Tenerife remiten sus preguntas sobre casos concretos suyos a este consultorio virtual -atendido por varios endocrinólogos-, y reciben una respuesta antes de 24 horas.

Este sistema de consulta interconectada ha permitido reducir de forma drástica las listas de espera: “se ha pasado de una lista de espera superior a los 6 meses de media a no tener actualmente lista de espera para Endocrinología. Además, “los pacientes se muestran especialmente satisfechos con este sistema”.

El caso de Andalucía

Este no es el único proyecto que utiliza las nuevas tecnologías para conectar las consultas y agilizar la atención de los pacientes. Carlos Matabuena recuerda que la Consejería de Salud de la Junta de Andalucía ha puesto en marcha algunos proyectos, como los desarrollados por la Escuela del



ISTOCK

6.000
El coste medio del
tratamiento de los
pacientes diabéticos
oscila entre mil y
6.000 euros

Paciente de Andalucía, que desarrolla programas específicos para pacientes con diabetes, hipertensión o fibromialgia.

Además, Andalucía es la primera región que cuenta con historia clínica digitalizada y una amplia colección de aplicaciones para dispositivos móviles que han tenido una gran acogida entre los pacientes, como la de Cita Previa o Salud Responde. “Aún no tenemos pacientes interconectados con las consultas, pero en dos o tres años estoy convencido de que vamos a tenerlo, que se aprovechará todo el potencial de las tecnologías de la información para mejorar la atención al paciente”.

Las nuevas tecnologías han permitido mejorar la salud de la población mejorando las técnicas de atención al paciente, los tratamientos y hasta impulsando nuevas técnicas quirúrgicas. Ahora le toca el turno a los pacientes, que tendrán que implicarse en el uso de dispositivos que les permitan tener un mayor control sobre su salud y el día a día de su enfermedad.

¿POR QUÉ VALE TANTO UNA MARCA?

Estamos hartos de oír en diferentes medios de comunicación que si una marca vale mucho, que si tal marca ha comprado otra enseña por una cifra millonaria, que si tal marca es la más valiosa del mundo, etc. ¿Qué es lo que hace que una marca valga mucho más que otra?

CARMEN FARELO

Pero, ¿por qué son tan importantes las marcas? ¿Por qué vale tanto una marca? ¿Qué es lo que hace que una marca valga mucho más que otra? ¿Qué es el valor de marca? La respuesta es muy simple: la culpa la tienes usted, querido consumidor. Y no es solo porque compre habitualmente la misma marca. Eso también influye pero no determina el valor final de una marca.

Es por lo que la quiera, valore o le atraiga esa marca sobre otras competidoras. En definitiva, lo que incrementa el valor de una marca es el valor emocional que tiene para usted esa marca. Por ejemplo, lo que pretende que la gente piense de usted cuando se pones una determinada prenda, cuando conduce una determinada marca de coche o usa un modelo de móvil con una manzana como logotipo.

Eso las compañías lo saben y por eso apelan constantemente a sus emociones, para determinar su preferencia por una marca.

Vamos a ver algunos ejemplos para que comprenda mejor lo que quiero decir.

Ejemplo 1: hace muchos años Ford pagó 2.500 millones de dólares por la compra de Jaguar - segmento de lujo en el cual Ford no estaba presente y donde jamás podría haber triunfado con su marca de utilitarios populares-. En la valoración de la compra se tuvo en cuenta muchos factores: fábricas, concesionarios, ventas, etc. -es decir el valor de los activos- y

el valor de la marca -llamado valor intangible-. Pues bien, el valor de los activos se cifró en 400 millones de dólares mientras que la marca -representada por ese jaguar que llevan todos sus coches en la parte delantera- se estimó en ¡2.100 millones de dólares!

Vamos con un ejemplo más próximo a nosotros, de una marca emblemática en nuestro país. ¿Quién no conoce o ha chupado un Chupa Chups? En el año 2006 la familia catalana Bernat vendió su marca a la empresa italiana Perfetti Van Melle, una de las compañías de confitería más importantes del mundo, por ¡400 millones de euros!

¿Cuatrocientos millones de euros por un caramelo con un palo? ¿No era más barato montar una fábrica para producir algo parecido? La explicación no es, de nuevo, el valor material de la fábrica o las ventas. Lo importante es el valor de la marca. Por eso es más barato comprar una marca ya consolidada que crear una nueva.

En definitiva, es su aprecio o cariño por las marcas lo que determina su valor.

Un caso más reciente, que se estudia en las universidades, es Apple. No es el diseño de sus productos o su tecnología lo



REUTERS

que hace que sea, probablemente, la marca más valiosa del mundo. Es la valoración que de ella hacen sus fans -es casi como una religión- lo que la convierte en una marca tan deseada.

Por eso la marca es el activo más valioso de las compañías. Y termino con una pregunta: Si una bomba destruyera todas las fábricas de Coca Cola del mundo ¿renacería Coca Cola?

PROTEGIDOS Y SEGUROS **MÁS ALLÁ DE LA APARIENCIA**

Las compañías protegen el patrimonio y las personas más allá de las pólizas. El sector ha desarrollado una fuerte actividad de RSC para devolver a la sociedad parte del beneficio que obtiene de ella

REDACCIÓN

El principal cometido del sector asegurador es proteger a las personas y lo que más les importa. Esto supone un amplio abanico de necesidades que van desde los bienes materiales hasta la tranquilidad y seguridad financiera de las familias. A lo largo de la historia, el seguro ha respaldado el desarrollo de la sociedad. Ha contribuido al avance de la ciencia, la innovación y la tecnología, propiciando el comercio internacional y hasta el descubrimiento de nuevos mundos.

Ese respaldo se ha mantenido intacto hasta nuestros días, gracias a la solidez y solvencia de un sector que ha sido capaz de superar los años más duros de la crisis económica respondiendo a los compromisos adquiridos con sus asegurados. Un compromiso que va más allá de la mera atención en caso de siniestro o el abono de indemnizaciones. Las compañías aseguradoras han demostrado su apuesta por



El sector potencia su papel protector de la sociedad. ISTOCK

centrar la estrategia en sus asegurados, dando respuesta a necesidades reales, mejorando de forma permanente la experiencia del cliente y marcando tendencia para otros sectores. Su papel de protección de la sociedad se ha trasladado también a los sectores menos favorecidos de la sociedad. La labor de prevención del riesgo y la protección de los colectivos en riesgo de exclusión social se ha convertido en uno de los ejes fundamentales de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) de una industria que ha hecho de la confianza y la solidez sus señas de identidad.

Para el seguro, la RSC forma parte de su manera de concebir el negocio, y está presente en el diseño de nuevos productos, tratando de adelantarse a las necesidades de la sociedad. Más allá, estas acciones sociales son una forma de devolver a la sociedad una parte de lo que reciben de ella. Las compañías canalizan esta actividad a través de muchas iniciativas. Una de ellas es impulsar el deporte y los hábitos de

vida saludables, especialmente entre las compañías que centran su actividad en la protección de las personas. Es el caso de MetLife, compañía especialista en seguros de vida, que desarrolla una amplia actividad de RSC centrada fundamentalmente en la educación para fomentar la inclusión financiera y el desarrollo de actividades deportivas que apoyen la integración de las personas con diferentes capacidades. Un ejemplo es el patrocinio de la carrera con fines solidarios *15 km MetLife Madrid Activa*, que celebró su segunda edición el pasado 3 de julio. Se trata de la primera carrera de 15km de la capital y cuya recaudación se destina a la investigación del Trastorno de Déficit de Atención e Hiperactividad (TDAH) junto a la Fundación Educación Activa y el Hospital Ramón y Cajal. Para MetLife, el patrocinio de esta carrera es una apuesta por la inclusión, la vida saludable y los valores ligados al deporte como el trabajo en equipo o el afán de superación.

15KM METLIFE MADRID ACTIVA

La carrera que apoya a la
Fundación Activa en la lucha
Contra el Trastorno de Déficit de
Atención e Hiperactividad (TDAH)

MetLife®



SEGUROS
DE LO QUE
IMPORTA
MetLife

segurosdeloqueimporta.es



METLIFE EUROPE LIMITED, Sucursal en España es una Compañía del Grupo MetLife.
© 2016 MetLife, Inc. Todos los derechos reservados.

MUTUA QUIERE SACAR PARTIDO DE SU POLÍTICA DE CONGELACIÓN DE TARIFAS

La aseguradora lanza una nueva campaña de seguros de auto en la que se compromete a mejorar la prima a asegurados de otras compañías, sea cual sea la cantidad

EL ECONOMISTA

Mutua Madrileña ha iniciado una nueva campaña tendente a aprovechar la política de congelación de tarifas, que viene aplicando desde hace cuatro años a buena parte de su cartera, con un objetivo claro: poder captar nuevos asegurados.

En concreto, Mutua mejora el precio de renovación de la póliza a todos aquellos clientes a los que su actual compañía les ha anunciado una subida de la prima o consideran que su precio no es competitivo.

Con el mensaje central "Si te han subido tu seguro de coche, llámanos y te lo bajamos", la aseguradora pone énfasis en su capacidad para ofrecer un precio competitivo, a lo que se une la gran batería de servicios diferenciales que ofrece frente a otras entidades.

A la campaña pueden acogerse todos aquellos asegurados en otras compañías a los que, en el momento de la renovación, su actual



aseguradora les haya informado de un incremento en el precio de su seguro o no estén satisfechos con el mismo. Mutua Madrileña se compromete a mejorar la prima, sea cual sea la cantidad.

Servicio diferencial

Mutua Madrileña confirma con esta campaña su compromiso de ofrecer servicios imbatibles a precios contenidos. Pese al diferente y más complejo entorno en el que se mueve el seguro de auto en la actualidad, marcado, entre otros factores, por la entrada en vigor de nuevas normativas -*Solvencia II* y el nuevo baremo de daños personales-, Mutua Madrileña congelará o bajará la prima de su seguro de auto a dos tercios de sus asegurados este año, en torno a un millón de personas. 2016 se convierte, de este modo, en el cuarto año en el que la compañía aplica una congelación de tarifas a dos tercios de su cartera.

Igualmente, la aseguradora continúa reforzando su ya amplio paquete de servicios diferenciales y exclusivos, entre los que destacan algunos como el recambio de piezas originales, la libre elección de taller, la gestión de multas y otras gestiones administrativas, la peritación 24 horas, etc.

El amplio paquete de servicios que ofrece Mutua en sus pólizas de auto pone de manifiesto la filosofía de la aseguradora, centrada en ofrecer las mejores y más completas garantías del mercado. En este sentido, la aseguradora es claramente diferencial en el ámbito del seguro de auto a todo riesgo, compuesto por coberturas de alto valor añadido.

Exclusividad en ‘Todo Riesgo’

El producto *Todo Riesgo Plus* de Mutua, por ejemplo, cuenta con servicios exclusivos como el de traslado para pasar la ITV o abogado de referencia. Respecto al primero, Mutua pone a disposición de sus mutualistas un chófer o servicio de grúa que se encarga de llevar el vehículo del asegurado a pasar la ITV (Inspección Técnica de Vehículos) en la fecha acordada. El chófer o grúa le devolverá el coche en el lugar pactado, una vez realizada la revisión.

Respecto al servicio de abogado de referencia, Mutua ofrece a sus mutualistas con un seguro *Todo Riesgo Plus* un abogado de referencia para asesorarles en temas personales y familiares. Otros servicios claramente diferenciales incluidos en esta póliza son el de asistencia en viaje ampliada en todo el mundo para el asegurado, cónyuge, ascendientes o descendientes, la renovación gratuita del carné de conducir o el *Servicio Manitas Auto*, gracias al cual un profesional se traslada gratuitamente al domicilio del asegurado para realizar pequeñas operaciones de mantenimiento del automóvil.



“A mí no” o “Por qué a mí”

Para dar a conocer su nueva promoción, Mutua Madrileña ha creado una nueva campaña de publicidad, con varios spots que se emitirán a lo largo de todo el verano. Cuenta, en concreto, con dos bloques de anuncios con dos posicionamientos diferentes: “A mí no” y “Por qué a mí”.

En el primer caso, se presenta a un asegurado de Mutua al que no le ha subido la póliza de su seguro de auto este año.

En un segundo bloque de anuncios -bajo el lema “Por qué a mí”-, se muestran situaciones de distintos asegurados a los que su aseguradora actual les informa de una subida en la prima de su póliza, pese a tener buenos perfiles: buen conductor, sin siniestralidad, asegurado de toda la vida y muy vinculado a la compañía.

En ambos casos, tras la presentación inicial se expone el mensaje central de la campaña: “Si este año te han subido el precio del seguro de tu coche, vente a la Mutua y, sea cual sea, te lo bajamos”.

Los seguros se podrán contratar a través de la web de Mutua www.mutua.es o en el teléfono 902 333 333.

