

Seguros

elEconomista

Revista mensual

13 de julio de 2017 | Nº 48

EL SEGURO DE VIDA AÚN TIENE MARGEN PARA CRECER UN 50%

Las familias españolas tienen un déficit de protección que supera los 28.000 millones de euros | P26



Óscar Herencia

Director general de MetLife Iberia

“El asegurado quiere una relación en la que le ayudes a tomar decisiones” | P16

¿Sabe qué puede hacer el seguro por usted, su familia y su negocio? | P8

La inteligencia artificial toma posiciones también en el diseño de automóviles | P20

4. ¿Sabía qué...?

Ponga un 'manitas' en su seguro de hogar

El seguro de hogar cuenta con garantías adicionales, como los servicios de reparación

13. Contratar un seguro...

Opciones seguras para estudiar en el extranjero

Si su hijo va a estudiar en el extranjero hay opciones aseguradoras para garantizar su tranquilidad

19. Todo lo que necesita...

Comunidades de vecinos sin riesgos

Los seguros de comunidades protegen los edificios de viviendas de los daños más habituales

30. Seguro y deporte

Paddle surf: el calmado deporte de moda

Descubra todo lo que debe saber del deporte náutico que ha conquistado las costas españolas

Edita: Editorial Ecoprensa S.A. **Presidente de Ecoprensa:** Alfonso de Salas
Vicepresidente: Gregorio Peña **Director Gerente:** Julio Gutiérrez
Directora de Relaciones Institucionales: Pilar Rodríguez **Subdirector de RRLL:** Juan Carlos Serrano

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

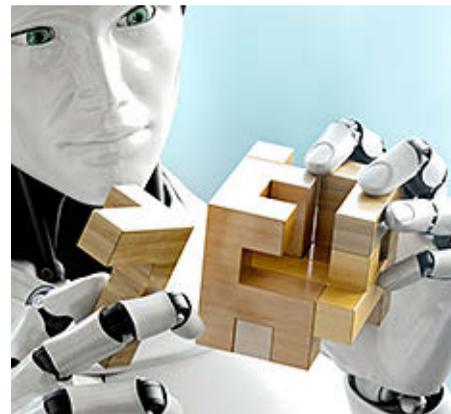
Reportaje

¿Sabe qué puede hacer el seguro por usted?

Es el guardián silencioso. El sector asegurador español atiende cada año más de 50 millones de imprevistos



08



20

Motor

¿Sueñan los androides con ovejas eléctricas?

La inteligencia artificial va ganando terreno en nuestro día a día, también en el diseño de los automóviles

Entrevista

Óscar Herencia, director general de MetLife Iberia

"El asegurado quiere tener una relación a largo plazo en la que le ayudes a tomar decisiones"



16



26

Ahorro y jubilación

El 'gap' de protección supera los 28.000 millones de euros

El seguro de vida juega un papel relevante en la estabilidad financiera de las familias y tiene mucho potencial de crecimiento



Necesitamos más y mejor consciencia frente al riesgo

No somos conscientes del riesgo. O no queremos serlo. Al menos, no de todo lo malo que nos puede pasar tanto dentro como fuera de nuestro hogar. Y no es una cuestión de juventud, vivir ajenos al riesgo es algo que bien puede pasar a los 20 o a los 70 años. Y a los españoles aún nos queda mucho para estar bien protegidos frente a imprevistos. De acuerdo con los datos de Fundación Mapfre, la brecha de protección del seguro de vida supera los 28.000 millones de euros, lo que significa que estamos un 50 por ciento menos asegurados de lo que deberíamos.

Una lectura positiva para el sector es que el seguro de vida cuenta con un potencial de crecimiento del 50 por ciento del mercado total de seguros. Analizamos las consecuencias de esta brecha y lo que aporta el seguro de vida a las familias en nuestra sección *Ahorro y jubilación* y, además, entrevistamos este mes a Óscar Herencia, director general de MetLife en Iberia, una de las compañías especialistas en el ramo de vida del mercado mundial. Herencia nos habla de la nueva estrategia de la compañía tras el cambio de marca global y de sus proyectos en España para los próximos meses, que incluyen la entrada en el ramo de asistencia.