DISFRUTAR Y AHORRAR EN VACACIONES ES POSIBLE

Todo el año esperando y aquí están. Las ansiadas vacaciones. Una semanita sabe a gloria, más días ya no digamos. Y como siempre, empieza la búsqueda de trucos para no gastar de más ni disfrutar de menos del merecido descanso: ahorrar es posible

CARMEN LANCHO

Sí. También en vacaciones. Ahorrar es posible. Y la mejor manera de gastar menos es viajar fuera de temporada alta. Pero esta opción solo está reservada a unos pocos elegidos. Lo más habitual es disfrutar del grueso de las

vacaciones en los meses de verano. Si es de los que no tiene más remedio que disfrutar sus vacaciones en temporada alta, le ofrecemos una serie de consejos para que pueda disfrutar de sus días de descanso sin hacer sufrir demasiado a la cartera.

A la hora de viajar procure evitar salir los fines de semana. En especial si viaja en coche para evitar atascos, ya que supone un gasto en tiempo y carburante. Si su destino le obliga a coger un avión, seguramente encontrará mejores



precios si viaja entre semana en vez de trasladarse en fin de semana. Facture su equipaje con tiempo y revise las normas sobre equipajes de la línea aérea con la que viaje, ya que un error puede costarle dinero.

Si es flexible en las fechas de sus salidas quizá también pueda ser flexible a la hora de elegir destino. Evite los lugares de moda y ahorre descubriendo nuevos sitios.

Ventajas del consumo colaborativo

Apúntese al *carsharing*. Esta es una opción que cada vez gana más adeptos. Y no solo eso. Le resultará muy cómoda si no tiene coche en su destino y lo necesita para moverse y descubrir enclaves nuevos. Otra opción es alquilar con tiempo un coche con alguna empresa especializada. La antelación es la clave para ahorrar: busque ofertas o contrate *online*. Pero no lo deje para muy tarde, porque los coches que se alquilan antes son los más económicos.

Una vez elegido su destino, procure informarse de todo lo que puede hacer, ver y disfrutar allí. Tiene a su disposición un gran número de webs de viajeros que comparten sus experiencias y recomiendan, o no, los mejores sitios ya sean de restauración, compras u ocio. Los viajeros experimentados son una gran fuente de inspiración para ahorrar. Visite las webs de las distintas oficinas de turismo. En especial si viaja al extranjero. Encontrará información sobre actividades de ocio y cultura que le pueden salir gratis o sobre el cambio de moneda. Comprar las entradas *online* para visitar los museos más importantes del mundo puede ser una gran opción para ahorrar tiempo. El tiempo en vacaciones es oro.

¿Ha alquilado un apartamento? Compre en su ciudad de origen todos los productos no perecederos que pueda. Ahorrará mucho dinero.

Al preparar tus vacaciones verá que tiene a su disposición distintos tipos de seguros: de accidentes, para el coche de alquiler, de cancelación de viaje, etc. Lea detenidamente las coberturas que le ofrecen y piense que en vacaciones tenerlo todo cubierto le dará mucha tranquilidad. Se puede ahorrar dinero en caso de un imprevisto. Y todo ello por muy poco.

MOTOS: CLAVES PARA ASEGURARLAS

Cada vez es mayor el número de conductores que cuando llega el buen tiempo, deciden dejar aparcado el coche y realizar sus desplazamientos en moto. Los vehículos de dos ruedas ganan terreno en las ciudades y también precisan estar aseguradas para circular. ¿Conoce qué opciones ofrece el sector asegurador?

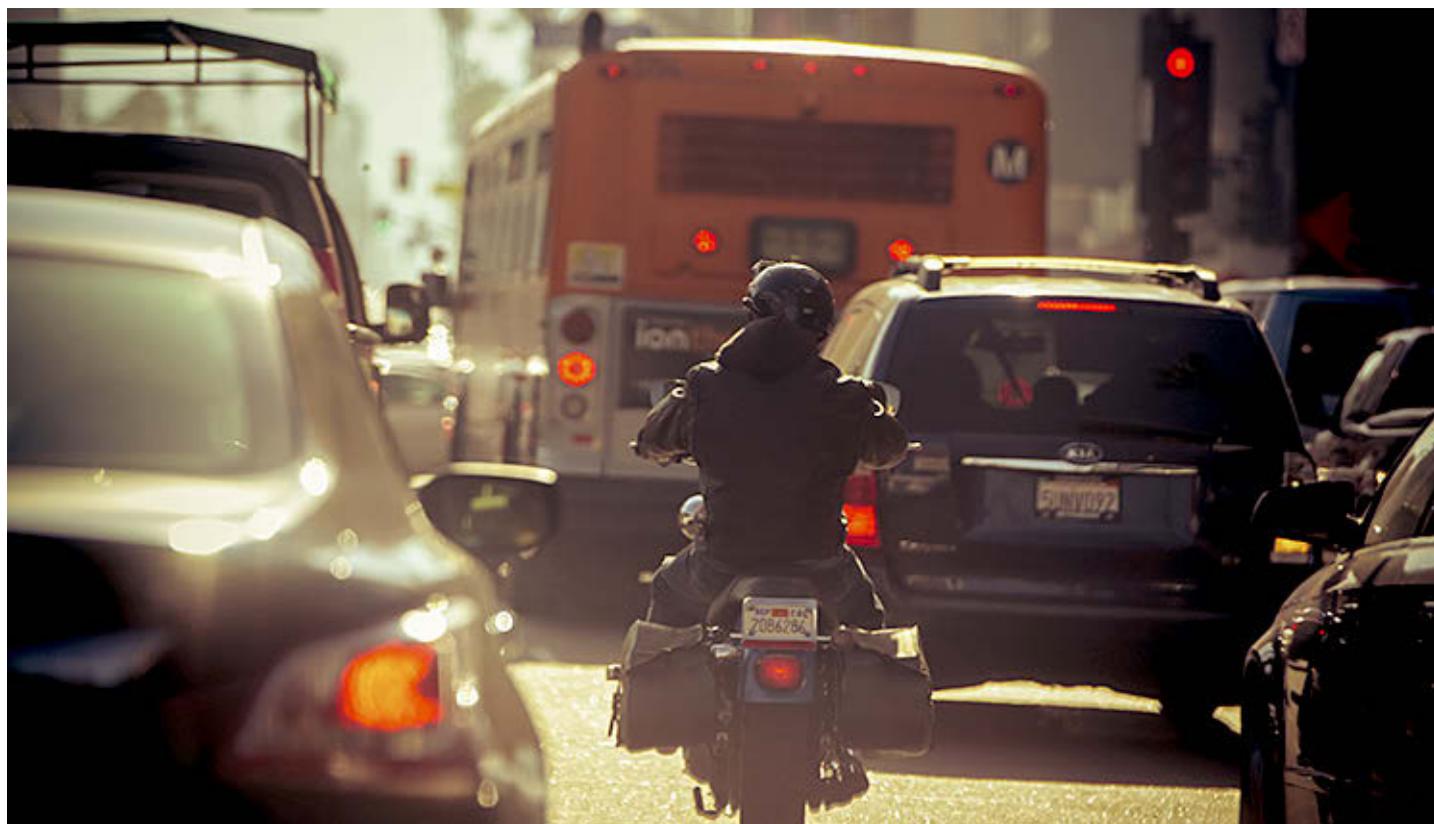
DIEGO FERNANDEZ TORREALBA

Todos los *móteros* que hay en España, que en nuestro país son legión, son conscientes de que junto a la compra de su vehículo de dos ruedas deben contratar su seguro correspondiente.

Vamos a ver en resumidas cuentas cómo es el mundo en el que confluyen ambos sectores y los factores principales a tener en cuenta a la hora de contratar un seguro de moto.

Básicamente podemos distinguir tres grandes modalidades de seguros de motocicleta en nuestro país, atendiendo a las coberturas que nos ofrecen: el seguro básico, el ampliado y el total o a todo riesgo, entre los que deberemos elegir. El básico cubre la responsabilidad civil obligatoria y los accidentes personales y suele permitir además disponer de servicios de asistencia en viaje y asistencia jurídica; el ampliado se hace cargo, además de lo ya citado, de eventualidades como un robo o un daño ocasionado por desastres naturales; y el todo riesgo ofrece cobertura ante prácticamente cualquier eventualidad y aporta numerosas garantías y servicios extra.

A la hora de hablar de este tipo de pólizas no podemos dejar de lado una cuestión importante: debemos decidir si queremos contratar una cobertura determinada con o sin franquicia. En el primero de los casos el seguro cubrirá lo que hayamos contratado hasta los límites que se acuerden, mientras que en el segundo supuesto el pago se realiza a medias: en caso de un determinado daño a la motocicleta la aseguradora únicamente se hace cargo del importe de los gastos que sobrepasan la cantidad elegida por el cliente -franquicia-, mientras que este deberá abonar un importe económico que



sea menor o igual a la cuantía fijada. Como es obvio, las coberturas franquiciadas resultan mucho más económicas dado que la protección que ofrecen ante las eventualidades es menor.

Por último hay que destacar también que los buenos conductores suelen tener una recompensa en forma de

beneficios económicos. Numerosas compañías aseguradoras, al igual que sucede en el caso de los seguros de coche, incentivan la trayectoria positiva de los conductores seguros, los que pasados los años no han sufrido ningún percance o accidente, mediante la aplicación de diversos descuentos y bonificaciones.

CÓMO EVITAR LAS FUGAS DE AGUA EN EL HOGAR

El agua es un bien escaso y muypreciado. Y en ocasiones no la cuidamos como debiéramos. Un grifo goteando supone la pérdida innecesaria de este tesoro y también de dinero. Evitarlo es sencillo

CARMEN LANCHO



El 22 de marzo se celebró el Día Mundial del Agua, que recuerda lo importante que es el agua, en especial el agua dulce, ya que es un bien muy escaso. La sequía es un problema que afecta a todos y deberíamos estar concienciados de la suerte que tenemos por el “simple” hecho de abrir un grifo y disfrutar de ella. Pero el agua puede suponer problemas y gastos, todos ellos evitables. Especialmente si de lo que se trata es de las instalaciones de fontanería de nuestros hogares.

Según los expertos de Reparalia, empresa especializada en cuidado del hogar y gestión integral de siniestros y reparaciones, un mantenimiento defectuoso en las instalaciones de fontanería de nuestro hogar puede suponer un coste importante. De media, calculan que la reparación de rotura de una tubería puede situarse en unos 240 euros y, en el caso de que los daños se produjeran en la canalización principal de la vivienda, la factura podría llegar a 3.000 euros. De ahí la importancia de realizar un buen mantenimiento en las instalaciones para evitar fugas. En términos prácticos, estos expertos calculan que tan sólo el goteo de un grifo provoca un gasto de agua de alrededor de 30 litros al día, lo que supone un gran impacto medioambiental.

Una avería muy común aunque difícil de detectar es la fuga en la cisterna del inodoro. Para detectarla existe un truco muy sencillo: depositar algún tipo de colorante en la cisterna. Si detectas algún rastro del mismo en la taza, será señal de que existe una filtración. Para solucionarla, pide la ayuda de un especialista porque puede llegar a suponer un gasto de unos 2.000 litros de agua al año.

Para detectar una posible fuga, revisar tus facturas del agua te pueden dar una idea. Comprueba que no haya un crecimiento inusual en el consumo de agua, será sinónimo de que algo no va bien y que hay una fuga en alguna parte. Si cree que puede tener una fuga en su vivienda cierre todos los grifos de casa y revise si el contador sigue girando. En caso afirmativo, acuda rápidamente a un profesional para que detecte la avería. Puede ver dónde está la fuga cerrando la llave de paso principal; sabrá si se encuentra entre ésta y el contador o en otra zona de la vivienda. Es importante que todos los miembros de la familia sepan dónde está la válvula de corte para el suministro del agua, de esta forma podrán cortar el paso rápidamente en caso necesario y evitar daños mayores.

Hay una serie de medidas que puede llevar a cabo hasta que el fontanero llegue a su casa para arreglar el problema. Antes de nada, corte la llave de

paso del agua y coloque un recipiente debajo del goteo o fuga, si es posible. Intente sellar la fuga. Si tiene algún tipo de cinta aislante impermeable, rodee y selle con ella la zona donde se ha originado la avería. Antes de usar este tipo de productos, lea bien las instrucciones.

Si no tiene ningún tipo de cinta aislante pero sí tiene jardín, una buena alternativa será utilizar un trozo de manguera de riego. Asegúrese de que la pieza sea más larga que la sección dañada de la tubería y corte longitudinalmente. Enróllela alrededor de la zona afectada y sujétela con una abrazadera. Aunque la fuga esté controlada, llame siempre a un fontanero. Porque la avería siempre irá a más si no se soluciona a tiempo.

Mejor prevenir

Una de las mejores maneras de evitar posibles problemas es prevenirlos. Y en el caso de las fugas de agua, revisar la presión del agua será una opción muy sencilla y eficaz. Una presión elevada en la instalación de agua puede ser causa de avería o ruido en las tuberías. Cuando se superan los 3 bares, el agua sale con tanta fuerza que puede provocar fugas e incluso puede llegar a estropear los grifos. En el mercado existen unos reductores de

240

El coste medio de las reparaciones de tuberías asciende a 240 euros, según los datos de Reparalia

presión, son válvulas que estabilizan este parámetro dentro de la vivienda. Los expertos de Reparalia aconsejan revisar al menos una vez al año las tuberías, el fregadero y otras instalaciones de fontanería para comprobar la existencia de fugas. También aconsejan revisar los casquillos de caucho y las arandelas de electrodomésticos como los congeladores, lavavajillas, calentadores y lavadoras, ya que estas piezas se debilitan con el tiempo. Una vez comprobados, vuelve a colocarlos y asegúrate de que están bien sujetos.

Consumo eficaz

Si las instalaciones tienen un correcto mantenimiento, ahorrar en el consumo de agua es muy sencillo, además de beneficioso para el medio ambiente. Existen unas pautas y costumbres muy fáciles de adoptar que ayudarán a realizar un consumo eficaz. Cerrar el grifo al lavarse los dientes, tirar de la cisterna sólo cuando sea necesario o lavar las verduras en un cuenco ahorra una gran cantidad de agua y de dinero. Sustituir el contador colectivo por contadores individuales puede reducir el consumo un 20 por ciento en un edificio. Y por último, riegue al atardecer y utilice el riego por goteo. Un jardín con criterios de bajo consumo reduce el gasto un 25 por ciento.

Para un mayor ahorro de agua, te mostramos:
CÓMO DETECTAR POSIBLES FUGAS EN LA INSTALACIÓN



Reparalia

Expertos en reparaciones y cuidado del hogar



www.reparalia.es



Raquel RAMPÉREZ

Directora General de Purísima MPS

VIRGINIA M. ZAMARREÑO

Apasionada de los números, Raquel Rampérez es licenciada en Administración y Dirección de Empresas y Actuaría. Tras trabajar como auditora desembarcó hace trece años en Purísima Concepción Mutualidad de Previsión Social. En 2011 fue nombrada directora general de una de las compañías de seguros de decesos más antiguas de España. Aunque Purísima Seguros recibió la autorización de la Dirección General de Seguros en 2008, su origen se remonta a 1438 como archicofradía.

¿Cómo han sido estos primeros cinco años al frente de la compañía?

Hemos hecho muchos cambios: de marca, internos, reestructuraciones de funciones en el organigrama, y sobre todo hemos lanzado nuestro plan comercial, que está yendo muy bien, con la apertura de una sucursal en 2014 y hemos implantado la asistencia familiar en el deceso en el año 2015. Sobre todo el cambio de imagen de marca, la reforma de la sede y la apertura de la sucursal nos ha dado una imagen más actual.

Renovarse o morir, aunque esté mal decirlo sobre una compañía de decesos...

Sí (ríe). De este tipo de chascarrillos tenemos a montones.

“Hay interés en el ramo de decesos porque todavía deja margen”

Es que es un ramo de los más implantados en el mercado español, pero del que todavía cuesta mucho hablar. ¿Para ustedes es complicado llegar a la sociedad y vender vuestros productos?

Vender no es fácil. Pero en ningún sector lo es. Es fácil cuando el cliente te viene a comprar. Aquí nadie te viene a comprar un seguro de decesos porque los españoles no queremos oír hablar de la muerte, pensamos que si no oímos hablar de la muerte es que no nos va a tocar. Como a la gente no le gusta hablar de la muerte, no te viene a comprar decesos. Lo que sí es cierto es que una vez creada la necesidad, sí que ven útil contar con un seguro de decesos, ya sea con Purísima o con otra compañía. Y una vez que eliges la compañía a la que quieres pertenecer, normalmente los españoles es verdad que somos bastante fieles. Lo único que hay que hacer es llegar al cliente. Por la experiencia que tenemos, nos conoce mucha gente en Madrid, tenemos ese prestigio y nos ayuda a la hora de la captación.

¿Qué hace diferente a Purísima?

Lo que más nos diferencia, no sé si puede llamarse ventaja o inconveniente, es que somos monorramo. Hacemos decesos y es lo que hacemos bien, no tenemos otros ramos y no sé si los tendremos en el futuro. Eso nos diferencia de otras compañías mucho más grandes y que incluso en el ramo de decesos son mucho más grandes que nosotros pero no se dedican sólo a este ramo. Y otra cosa que tenemos es que somos los más antiguos, no de todos los operadores, pero sí entre los más grandes, que son con los que nos comparamos, porque somos los quintos en Madrid en número de fallecimientos, sabemos hacer lo que hacemos y lo hacemos bien.

¿Qué volumen de asegurados tiene la compañía?

160.000 asegurados, principalmente en Madrid. Nuestro plan comercial contempla la apertura de sucursales, primero en Madrid, que es donde tenemos nuestro mayor volumen de asegurados. Tenemos autorización nacional y tenemos asegurados por toda España, pero la fuerza comercial y la captación la estamos centralizando en Madrid. Nuestra intención es abrir una nueva oficina en 2017 y a partir de ahí seguir creciendo.

El ramo de decesos está en el punto de mira de las compañías. Se han firmado recientemente varios acuerdos para crecer en este ramo y hay quien busca oportunidades de compra ¿Cómo ve el ramo?

Te puedo dar mi opinión personal. La cartera de decesos es primordial para



E. SENRA

“Purísima hizo los deberes antes de la entrada de Solvencia II”

“En estos cinco años hemos renovado la imagen de la compañía”

“Un mercado justo debería tender de manera natural a la paridad”

ofrecer otro tipo de productos. Pero más que esta razón mi opinión es que el interés en decesos se da porque es un ramo que todavía deja margen. Autos ha tenido su guerra, el nuevo baremo... y decesos, siendo No Vida y calculándose como Vida, no tiene los mismos requisitos de capital.

Hablando de requisitos ¿Cómo ha afectado a una compañía como Purísima la entrada en vigor de Solvencia II?

Nosotros lo llevamos bien, porque lo hemos abordado desde la tranquilidad. Solvencia II ha pedido una serie de requisitos y de documentación que Purísima ya estaba haciendo. Al no ser multinacional ni grande, los controles son mucho más fáciles de llevar, y Solvencia II se basa en controles. Lo que están buscando es que no se descontrola el sector asegurador como se descontroló el sector financiero. Todavía está por ver la primera compañía aseguradora que tiene que ser rescatada por el Estado. Y no lo veremos, porque no será necesario. Opino que habrá concentración, sobre todo entre las más pequeñas. Purísima hizo los deberes antes de Solvencia II. Los números nos han salido bien, al obtener la autorización en 2008 nos han hecho exigencias que no han tenido compañías que ya estaban autorizadas.

Siendo mujer, madre y directiva ¿Es complicado hacerse un hueco en el sector asegurador?

Si lo miras de forma objetiva, sí es complicado. En mi caso no lo ha sido porque yo tampoco buscaba escalar de ninguna manera. Estoy donde estoy, y creo que me lo he ganado, porque he trabajado mucho. Con 34 años, cuando me nombraron directora general, no estaba buscando ser directora general. Me he preparado, tengo dos carreras universitarias, he trabajado duro y muchas horas en auditoría, y no creo que la mujer le tenga que ganar terreno al hombre, es que la mujer entró en el mercado laboral hace no tanto tiempo, porque era la que normalmente se quedaba en casa cuidando de los hijos y ahora ha entrado en el terreno laboral, y ellas van buscando su puesto. Hay gente muy preparada y gente que es capaz de llegar a directora general. Tenemos un hándicap y lo vamos a tener siempre, y es que una mamá no es lo mismo que un papá. Ser una madre a veces es complicado porque en el fondo tienes que pensar también en los niños. Creo que la paridad debería ser y no obligarse a ser. En un mercado justo y eficiente se debería tender de manera natural a la paridad. Y la paridad debe darse en todos los ámbitos, también la casa. Si a mí me consideras una buena profesional es porque detrás tengo un gran hombre, mi marido.

ALIMENTOS FRESCOS PARA UN VERANO SALUDABLE

En verano es más fácil descuidar la alimentación. Las vacaciones, las fiestas locales, el picoteo en las terrazas... Una dieta sana y variada en los días de calor le mantendrá lejos del médico y permitirá pasar sin sobresaltos los días más clurosos del año. Le contamos cómo

CARMEN LANCHO

A pesar de que las rutinas cambian en verano, y más todavía durante las vacaciones si se viaja, éste también puede ser un buen momento para detener el frenético ritmo que llevamos a lo largo de todo el año, y mimarnos un poco. Y la alimentación es algo que no debemos descuidar.

Hacer cinco comidas al día e hidratarse bebiendo como mínimo un litro y medio de agua al día. Esta es la base principal en la que debemos movernos, que nos recomiendan los expertos de DKV. Para Lina Robles, nutricionista en el Hospital Sanitas La Zarzuela, frutas y verduras nunca deben faltar en los menús veraniegos ya que son la mejor fuente de

líquidos y nos ayudan a mantenernos hidratados. Tienen entre un 80 y un 90 por ciento de agua en su composición y destaca la sandía y el melón por su contenido en agua, con un 92 y 90 por ciento respectivamente.

Aprovechando que en verano hay una gran variedad de frutas ricas y refrescantes, incluiremos al menos cinco piezas al día en nuestra dieta. Podemos utilizarlas además para preparar zumos naturales, helados y tomarlas como macedonia o con yogures. Así no solo nos hidratamos, también nos nutrimos gracias a la ingesta de leche, por ejemplo.

Las verduras y las hortalizas las podemos tomar crudas en ensaladas, cocinadas al vapor, a la plancha o al horno, las aliñaremos con aceite de oliva, especias y limón; o incluso como sopas y cremas frías. De esta manera tendremos platos ligeros que nos ayudarán a combatir el calor. Junto con las verduras debemos incluir proteínas de alta calidad como las del pescado que también es fuente de omega 3.

Los expertos de DKV proponen platos tan ricos como la ensalada de cuscús, el salpicón de marisco, pastel de patata o una rica Vichyssoise. Y el plato estrella, un buen gazpacho.

Con las altas temperaturas además de aumentar el nivel de sudoración, y la consecuente pérdida de agua y sales minerales, disminuye la sensación de apetito. Por tanto debemos estar alerta en especial con los grupos de riesgo: los niños y los mayores. La deshidratación puede provocar el llamado golpe de calor. Robles aconseja incluir en la dieta de las personas mayores frutas, cereales -en lugar de carnes grasas y embutidos-, y alimentos ricos en ácidos grasos y poli-insaturados como pescado azul, frutos secos oleaginosos y aceite de oliva y de semillas.

No es aconsejable la ingesta de bebidas azucaradas, carbohidratadas ni alcohólicas, y tal y como indica Lina Robles, es desaconsejable realizar dietas tipo *detox* si no es por prescripción médica. Aunque si es una buena opción complementar nuestra dieta con zumos *detox* ya que es otra manera de tomar frutas y verduras, y “de cara al verano, son bebidas refrescantes con aporte de vitaminas y minerales”, añade.



LAS OTRAS COBERTURAS DE SU SEGURO DE HOGAR

Daños por agua, robo, incendio... estas son las coberturas más habituales de los seguros de hogar, pero cada vez es más habitual que las compañías incluyan coberturas adicionales y muy prácticas

V. M.Z.

La competencia en el mercado asegurador español se ha vuelto feroz en los últimos años y una de las formas que las compañías de seguros tienen para diferenciar su oferta de la que tiene su competencia son los servicios de valor añadido que incorporan a sus pólizas. En el caso de los seguros de hogar esto se consigue a través de la inclusión de garantías y servicios de

asistencia adicionales, como la teleasistencia, la asistencia informática o coberturas novedosas como la inclusión del derrumbe accidental incorporada por Santalucía hace unos meses en sus pólizas de Hogar y Comunidades.

La necesidad de adaptarse a las peculiaridades de cada cliente ha fomentado que las aseguradoras lancen al mercado seguros modulares en los que el asegurador puede contratar

sólo aquellas coberturas que quiere o necesita, confeccionando una póliza a su medida.

Entre las coberturas adicionales más incluidas en las pólizas está la de daños a alimentos en frigoríficos y congeladores. Esta cobertura cubre una determinada cantidad de capital en el caso de que un apagón o el daño eléctrico determinado en la póliza provoquen la rotura del electrodoméstico y obligue a la familia a tirar los alimentos.

Para que esta cobertura se active, es necesario que los alimentos estuvieran en el interior del frigorífico o congelador, que estos formen parte del mobiliario asegurado y que esos alimentos estuvieran destinados al uso familiar.

También conviene recordar que el seguro de hogar cubre a sus asegurados también fuera de la vivienda, como es el caso de los atracos sufridos fuera del hogar, y en muchas pólizas se incluye el uso fraudulento de tarjetas de crédito, con los límites que establezca el contrato.

¡Premiamos a los buenos conductores!

Porque en DIRECT, si eres de los que hacen de la carretera un lugar más seguro, siempre vas a tener el mejor precio.

Direct.
Seguros

directseguros.es



Juan González-Onandía

Chef y propietario de El Abrazo de Vergara

VIRGINIA M. ZAMARREÑO

En pleno barrio madrileño de los Austrias, a un paso de la Plaza de Oriente y el Teatro Real, se encuentra un restaurante con encanto y mucha historia, aunque sólo lleve abierto seis meses. El abrazo de Vergara ofrece a los comensales alta cocina con raciones generosas y un precio ajustado que ha conseguido hacerse un hueco entre los paladares más exigentes de la capital. Hablamos con dos de los tres socios propietarios del local, Juan González-Onandía, chef, y Eduardo Suárez Barquero, jefe de sala. Esta terna la completa Jorge Villarino, también chef.

¿Cómo surge la idea de sacar adelante El abrazo de Vergara?

Somos tres socios que nos hemos dedicado siempre a la hostelería y la ilusión siempre de cocineros y camareros es tener tu propio negocio. Hemos trabajado juntos muchos años en diferentes proyectos. Este local era de uno de nuestros jefes. Y lo típico, tienes la idea, te pones a buscar, este local salió en diferentes portales inmobiliarios y empezamos a mirarlo, a hablar entre nosotros más en serio y al final decidimos apostar por él. También influyó la ubicación del local, que es ideal, a cincuenta metros de la Plaza de Opera, al lado del Teatro Real, una cocina en la que nos sentimos cómodos, una cocina de fusión con base mediterránea, un servicio profesional pero sin



“La pasión es darlo todo para cumplir un objetivo”

“Ofrecemos alta cocina a un precio muy ajustado”

exceso en el protocolo, que te permite ciertas licencias que hace que al final sea un servicio más divertido, un precio muy ajustado con el mercado, que al final quieras o no lanzarte a un proyecto de restaurante de alta gama obliga a tener un retén económico detrás que muchas veces no se dispone de él.

En estos seis meses se han hecho un hueco en las agendas de los madrileños.

Estamos en ello. Creemos que sí, que poco a poco nos vamos haciendo un hueco, que nos vamos convirtiendo en un local de referencia y nuestro objetivo es que nos conozcan tanto madrileños como extranjeros, ya que en esta zona hay mucho turismo, pero buscamos un turismo gourmet, que venga a disfrutar y a pasárselo bien, que disfrute de una buena comida.

“La pasión es la que hace que cada día abras la puerta, entren los comensales y se vayan contentos”

¿Qué hace diferente a su cocina?

Intentamos ofrecer una alta cocina con grandes cantidades. Ofrecemos a nuestros comensales raciones generosas, vamos a buscar siempre una fusión de sabores que guste, que sea divertida, intentamos sorprender al cliente y siempre miramos mucho el precio del producto. Nos movemos entre los 25 y los 30 euros de media por comensal, incluyendo la bebida.

¿Cuál es su plato estrella?

Tenemos varios. Por ejemplo, la tortilla trufada, que va con huevos de corral y la verdad es que sale bastante, pero para nosotros el plato estrella es la lasaña de rabo de toro, con el rabo de toro guisado al estilo tradicional y deshuesado para que sea pinchar y comer, sin la incomodidad de los huesos, la salsa... Va acompañada de ñoquis con gorgonzola, es una fusión española e italiana, pero la pasta no es la típica pasta, es pasta *wantun* japonesa, mucho más suave, que equilibra el plato. Al final es comer y disfrutarlo, es nuestro niño bonito.

¿Ha cambiado su vida al tener su propio restaurante?

Ha habido que arriesgar mucho, tanto económica como personalmente. Antes yo me dedicaba a la cocina, mis otros socios a la cocina y a la sala, llegaba tu tiempo libre y te ibas. Ahora no. Ahora en nuestro tiempo libre tenemos que hacer papeleo, hablar con el gestor porque hay que pagar unos impuestos... Al final tienes una serie de complicaciones que cumplir en tu tiempo libre, aparte de las horas que tienes que estar físicamente en el restaurante. Lo haces encantado, porque tienes la ilusión de dar un servicio y que los clientes salgan satisfechos y recomienden el restaurante, que los clientes vengán recomendados, las buenas críticas que nos hacen en internet... hace que merezca la pena el esfuerzo.

¿Qué es la pasión para ustedes?

Dedicación, tiempo, cariño, esfuerzo... Darlo todo por cumplir un objetivo. Y el objetivo es que al final el cliente se vaya de aquí contento, feliz y hablando de nuestro restaurante con todo el mundo.

¿Cuál ha sido el obstáculo más grande con el que se han encontrado?

La falta de financiación. Muchas veces vas a bancos, te lo pintan muy bonito en las noticias, en la publicidad, pero la realidad es que llegas a un banco, dices que quieres montar un negocio, que eres una nueva empresa y te



JAVIER CARRAVILLA

“Ha habido un repunte de la cultura gastronómica en estos años”

“Nuestro objetivo es que el cliente salga del restaurante satisfecho”

“A un nuevo emprendedor le recomendamos paciencia e ibuprofeno”

dicen que sólo financian a empresas con un año de funcionamiento. Te encuentras muchas trabas a la hora de empezar y adaptarte a los nuevos requisitos, licencias, etc. al final todo eso es dinero. Al final la financiación sale de uno mismo, de un crédito personal que consigas, de ahorros que hayas tenido o en nuestro caso también de vender el coche, la moto... del sacrificio personal de perder ciertas comodidades para arrancar un negocio.

¿Cómo se protegen del riesgo?

Con trabajo y con pasión. La pasión es la que hace que abras la puerta, entren los comensales y se vayan contentos. Al final esa gente es la que hace que sigas adelante. Eduardo añade que la mejor forma de protegerte es ver el salón lleno, y esperar ese primer año para poder acceder a la financiación. Al final a nosotros nos ayudan nuestros proveedores, hay mucha solidaridad por parte de los proveedores con los emprendedores que ahora arrancamos, nos dan mucha facilidad a la hora de pagar los pedidos, son empresas que ya tienen una solvencia y saben lo que es esto, son ellos los que te dan ánimos y te ayudan, la solidaridad que tienes es de los proveedores.

¿Creen que en los últimos años ha habido un repunte de la cultura gastronómica?

Ha habido un repunte, sí. Y sobre todo la gente empieza a saber lo que come y cuánto vale. El problema que había hace unos años es que la gente no sabía cuánto costaba el género y por el mero hecho de poner, solomillo, boletus o foie en la carta, subía tantos euros el precio. Ahora la gente sabe cuánto vale. Y eso tiene su cosa buena y su cosa mala. Si intentas estafar al cliente se va a dar cuenta. Pero si no le estafas y ajustas los precios, te lo valoran el doble, que es nuestro caso. Este mayor conocimiento gastronómico se refleja también a la hora de pedir el vino: Antes pedían un Rioja, o un Ribera, ahora nosotros la carta de vinos la tenemos enfocada por uvas, porque ya la gente cada vez pide menos denominación de origen y más uvas: mencía, verdejo..., cada vez hilan más fino.

¿Qué recomendarían a un emprendedor que quiera poner en marcha su propio proyecto?

Paciencia y mucho ibuprofeno. Porque hay muchos días que es desesperante, tienes muchas cosas en la cabeza y tienes que tener mucha paciencia para no perder tu pasión y tu línea de trabajo. Y constancia.

SECCIÓN PATROCINADA POR



PROBLEMAS FÍSICOS QUE AFECTAN A LA CONDUCCIÓN

La ingesta de medicamentos, los problemas de sueño, el estrés... Son factores que pueden condicionar la capacidad de reacción del conductor. ¿Cómo nos afectan al volante?

ANTONIO FAJARDO



ISTOCK

Muchas veces al leer un prospecto de un medicamento podemos ver frases como *no manejar maquinaria pesada* o similares, principalmente por los efectos somníferos, pérdida de reflejos o velocidad de reacción, etc., que pueden producir. Pero la verdad es que existen multitud de razones por las que no deberíamos ponernos al volante y a las que les damos muy poca importancia. Este mes queremos hablar sobre enfermedades que pueden afectar a la capacidad de conducir y que, por lo tanto, afectan en mayor o menor medida a la seguridad al volante.

Como enfermedades hay muchísimas nos centraremos en las áreas cognitivas y motrices que afectan al conductor, y en base a eso podremos saber qué tipo de enfermedades pueden afectar a nuestra conducción.

Primero tenemos que hablar sobre las drogas. Todos sabemos el efecto que tienen y no sólo las ilegales. El alcohol afecta mucho a nuestros reflejos y capacidad de reacción, así como a nuestro juicio y capacidad de procesar la información de nuestros sentidos. Pero claro, las medicinas también pueden generar estos efectos secundarios, u otros como pudieran ser mareos y pérdida de orientación, malestar físico, problemas de visión, etc. Lean siempre el prospecto y consulten con el médico cualquier duda y, después, actúen en consecuencia.

Un gran problema físico que nos afecta a la conducción es la falta de sueño. No son pocos los accidentes que ocurren por quedarse dormido el conductor, con lo que si tiene problemas para conciliar el sueño por la noche (insomnio, apnea, etc.) es mejor no conducir.

Nunca sabe cuándo se podrá quedar dormido. Pero la falta de sueño también afecta a la velocidad de reacción, por lo que aunque esté despierto no podrá rendir al cien por cien en una situación de riesgo. La falta de sueño y el cansancio acumulado de un día, incluso en personas sanas, es equiparable a cierto consumo de alcohol: reduce los reflejos, la concentración y la capacidad de reacción.

Tenemos también los problemas de visión, que seguramente son los que más se controlan en las revisiones para la renovación del carnet de conducir, así como los auditivos. En mi opinión, un problema auditivo puede ser más peligroso como peatón que como conductor, ya que hoy en día el

nivel de aislamiento de algunos vehículos es increíble, y apenas se escucha el exterior.

Aun así, una pérdida auditiva puede ser peligrosa al volante, por lo que será conveniente preguntar a nuestro médico. En cuanto a los problemas de visión tenemos un amplio rango de problemas que afectan a la hora de ponerse al volante de un coche. En cualquier caso, si se tienen problemas de visión estos se verán agravados siempre que sea de noche. Algunas personas tienen deslumbramientos de noche, falta de detalles, problemas de enfoque o problemas con la percepción de profundidad.

Los problemas de corazón o de pérdida de fuerza muscular también influyen a la hora de ponerse al volante. En el caso de problemas de corazón, aparte del caso de sufrir un infarto en una situación de riesgo, tenemos otros casos donde una taquicardia bajo estrés puede provocar también ansiedad, pérdida de velocidad de reacción, etc. En el caso de pérdida de fuerza muscular en general no tendremos demasiados problemas hoy en día; los coches cuentan con dirección asistida, cambios automáticos y demás asistencias, pero hará falta fuerza para pisar el pedal del freno a fondo en una emergencia, además de que una pérdida de fuerza suele acarrear una pérdida de velocidad de reacción.

Los problemas psicológicos también afectan mucho a la conducción. En muchos casos inducen falta de concentración, posible agresividad al volante o ansiedad. Además los problemas psicológicos suelen ir acompañados de tratamiento, con lo que los efectos pueden cambiar o agravarse. No sería la primera vez que personas con problemas psicológicos se han quedado bloqueadas al volante sin poder hacer nada -debido a una crisis de ansiedad-; por suerte los casos que conozco pasaron mientras el vehículo estaba parado, pero puede ser muy peligroso. También tenemos casos de personas con problemas psicológicos que deciden circular en sentido contrario en una autopista, realizar movimientos espontáneos o erráticos u otras acciones peligrosas.

Gracias a los avances tecnológicos y a la implantación masiva de algunos dispositivos, como el cambio automático, hemos visto como algunos problemas de salud, como el haber sido amputado de una pierna, ha pasado de ser un problema para ponerse a los mandos de un coche a no serlo. Hay muchas otras razones por las que nuestra seguridad al volante se puede ver comprometida, pero como ya hemos visto en anteriores números, la aparición de los coches autónomos y nuevos desarrollos tecnológicos harán de éste un problema con tendencia a desaparecer.



¿ESTÁ PROTEGIDO ANTE UNA POSIBLE DEPENDENCIA?

El aumento de la esperanza de vida y el avance de la sanidad permite que cada vez vivamos más años, pero no siempre en las condiciones más óptimas. ¿Estamos lo suficientemente protegidos?

VIRGINIA M. ZAMARREÑO



Estarán ya aburridos de leer que en 2050 España será junto a Japón el país más longevo del planeta. La bondad del clima que nos ha tocado, junto a un sistema de salud que funciona bien a pesar de sus carencias y limitaciones y otros factores han permitido elevar la esperanza de vida de los españoles por encima de los 80 años.

Una buena noticia que se ensombrece a la hora de pensar en cómo podremos afrontar financieramente esos largos años de madurez, sobre todo si durante los años de juventud un accidente o una enfermedad no nos permitieran seguir trabajando. ¿Ha pensado en cómo podría afectar esa situación a su futuro y a la estabilidad financiera de su familia?

De acuerdo con un estudio elaborado por Zurich Seguros en once países de todo el mundo para evaluar la protección de las personas frente a una posible pérdida de ingresos por una incapacidad laboral, los españoles siguen confiando plenamente en el Estado a la hora de proporcionar protección de los ingresos.

En un contexto como el actual, con el futuro del sistema público de la Seguridad Social pendiente de una reforma que le dé un respiro financiero a medio y largo plazo, la llamada hucha de las pensiones está bajo mínimos y la única opción que parece atisbarse en el horizonte es la creación de un nuevo impuesto que nutra de nuevo de liquidez al Fondo de Reserva de la Seguridad Social.

De acuerdo con el documento de Zurich, la mayoría de los encuestados esperan vivir de sus ahorros en caso de incapacidad o discapacidad laboral, pero el 53 por ciento considera que debería ser el Estado quien asuma esa pérdida de ingresos.

La pregunta es, una vez más, de dónde obtendrá el Estado la financiación suficiente para poder hacerlo sin incurrir en el aumento del déficit —sobre todo ahora, con la multa de la Comisión Europea por incumplir el compromiso de déficit pendiente—. Se abre un escenario complicado: una población cada vez más envejecida, con enfermedades crónicas repuntando, un aumento de la discapacidad y la dependencia que se suman a la debilidad del sistema de la Seguridad Social y el deterioro de los ingresos de las cotizaciones sociales por el aumento de los contratos temporales y a tiempo parcial.

Sólo un 25% está asegurado

Una opción es contar con un seguro de vida que cubra el riesgo de dependencia o de incapacidad, ya sea por un accidente o una enfermedad

sobrevenida. De acuerdo con el estudio de Zurich, un tercio de los ciudadanos encuestados cuenta con un seguro para proteger sus ingresos frente a posibles situaciones de enfermedad, discapacidad o fallecimiento prematuro. En España esta cifra es menor, y solo uno de cada cuatro personas declara disponer de un seguro que le proteja frente a la incapacidad por enfermedad o accidente. El 28 por ciento dispone de un seguro de vida que cubre el fallecimiento, de acuerdo con lo que reflejan los datos del estudio del grupo asegurador suizo.

Por encima de Alemania

A pesar de lo que se pueda pensar, los españoles no son los europeos más desprotegidos en estos ámbitos. En el resto de países, destaca que sólo el 17 por ciento de los alemanes están asegurados contra las consecuencias económicas de una incapacidad, mientras en el otro extremo se sitúan Malasia y Hong Kong donde dos tercios de los encuestados (66 por ciento) han aumentado la protección de sus ingresos para cubrir las diferencias con el Estado.

Zurich afirma que, a la luz de estos datos, “no valoramos el riesgo de una posible incapacidad. A pesar de que casi la mitad de las personas encuestadas ha experimentado en algún momento de su vida una pérdida de ingresos o conocen a alguien inhabilitado para trabajar por enfermedad o discapacidad, un 38 por ciento cree que tienen menos de un 10 por ciento de posibilidades de perder su capacidad para trabajar”.



FOTOLIA

Los españoles son, por detrás de los australianos, quienes menos se preocupan por necesitar una protección de ingresos (10 por ciento), aunque tres de cada diez españoles encuestados confiesan que han tenido que dejar de trabajar en algún momento de su vida durante un periodo de seis meses por discapacidad o enfermedad.

Según datos del Sistema de Autonomía Personal y Atención a la Dependencia (Saad), al cierre del primer semestre del año había en España 1,2 millones de personas con derecho a una prestación o servicio por su situación de dependencia. De esta cifra, 826.362 dependientes ya estaban recibiendo estas ayudas recogidas en la Ley de Dependencia, y el resto, 381.508 continuaban esperando una resolución a su petición.

Las trabas administrativas y unas ayudas que no llegan o tardan demasiado en llegar animaron al sector asegurador a lanzar seguros para dar servicio a este colectivo, que en los próximos años se teme que no dejará de crecer.

Pero la evolución de estos productos no ha sido tan buena como se esperaba. Al cierre del primer trimestre del ejercicio, los últimos datos disponibles publicados por Unespa, la patronal del sector asegurador, revelan que en España sólo hay 36.687 asegurados en este segmento del seguro de vida, un 4,38 por ciento más que en el mismo periodo de un año antes. Las compañías que operan en este ramo concreto cuentan con un volumen de provisiones técnicas de 18,39 millones de euros, un 7,40 por ciento más que al cierre de marzo de 2015.

Estas son las cifras de la dependencia en España

De acuerdo con los datos del Sistema de Autonomía Personal y Atención a la Dependencia (Saad), en España hay 1,2 millones de personas con derecho a una prestación pública por su situación de dependencia. En 2016, la partida destinada a financiar la aplicación de la Ley de Dependencia asciende a:

1.252

millones de euros en los Presupuestos Generales del Estado, lo que supone un 6,4 por ciento más que un año antes. Esta

ley, además de ayudas económica incluye ayudas en forma de prestación de servicios para atender las necesidades de este colectivo. El sector asegurador ha jugado siempre la baza de la colaboración público privada para complementar las ayudas estatales, pero el seguro de dependencia no termina de despegar:

36.687

personas cuentan con un seguro de dependencia, de acuerdo con los datos al cierre del primer trimestre del año hechos



P. MORENO

públicos por Unespa. La patronal del sector, que preside Pilar González de Frutos, explica que esta cifra es un 4,38 por ciento superior a la registrada al cierre de los tres primeros meses de un año antes.

18,39

millones de euros son las provisiones técnicas que gestionan las compañías de seguros españolas de seguros de dependencia. Esta cifra ha crecido un 7,4 por ciento sobre marzo de 2015.

ASÍ SON LOS MECENAS DE LA CULTURA EN EL SIGLO XXI

El sentido de responsabilidad social que tienen las compañías aseguradoras no solo se centra en el cuidado de las personas. También de la cultura, que es un bien de todos. El seguro también adopta la figura de mecenas del siglo XXI

CARMEN LANCHO

El poder siempre ha apoyado a artistas destacados para que pudieran desarrollar todo su talento sin restricciones económicas. En la actualidad tal y como lo destaca el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte la labor protectora que realiza el actual mecenazgo cultural “incorpora la idea de participación social en la conservación y el enriquecimiento del Patrimonio Cultural Español”.

El sector asegurador, a través de sus acciones de Responsabilidad Social Corporativa, favorece y promueve el desarrollo de la cultura gracias al apoyo económico que dar a numerosos proyectos. Podríamos decir que el seguro se ha convertido en uno de los mecenas más importantes del siglo XXI.



Actualmente, el apoyo del sector asegurador a la cultura es muy fuerte, lo que permite a las compañías aseguradoras también desarrollar acciones de las que se beneficia la sociedad en su conjunto. La exposición *Hoy Toca el Prado*, es una iniciativa de la que Fundación AXA se siente especialmente orgullosa y que viajará a través de la geografía española. Fruto de la colaboración que mantiene con el Museo del Prado y con la Fundación Once, esta muestra recoge algunas de las obras pictóricas más importantes de la historia y las adapta para que personas con alguna discapacidad visual puedan recorrerlas con las manos y descubrir sus secretos. Esta importante colaboración se suma a la que la compañía y la pinacoteca mantienen desde hace años, por la que Axa patrocina dos de sus grandes exposiciones temporales al año como las de Goya o Georges Latour.

El mundo de las letras también tiene el apoyo de Fundación Axa. Desde 2010, patrocina el Premio de Novela Fernando Lara. En la última edición, la XXI, Paloma Sánchez-Garnica ganó el galardón con su obra *Mi recuerdo es más fuerte que tu olvido*.

El mundo escénico celebra en verano grandes festivales. Uno de los más importantes es el Festival Internacional de Teatro Clásico de Mérida. Y desde hace 12 años Reale Seguros, a través de su Fundación, colabora con la organización como compañía aseguradora y patrocinador oficial de la cita internacional. Teatro, música, danza y flamenco, son posibles gracias al doble apoyo de Reale Seguros. Hasta el 28 de agosto tendrá lugar la 62 edición del festival.

Un buen ejemplo de la interacción entre el mundo de la cultura y del seguro es el programa Arteria DKV. A través de este programa, DKV desarrolla diferentes acciones que fomentan la creación artística, con una característica fundamental, que siempre va ligada a la salud y a la mejora de la calidad de vida. Con ello la aseguradora quiere estimular la innovación y la creatividad en el sector asegurador y sanitario, y fomentarla como un valor básico en la sociedad.



A tu lado
TODA UNA VIDA

91 1024000

M **METROPOLIS**
SEGUROS

www.metropolis-sa.es

SIGUENOS EN  [metropolis-seguros.sa](https://www.facebook.com/metropolis-seguros)

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

5^a

COMPañÍA MÀS
SOLVENTE DEL
MERCADO ESPAÑOL

DEPORTISTAS ASEGURADOS TAMBIÉN EN ALTA MAR

Los deportes náuticos tienen cada vez más adeptos entre los españoles. Compañías como Metrópolis Seguros apuestan por el patrocinio de diversas competiciones en alta mar

V. M. Z.

Entre los meses de enero y junio de 2016 se matricularon en España 2.742 embarcaciones de recreo, un 3,7 por ciento más que en la primera parte de 2015. Sólo en el mes de junio se han matriculado 835 embarcaciones nuevas, un 3,34 por ciento más que en junio de 2015. El alquiler de embarcaciones crece un 11,47 por ciento en el primer semestre del año, lejos del 55,6 por ciento registrado en los seis primeros meses de 2015, según los datos del Informe del Mercado de Embarcaciones de recreo editado por la Asociación Nacional de Empresas Náuticas (Anen).

El verano es sinónimo de calor, de entretenimiento, de playas para descansar y, por qué no, para navegar. Los meses estivales son los de mayor uso de embarcaciones náuticas de recreo en las costas españolas, una actividad de ocio y deportiva que cada verano enamora a más personas. Y es en los meses de verano en los que más actividades deportivas ligadas a



la náutica se desarrollan. Regatas y torneos de pesca deportiva son dos de las más habituales. Como en prácticamente todas las actividades deportivas, el sector asegurador juega un papel fundamental a la hora de proteger a los participantes en estas actividades deportivas y de fomentarlas e impulsar su desarrollo a través de las acciones de patrocinio. Metrópolis Seguros es una de las compañías del sector especializadas en este ámbito. La compañía se ha convertido en un referente a la hora de asegurar embarcaciones y cuenta con pólizas específicas para embarcaciones de recreo, motos acuáticas y llauds. Pero su papel en el mundo de la náutica no se queda ahí, la compañía ha patrocinado a comienzos del mes de julio el XVIII Trofeo S.M. La Reina 2016, regata homenaje a la Armada XXIX Copa Almirante Sánchez-Barcaiztegui, organizado por el Real Club Náutico de Valencia (RCNV) y la Real Federación Española de Vela (RFEV) con la colaboración de la Federación de Vela de la Comunidad Valenciana (FVVCV). La compañía explica que “se trata de uno de los eventos náuticos más relevantes del país, que este año cumple 29 ediciones contando siempre con el apoyo de S.M. La Reina, la Familia Real y la más alta jerarquía de la Armada”. El trofeo reunió a las mejores unidades de clase crucero en aguas valencianas entre el 1 y el 3 de julio. “Para nosotros es un honor colaborar con iniciativas de este tipo”, sostiene Francisco Jover, director comercial de Metrópolis.

La compañía patrocina a lo largo del año numerosas regatas, entre ellas, la regata nocturna que desde hace diez años une L'Ampolla con Benicarló. Y lo hace a través de Metromar, su división de seguros para embarcaciones. David Pérez, responsable de Embarcaciones de Metrópolis Seguros, explica que la compañía decidió patrocinar la décima edición de esta regata, celebrada entre el 20 y el 21 de mayo en la localidad castellanense de Benicarló porque “patrocinando esta regata estamos cerca de armadores y patrones de embarcaciones y podemos saber qué piensan del mar, de los seguros y del día a día del mar”.

Circuito de pesca deportiva

El compromiso de Metromar con los deportes náuticos y el mundo de las embarcaciones no queda ahí. La división de seguros para embarcaciones de Metrópolis da un importante apoyo a otras modalidades de deportes náuticos como la pesca deportiva. Así, Metromar patrocina este año el II Circuito Metromar de Pesca Deportiva, que albergará competiciones de alto nivel como el Campeonato de España, la Copa del Rey o la Copa Catalunya. El circuito fue presentado el pasado 24 de mayo en la sede de Metrópolis

Metrópolis Seguros
apoya los deportes
náuticos a través de
diversas acciones de
patrocinio. REUTERS



100

El II Circuito Metromar de Pesca Deportiva reunirá a cien barcos y más de 500 pescadores

Seguros en Madrid y se celebra entre los meses de junio y septiembre en aguas del Cantábrico y del Mediterráneo.

El II Circuito Metromar aglutina las tres citas más importantes del calendario de España de este deporte y la organización espera reunir en los tres meses en los que se desarrolla a medio millar de pescadores deportivos de altura de toda España. La primera cita del Circuito, reservada a la pesca de altura sostenible, arrancó en aguas de la Comunidad Valenciana, en el Club Náutico de Moraira, el pasado 23 de junio, donde estuvo en juego el Campeonato de España de Pesca de Altura. Desde Moraira, el Circuito se trasladará a aguas del Cantábrico, donde se competirá en la Copa de S.M. El Rey, con la organización del Real Club Marítimo de Santander. Tras las aguas norteñas, el Circuito vuelve al Mediterráneo. En aguas catalanas, se ha elegido el puerto tarraconense de Cambrils. La cita tiene rango de Copa de Catalunya.

PÓLIZAS A MEDIDA DE CADA EMPRESA

Arquitectos, abogados, hosteleros, comerciantes... Cada actividad tiene sus peculiaridades y sus necesidades de aseguramiento. El seguro exprime su capacidad para desarrollar seguros a medida para empresas y comercios, uno de los ramos que consideran estratégicos en 2016

V. M. Z.

La recuperación económica y el impulso de la actividad comercial han propiciado el repunte de la contratación de seguros por parte de empresas y profesionales. Para las compañías y los corredores de seguros el segmento de empresas y profesionales se ha convertido en un nicho de mercado importante en el que quieren crecer y consolidar su cartera.

Pero la gestión de riesgos de una empresa, incluso si esta está compuesta por un único profesional, requiere de un asesoramiento especializado, porque cada empresario es único y necesita cubrir determinados riesgos en función, especialmente, de su actividad.

Las compañías aseguradoras han apostado en los últimos años por desarrollar su cartera de productos y servicios de la mano de las necesidades de sus asegurados. En este sentido han proliferado pólizas específicas para cubrir los principales riesgos de actividades profesionales concretas: hosteleros, agencias de comunicación, despachos de abogados, incluso los propios corredores de seguros cuentan con sus propias pólizas específicas de Responsabilidad Civil.

Y esta especialización incluye también a las profesiones de reciente creación, como es el caso de las agencias de comunicación digital y las profesiones ligadas a las redes sociales y las nuevas tecnologías. Iberian Insurance Group, agencia de suscripción española, acaba de lanzar la campaña Iberian Contigo por la cual lanzarán entre mayo de 2016 y mayo de 2017 un producto específico cada mes. El primero de ellos fue un seguro específico para cubrir los principales riesgos de dietistas y nutricionistas, dos profesiones en auge, y



ISTOCK

en junio lanzaron un producto diseñado para agencias de comunicación y publicidad.

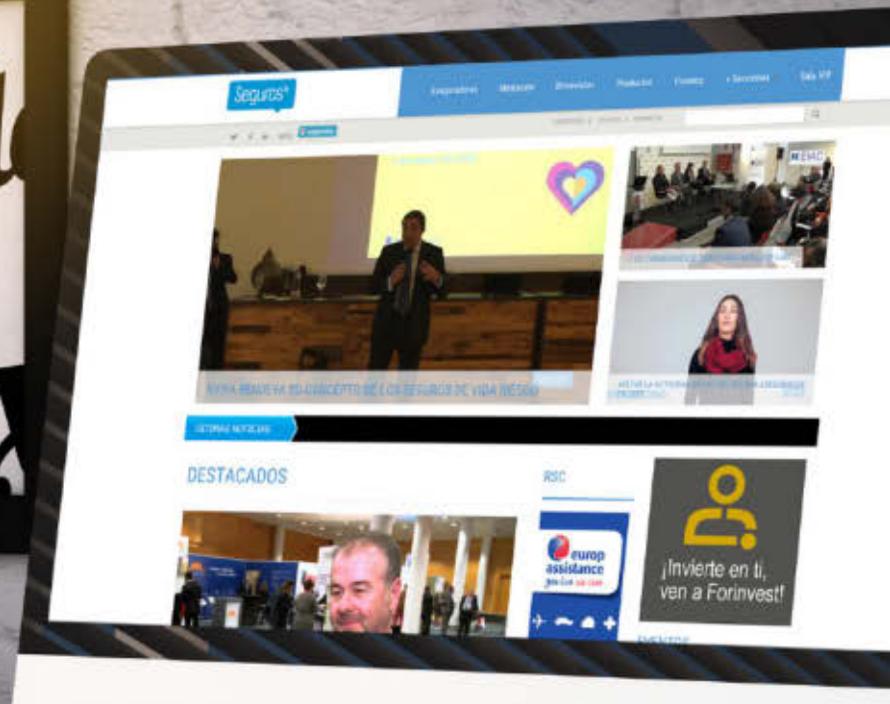
Coberturas para todo tipo de profesionales

Otra compañía que ha hecho de la especialización su seña de identidad es Hiscox. La compañía es especialista en seguros

para profesionales y en seguros de Arte. En su área de seguros para profesionales, la aseguradora que en España dirige David Heras, ofrece productos con coberturas específicas para profesionales de las TIC, consultorías, y otros sectores de actividad como medicinas alternativas, asesorías y gestorías y profesionales de la educación.

Seguros^{tv}

Todo sobre el sector asegurador



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



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

CUANDO LA TECNOLOGÍA OBLIGA A REINVENTAR LA CIENCIA FICCIÓN

Como dice una famosa zarzuela, "hoy las ciencias adelantan que son una barbaridad". ¿Se imagina oír gracias a unas gafas o una banda de metal o descubrir nuevas realidades desde el sofá de su casa? Ya es posible gracias a estos innovadores y curiosos dispositivos

ANA M. SERRANO

Muchos dicen que la innovación ha despojado a la ciencia ficción de su atributo irreal convirtiéndola en simple ciencia. No sé si tienen razón pero lo cierto es que los mundos soñados por Asimov se han quedado obsoletos. Todo por culpa de la realidad virtual y demás artilugios que han hecho del oxímoron y la sinestesia lugares comunes donde percibir emociones paralelas ya no es una extravagancia.

Robots de alta velocidad, drones, rastreadores de actividad diaria... Por si esto fuera poco, cuando ya creíamos haber descubierto casi todo sobre la acústica, una nueva gama de auriculares inalámbricos dinamita la forma de tradicional de enchufarnos a la música y el sonido. ¿Qué tienen de particular los nuevos dispositivos de audio? Que no necesitan de nuestras orejas para funcionar. Porque escuchar sin incordiar a los demás está muy bien, pero permanecer aislado del mundo, no tanto. Y de eso se trata.

‘Batband’: de la cabeza al oído

Lo que hace unos diez meses era un interesante proyecto concebido en el corazón de los estudios Banana Things, ya es una realidad no virtual. Se llaman *BatBand* y se basan en un nuevo concepto: la conducción ósea. Una especie de diadema auditiva que utiliza los huesos del cráneo como medio para



transmitir las ondas acústicas. Se trata de una banda fabricada en acero cubierta de espuma y dotada de dos transductores -emisores de ondas sonoras- a una frecuencia tal que les permite viajar de la cabeza al interior del oído a través de los huesos craneales. También integra un micrófono con conexión Bluetooth 2.1 para usarlos como manos libres. Un par de baterías recargables mediante USB otorgan una autonomía aproximada de seis horas. Tras el éxito de financiación en Kickstarter, el proyecto se ha hecho realidad y los Batband se comercializan en la web de la firma (Studio Banana Things) al precio de 199 dólares.

La idea de la firma Zungle da un paso más en cuanto al diseño y la usabilidad. Con la misma tecnología de conducción acústica craneal, este grupo de *frikis* tecnológicos lanza las gafas *Zungle Panther*. Unas gafas de sol de diseño ultra moderno que incorporan en sus patillas los altavoces y el micrófono -con conexión Bluetooth 4.1- que permiten la transmisión de audio, así como un



Tres modelos diferentes de las gafas Zungle Panther. EE



Los innovadores
BatBand fabricados por Banana
Things. EE

pequeño dial para controlar la música vía remota. Como en el caso anterior, el proyecto se está financiando a través de Kickstarter. Y aunque aún se encuentra en proceso de experimentación y fabricación, la compañía asegura que todo estará listo el próximo mes de noviembre. Disponibles en cinco colores, estas estilizadas gafas poseen -aseguran los creadores- una calidad de sonido similar a la de los auriculares tradicionales. Su precio rondará los 150 dólares, pero quienes quieran apoyar el proyecto pueden conseguirlas con aportaciones de 89 dólares

Audio 3D: la realidad virtual no es sólo visual

Está claro que el universo del sonido es infinito, tanto que acaba de asomarse a la tercera dimensión. Que sí. Que resulta que el sonido también es tangible. Y es que la realidad virtual cojeaba afanándose en lo visual sin prestar atención al oído, lo que impedía la inmersión total en los mundos fantásticos prometidos. Con este fin -el de la inmersión absoluta- nace *Ossic X*.

El dispositivo que nos permite acariciar el sonido 3D. Una idea innovadora que apoya en la teoría de la

calibración. Es decir, en función del tamaño de la cabeza, las peculiaridades auditivas de cada usuario y el desarrollo de los algoritmos que emiten los sonidos. Todo depende de cómo muevas la cabeza y el torso, cómo te giras, dónde miras..., pero adentrarse en la RV a través del sonido ya no es una quimera. Y, por lo visto, el sistema no es tan complejo.

Se trata, como explican en su página web, de un auricular inteligente, cómodo e innovador. Fabricado en acero, su interior está repleto de tecnología 3D: conductores de precisión, sensores de calibración anatómica y seguimiento de movimiento integrado, lo convierten en una forma completamente nueva de percibir el sonido. Ocho conductores individuales trabajan de forma conjunta para dirigir las ondas a la parte correcta de la oreja de forma similar que en la vida real.

Pero los *Ossic X* no han sido los únicos. La firma HTC se aproximó no hace mucho al sonido 3D con sus revolucionarias gafas de realidad virtual HTC Vive. Tecnología de vanguardia que nos transporta a los mundos de Matrix. Suena a ciencia ficción, pero no.

La compañía taiwanesa reinventa la realidad virtual en movimiento, mejorando de forma espectacular la sensación de inmersión. Las manos forman parte del juego y el usuario ve reflejado el movimiento de su cuerpo en tiempo real. El sistema permite también predefinir un perímetro donde poderse mover



El sistema HTC Vive es la apuesta de HTC por la realidad virtual. EE

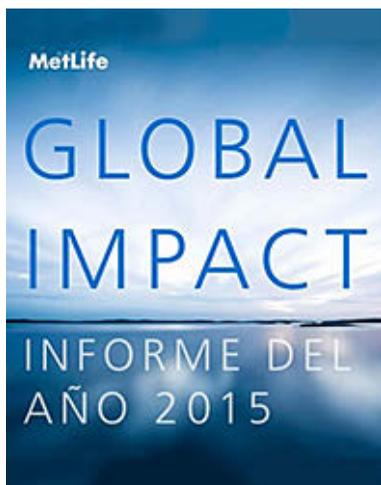


Ossic X permite una inmersión absoluta en la realidad virtual. EE

durante todo el juego, manteniéndolo dentro de los límites especificados de forma segura. Ello gracias a la revolucionaria tecnología integrada en la estación base que ayuda a los auriculares y controladores de seguimiento a determinar la ubicación exacta del usuario en el espacio, poniendo al alcance del jugador un universo de sorpresas infinito.

En su favor, hay que destacar el funcionamiento accesible e intuitivo del sistema: controles, botones, gatillos, superficies táctiles... Y la sencillez para hacerse con los mandos desde el primer momento gracias al guía virtual incorporado que explica paso a paso el proceso sin necesidad de pasar días aprendiendo a manejarlo.

Claro que semejante despliegue tecnológico también tiene sus defectos. El más significativo, el sistema de cableado, pues para vivir en plenitud el sonido virtual es necesario conectar las gafas a los auriculares. Ello además del conjunto de conectores imprescindible para la alimentación y HDMI que van a parar a la *link box* que, a su vez, se conecta al PC. Con los cables por medio no es difícil tropezar. ¿El otro? El precio. Pues sus 899 euros no lo ponen precisamente al alcance de cualquier bolsillo.



MetLife lanza su último informe de Responsabilidad

La aseguradora de vida MetLife acaba de lanzar su último informe de responsabilidad corporativa, llamado Global Impact. Éste recoge información acerca de la manera en la que la compañía gestiona tanto los asuntos medioambientales como los sociales y políticos. En él se incluye el impacto social de las inversiones, el servicio al cliente, los programas de empleados, la diversidad laboral, el cuidado del medio ambiente y las acciones filantrópicas.



Anchústegui es el nuevo presidente de Generali España

Jaime Anchústegui ha sido nombrado presidente del consejo de administración de Generali España, un puesto que compaginará con sus responsabilidades como responsable de la región EMEA del grupo asegurador italiano. Anchústegui, que hasta ahora ejercía como vicepresidente de Generali España junto a Santiago Villa, sustituye en el cargo a Carlos Zurita Delgado, que pone el punto y final a cerca de 14 años como presidente de la compañía.



AXA Assistance publica una guía para estudiantes

AXA Assistance ha publicado una guía para ayudar a los estudiantes latinoamericanos que vienen a España. Ésta recopila los trámites para acceder a una universidad en España, además de ofrecer información sobre alojamiento, transporte y calidad de vida. Después de la guía *Paso a paso para estudiantes mexicanos en España*, la multinacional ha decidido ampliar la información para todos los estudiantes de Latinoamérica.



Szpilka habla de innovación en Reparalia

Carina Szpilka, fundadora de K Fund y consejera independiente de Reparalia, ha participado en una jornada con empleados de esta última para compartir su visión y experiencia con respecto a la transformación digital empresarial. En su intervención, la ponente resaltó la importancia de la "innovación incremental", que permite a las empresas una mejora constante con el objetivo de ser más eficientes y lograr sorprender al cliente.



Metrópolis Seguros se alía con Magnia Unión

Metrópolis Seguros y Magnia Unión han firmado un acuerdo de colaboración mediante el cual la compañía apoyará a las corredurías que se integren en la agrupación, cuya finalidad es "impulsar la competitividad e implantar un modelo de negocio de éxito para corredores y corredurías". El acuerdo, sellado recientemente en Córdoba, lo firmaron José Clavellinas (presidente de Magnia Unión) y Francisco Jover (director comercial de Metrópolis Seguros).

PROTECCIÓN EN BUENA LEY

En la oferta del mes de julio vamos a hablar de los seguros de defensa jurídica, y una buena manera de comenzar es realizando una pequeña definición para saber de qué se encargan concretamente estas pólizas, poco habituales aún entre los asegurados españoles

DIEGO FERNÁNDEZ TORREALBA

Los seguros de defensa jurídica son aquellos que sirven para resolver las cuestiones legales que preocupan a los clientes y que éstos no saben resolver o prefieren dejar en manos de los expertos. Estos seguros permiten contar con la asesoría legal de abogados, que aconsejan acerca de las dudas en cuestiones legales que pueden surgir y que tienen la facultad de representar al tomador en caso de llevarse a cabo un juicio.

Este tipo de seguros están dirigidos a cualquier persona, pues la protección legal puede realizarse tanto de manera individual como de forma colectiva -familias, empresas, comunidades de vecinos...-

Aunque no es lo habitual, en nuestro día a día pueden aparecer numerosas dudas legales, que si no se resuelven, podrían desembocar en problemas jurídicos bastante importantes. Y estas dudas pueden aparecer en cualquier contexto, por ejemplo, a la hora de poner una reclamación a una entidad de consumo habitual, o a la hora de comprobar un contrato en el caso de cambiar de puesto de trabajo. Y para los autónomos y empresarios contar con apoyo legal es fundamental. Vamos a referirnos en este artículo al ámbito más cercano, el de los particulares y su entorno familiar, analizando un par de ofertas por parte de compañías especializadas en la defensa jurídica como es el caso de las que han lanzado al mercado recientemente Arag y DAS.

¿Qué ofrecen ambas compañías

En este ámbito concreto la primera compañía ha diseñado el seguro Arag Abogado de Familia, que desde 73,41 euros



EFE

anuales ofrece el pack básico.

Esta póliza aporta asistencia jurídica telefónica, la revisión y redacción de documentos y contratos, servicio de defensa en lo relativo a la vivienda y al consumo y defensa penal y civil suplementaria.

Los asegurados de Arag también pueden optar por el pack

confort o el pack plus -que añaden a las coberturas y garantías ya citadas la posibilidad de acceder a defensa legal en cuestiones relacionadas con el ámbito laboral y la de disponer de un abogado de manera presencial- y tienen un coste superior, de 139,08 y 177,15 euros anuales respectivamente.

Hay que destacar que la compañía, fiel a la filosofía de flexibilidad actual que impera en el mundo asegurador, ofrece además la posibilidad de disponer de coberturas personalizadas y que más allá del ámbito familiar protege jurídicamente a otros sectores o a profesionales especializadas: médico, vehículos y conductores, propietarios y comunidades, autónomos y empresas...

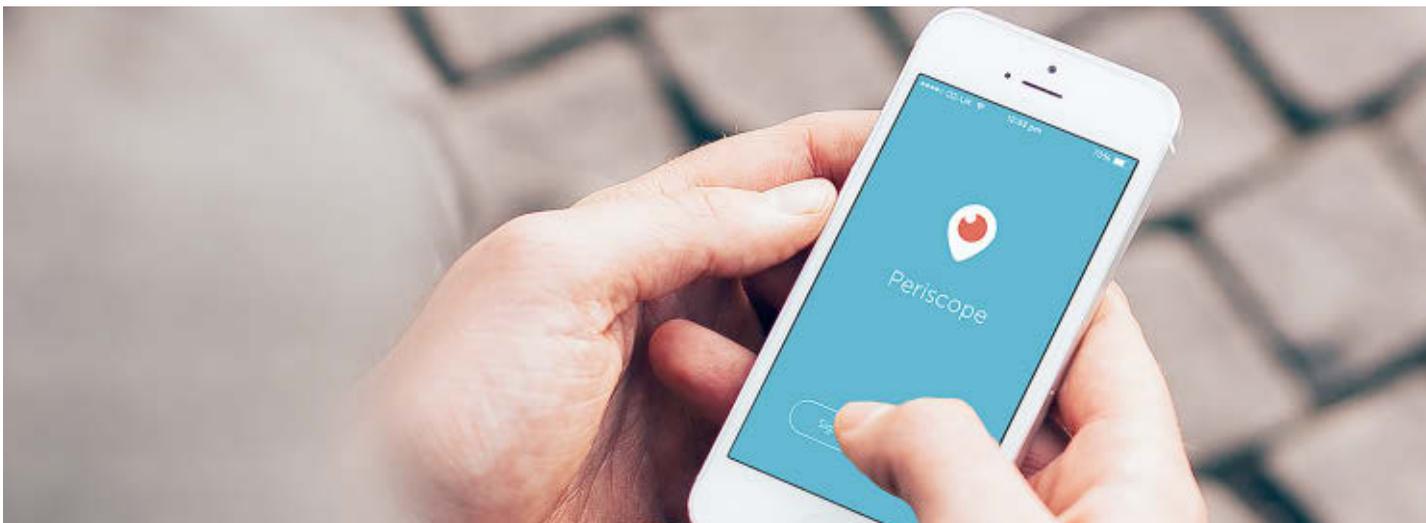
Hablemos ahora de otra firma especializada en la protección jurídica, DAS, que ofrece a los usuarios su producto DAS Abogado Personal Todo Riesgo por una prima realmente económica en su oferta básica de 2,5 euros al mes.

Gracias a este producto especializado se puede contar con los servicios de un profesional que resuelve las dudas jurídicas que se puedan plantear al cliente y contribuye de ese modo a la protección del mismo ante cualquier imprevisto legal.

El sistema de contratación que propone DAS es el de módulos diferenciados -vivienda, consumo, laboral, accidentes y lesiones- cuya contratación no resulta excluyente sino complementaria y supone un descuento en el precio final de entre un 10 y un 20 por ciento.

Esta compañía ofrece también protección jurídica en varios ámbitos, desde el de los particulares hasta el de conductores, alquiler de vivienda y comunidades de propietarios, empresas y autónomos y administraciones.

GUÍA BÁSICA DE 'SOCIAL MEDIA' PARA EMPRESAS Y PROFESIONALES



EE

PERISCOPE PONE UN CANAL DE TV INTERACTIVO EN NUESTRO MÓVIL

En capítulos anteriores hemos hablado de redes sociales como Twitter, Facebook, Whatsapp e Instagram, en esta edición vamos a seguir avanzando pero nos vamos a centrar en una red social nacida para el móvil y bajo el paraguas de Twitter, pero centrada en el vídeo en directo: Periscope

ANTONIO DOMINGO

Emitir vídeo en directo no es algo nuevo, pero lo que propone Periscope es totalmente innovador y de una forma tan simple que sorprende y como pertenece a Twitter, permite grandes sinergias. ¿En qué consiste Periscope? Es una aplicación gratuita que descargamos en nuestro móvil y que con solo dos clics, nos permite emitir video en directo en cualquier situación siempre que tengamos cobertura de datos o wifi, sin necesidad de tener conocimientos técnicos de ningún tipo. Solo dos clics y estamos emitiendo para el mundo entero. A esto sumémosle que está integrada con Twitter y es interactiva, es decir, que nos

ofrece convertimos en un canal de TV a nivel mundial y que nuestra audiencia converse, comente, pregunte... ¿Y qué audiencia puede verlos? Cualquiera que se conecte a Periscope desde la aplicación del móvil podrá verlo e interactuar con nosotros. Y todos aquellos que nos sigan por Twitter o que se conecten a nuestra web de Periscope podrán verlo aunque no podrán interactuar.

Por un lado sigue la filosofía de Twitter de seguir a un perfil, y por otro lado, Periscope ofrece varias pantallas en las que podremos ver las emisiones destacadas que se están emitiendo en directo en ese momento y un mapa mundial que indica

donde ha habido emisiones, tanto las que están en directo como las que lo han hecho en las últimas 24 horas.

Eso supone disponer de una herramienta superpotente para las empresas de cualquier tipo y sector para generar contenidos audiovisuales en directo que les apoye en su estrategia de contenidos digitales. Por supuesto que no sirve hacerlo sin orden ni concierto, las emisiones que hagamos en Periscope deben ser fruto de un análisis y de una estrategia que debe estar alineada con la estrategia general de marketing digital de la empresa.

Nuestra experiencia es que hemos emitido desde hace 12 meses más de 200 emisiones de diferente tipo y asesorando a empresas sobre cómo utilizarlo y la conclusión es que esta aplicación es increíble, con un futuro amplísimo y usos para empresas interminables, desde entrevistas; eventos; *branding*; talleres; guías turísticas; presentación de productos; formación; emisiones privadas; fidelización de clientes; lanzamiento de promociones; y mil cosas más para todo tipo de sectores, y empresas de todos los tamaños.

Una de las principales ventajas es que de pronto podemos enseñar la cara oculta de la empresa, interactuar en vivo y en directo sin montajes, y acercar a los profesionales, directivos o empresarios tanto a sus clientes como a nuevas audiencias susceptibles de serlo.

Actualmente Facebook ya ha lanzado un servicio similar y se espera en los próximos meses que Youtube haga lo mismo, pero por el momento Periscope lleva la ventaja en tiempo, en usabilidad y sencillez. Este tipo de servicios ha venido para quedarse y quien apueste ya profesionalmente por ello tendrá ventaja respecto a su competencia.

En los próximos capítulos analizaremos otras redes sociales muy diferentes e interesantes, mientras tanto, apasionémonos con este entorno social y divirtámonos haciendo buenos negocios.

ANTONIO DOMINGO

CONSULTOR, FORMADOR Y ORGANIZADOR DE EVENTOS 2.0
CEO DE SOCIAL MEDIA EVENTS
@AntonioDomingo <http://www.AntonioDomingo.com>

SECCIÓN PATROCINADA POR



ALOJAMIENTOS NO HOTELEROS Y VIAJAR SIN EQUIPAJE, ÚLTIMAS TENDENCIAS EN LAS VACACIONES

Miles de personas harán las maletas estos días para disfrutar de unos días de vacaciones. Los nuevos hábitos de consumo colaborativo hacen que crezcan opciones como los alojamientos compartidos o viajar sin equipaje, pero siempre con un buen seguro

REDACCIÓN

Vivir una experiencia única y desconectar unos días o semanas -en función del presupuesto- de la rutina diaria son, sin duda, los motivos que empujan cada año a miles de españoles a hacer sus maletas y recorrer mundo durante los meses de verano, principalmente en julio y agosto. De hecho, la primera semana de agosto es la fecha en la que se producirán más desplazamientos según apunta Skyscanner.

Las nuevas formas de viajar son un fiel reflejo del cambio de filosofía que se está produciendo en la sociedad. El movimiento *slow*, que refleja la voluntad de disfrutar de la vida de forma relajada, junto con otras tendencias como el auge de la economía colaborativa, han cambiado la manera de conocer mundo. En la actualidad, los viajeros apuestan, cada vez más, por sumergirse en las culturas locales y alojarse en apartamentos o villas.

Según un estudio realizado por la compañía de reservas de alojamiento *online Booking.com*, pese que en España la opción de alojarse en un hotel sigue liderando el ranking de propiedades más reservadas, la pernoctación en alojamientos alternativos está experimentando un aumento significativo. Realizar unas vacaciones a medida y sentirse como en casa son los principales motivos para alojarse en propiedades como apartamentos, apartoteles, casas rurales o *resorts*.



ISTOCK

Como en cada viaje, la relación calidad-precio es un factor decisivo a la hora de elegir destino, aunque también se tiene en cuenta el atractivo turístico o la gastronomía del lugar. LetsBonus apunta que cada español gastará durante estas vacaciones una media de 521 euros, decantándose por la

costa española (un 48 por ciento), las ciudades europeas (25 por ciento) y los destinos de interior (15 por ciento).

Asimismo, otra de las tendencias que destaca este verano es la de viajar sin equipaje. Según datos de MRW, este año las contrataciones de servicios de envío de equipajes incrementarán un 30 por ciento respecto al pasado verano, ya que los turistas prefieren viajar sin maletas por los elevados recargos en el peso extra que aplican las aerolíneas y las medidas de seguridad en aeropuertos, que se han acentuado, entre otros motivos, debido a los recientes ataques terroristas.

Sin embargo, todavía hay una gran parte de la población que viaja con maletas y para estos casos y evitar así las molestias que supone la pérdida del equipaje, es imprescindible tener un buen seguro de viaje que cubra cualquier gasto extra.

Los gastos de cancelación de vuelos y gastos por la asistencia sanitaria en el extranjero son también imprevistos bastante molestos ya que, en función del país, puede dispararse hasta los 112.000 euros por cuatro días de hospitalización tras un accidente de tráfico. Imprevistos de última hora ajenos al viajero que, en caso de no estar cubiertos por un seguro de viaje, pueden arruinar las tan ansiadas vacaciones de verano.



ISTOCK

TRES ESCAPADAS VERANIEGAS **DESDE MADRID**

Le proponemos tres destinos con encanto a un paso de Madrid para disfrutar de pequeñas escapadas de fin de semana que le permitan desconectar del bullicio de la gran ciudad hasta que lleguen las tan ansiadas vacaciones. Le proponemos redescubrir la Sierra del Guadarrama, Alcalá de Henares o Segovia

DIEGO FERNÁNDEZ TORREALBA

Madrid es una ciudad, además de bonita, en la que resulta prácticamente imposible aburrirse, pues tiene la suerte de encerrar en sus calles mil millones de planes y ofertas de ocio. Pero es cierto que por culpa de su magnitud -y su tráfico- también puede resultar caótica y sofocante. Especialmente en verano, cuando el calor aprieta y el cuerpo y la mente piden una escapada a quienes se quedan durante estos meses en la capital.

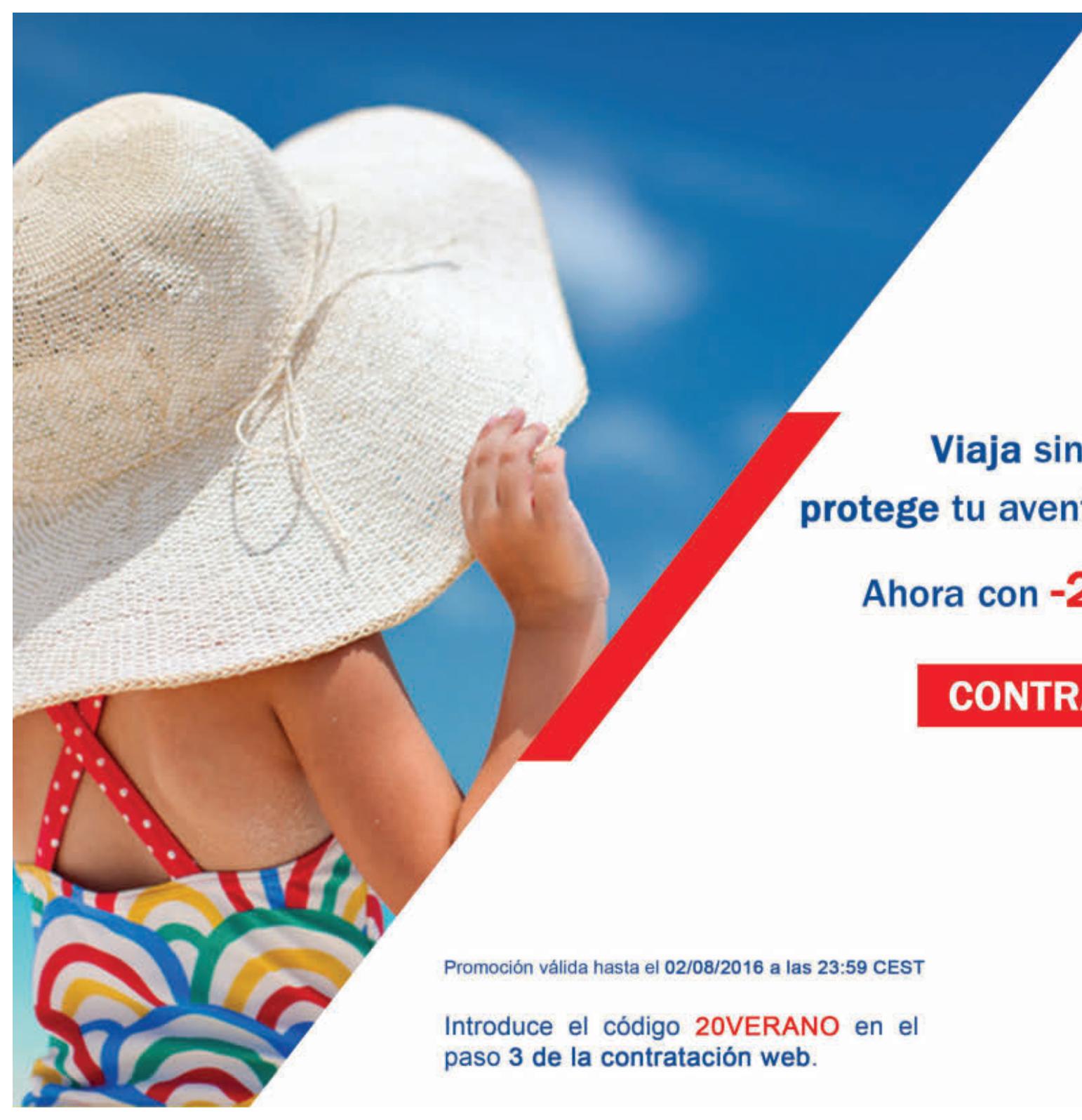
No siempre se puede disponer de tiempo o dinero para unas vacaciones más largas, pero por fortuna existe la opción de hacer un buen uso de las escapadas, pequeños planes de fin de semana a lugares cercanos que ayudan a respirar otro aire. Vamos a proponer algunas opciones para pasar dos o tres días fuera de la gran ciudad durante este verano.

La primera opción que nos viene a la cabeza, por contraste, es la de buscar el opuesto a lo que nos ofrece la urbe en el estío: tranquilidad, naturaleza... y fresquito. Tenemos la suerte de contar con la sierra norte, plagada de pueblos tranquilos y agradables -Manzanares el Real, Miraflores de la Sierra, Cercedilla-.

Desde allí parten multitud de rutas de senderismo o ciclistas gracias a las cuales podremos disfrutar de bonitos y variados paisajes de montaña, desde la peculiar, rocosa y desnuda orografía de La Pedriza hasta el frondoso espacio de pinares que rodea el puerto de Navacerrada. Alquilar una casa rural en la extensa sierra madrileña constituye un buen y sencillo plan para una escapada.

Si en lugar de en naturaleza preferimos apostar por visitar una ciudad tranquila, realizar turismo cultural y saborear una buena gastronomía podemos dirigirnos a Segovia, distante a sólo 90 kilómetros. Es una bonita y tranquila capital de provincia plagada de lugares de interés histórico y artístico -su famoso acueducto, el alcázar, la catedral, el casco antiguo medieval- y de incentivos culinarios comandados por la especialidad de la casa, el cochinillo. Además, su cercanía a la sierra hace que el calor no suela ser sofocante incluso durante los meses de verano.

Todavía más cerca queda Alcalá de Henares. Cuna de Cervantes, ciudad Patrimonio de la Humanidad y un municipio realmente animado, con una amplísima oferta cultural y de ocio y un exquisito tapeo que se puede degustar en cientos de establecimientos. Pasear por el centro, recorriendo la larga y porticada calle Mayor, contemplando la magna plaza de Cervantes o la fachada del Colegio Mayor de San Ildefonso o visitando la casa del más famoso escritor en lengua española resulta una experiencia enriquecedora.



**Viaja sin preocupaciones y
protege tu aventura con AXA Assistance.**

Ahora con **-20% DESCUENTO**

CONTRATA TU SEGURO

Promoción válida hasta el 02/08/2016 a las 23:59 CEST

Introduce el código **20VERANO** en el
paso 3 de la contratación web.

 **ASSISTANCE**
reinventando / los servicios



Comer con consciencia, más allá de dietas imposibles, y aliviar el estrés de la vida diaria es posible gracias a los nuevos locales gastronómicos que hacen del 'mindfoodness' su seña de identidad. En Madrid tenemos varios ejemplos, La lata de sardinas, Levadura Madre Malasaña o Montes de Galicia o Bendita Locura son algunos de los locales fetiche de este movimiento. EE

¿TE APUNTAS AL 'MINDFOODNESS'?

Se trata simplemente de comer con consciencia, mirando los ingredientes que ingerimos y tomándonos el tiempo necesario para disfrutar de la hora de la comida -o la cena-. Esta nueva tendencia ha desembarcado en varios locales madrileños y es diametralmente opuesta a la filosofía del 'fast food'

ANA M. SERRANO

El *mindfoodness* está de moda. Es lo último en gastronomía. Al margen de las dietas imposibles, las *detox* y toda la parafernalia de milagros que las rodean, este nuevo término anglosajón se acerca mucho más a la filosofía zen y al bienestar general que a la lucha por lograr un físico perfecto. Pero, ¿Qué demonios significa la dichosa palabra? Aprender a comer de manera consciente. Así de sencillo o de complicado. Pues se trata emplear los alimentos para beneficio de nuestro cuerpo, pero también de nuestro espíritu. En resumen, liberarnos del estrés y la ansiedad a través de la alimentación.

Claro que semejante planteamiento puede sonar como algo raro. Sin embargo, esta deliciosa terapia gastronómica es una invitación al placer. A disfrutar de los alimentos, sacándolos de la rutina, combinándolos de forma equilibrada, saludable y, por encima de todo, a degustarlos con la más absoluta tranquilidad. Olvidarnos de las bombas calóricas -absolutamente innecesarias, además de inútiles a la hora de calmar los nervios-, de la televisión, del móvil, de la pantalla del ordenador y de todo aquello que nos distraiga del mero hecho de comer. Porque el *mindfoodness* -que no es nada nuevo- se traduce en dedicarle al acto de sentarse frente a un plato de comida el tiempo y la importancia que merece.

Nacho Aguilar tiene muy claro lo que hacemos mal: "La manera de comer tiene mucho que ver con nuestra propia personalidad; nos define tanto aquello que ingerimos como la forma en que lo hacemos". Así lo explica el responsable de *La lata de sardinas*. Uno de los restaurantes madrileños -pequeño e íntimo- que se suman a esta última tendencia con platos exquisitos como las alcachofas tempurizadas sobre *parmentier* de boletus y alioli de miel. También la carne y el pescado son perfectos para quienes tienen esa ansiedad que les obliga a comer a todas horas sin saber muy bien lo que hacen ni su efecto nocivo. Por ello, en el restaurante *Montes de Galicia*, el bacalao con costra de mayonesa y pil-pil, el ceviche sashimi y las hamburguesas de wagyu son el santo y seña de una cocina tan delicada como saludable.

Igual que la ensalada de quinoa, espinacas y pollo asado; el salmón marinado en cítricos o el humus con pan de pita que sirven en *Bendita Locura Coffee & Dreams*. Otro de los templos del *mindfoodness* madrileño que, junto al recién estrenado *Levadura Madre Malasaña* -nuevo local que aún a cafetería con venta de pan artesano, hecho allí mismo- nos proponen un verano sano y delicioso gracias a una nueva forma de comer. Porque está claro que las bombas alimentarias se desactivan con la (re)educación. ¿Te apuntas?