Más allá del seguro de vida, el sector juega un papel determinante en la estabilidad financiera y en el desarrollo económico de familias y empresas. Dedicamos el reportaje de julio a descubrir qué puede hacer el seguro por nosotros. No está todo lo que hace, porque la lista sería larguísima, pero sí una muestra de algunas de las cifras más relevantes de un sector que supone más del 5 por ciento del PIB anual español y que al año gestiona más de 50 millones de imprevistos, percances o siniestros, como quieran llamarlos.

El conjunto del sector asegurador mantiene, además, un importante papel como inversor institucional, con una cartera de inversión que ronda los 200.000 millones de euros y se reivindica como un *contribuyente institucional* tras ingresar al Estado en materia de impuestos más de 7.087 millones de euros en 2016. Como se acercan las vacaciones y no todo es trabajar, les ayudamos a encontrar la mejor tecnología para disfrutar en sus días de descanso, les invitamos a pasear por las calles de la ciudad azul, Chafcheouen, les ayudamos a disfrutar del sol sin poner en peligro su salud... Como siempre, encontrará los mejores consejos para ahorrar y encontrar los seguros que mejor se adapten a sus necesidades. Esperamos que disfruten de la lectura, nos volvemos a leer en septiembre.

El seguro de vida tiene un potencial de crecimiento del 50% del mercado en España, ya que la brecha de protección de las familias a través del seguro de vida supera los 28.000 millones de euros, según los datos disponibles

PONGA UN 'MANITAS' EN SU SEGURO DE HOGAR

Todos sufrimos en algún momento pequeños desperfectos en nuestros hogares que no tenemos ni la habilidad ni el tiempo ni las ganas de arreglar. Por eso se hace importante contar la ayuda de un profesional

DIEGO FERNÁNDEZ TORREALBA

El mundo se divide entre *manitas*, aquellos que son capaces de reparar por sí mismos cualquier pequeña incidencia, y *manazas*, los que las pasan canutas para resolver cualquier pequeño problema que se les presenta en su hogar. La buena noticia para los menos hábiles es que no tienen por qué preocuparse, pues siempre habrá alguien dispuesto a ayudarles.

Esta ayuda suele conllevar un gasto considerable de dinero, pero hay una interesante opción para evitar pagar por separado cada servicio que se precise. En la actualidad numerosos seguros de hogar incluyen entre sus coberturas una de gran utilidad: el servicio de bricolaje o, coloquialmente, el servicio de *manitas*.

Mediante esta cobertura la aseguradora facilita al asegurado el servicio de un profesional especializado en reparaciones en el hogar. Éste puede encargarse de los trabajos de mantenimiento, de bricolaje o de reforma en nuestra vivienda que necesitemos, normalmente a pequeña escala. Al fin y al cabo, no todos los daños que suframos en casa tienen por qué ser de una extrema gravedad; esos pequeños daños que provocan que nuestro día a día resulte más incómodo también son importantes, y poder afrontarlos con la ayuda de nuestra compañía de seguros es una buena opción.

Gracias a esta cobertura podemos tener a nuestra disposición profesionales especializados en una gran variedad de campos: carpinteros, cerrajeros, electricistas, cristaleros,

albañiles, fontaneros, jardineros, pintores, reparadores de electrodomésticos..., e incluso hombres orquesta que saben de todo un poco y pueden encargarse prácticamente de cualquier reparación.

Esta cobertura resulta de una gran utilidad, ya que es prácticamente imposible no sufrir, a lo largo de los años, varios pequeños percances en casa o simplemente querer realizar algunos ligeros cambios en nuestro hogar, por un motivo práctico o estético. Mediante el servicio de *manitas* el tomador del seguro se ahorra por un lado tiempo y por el otro dinero en labores de bricolaje.

Los trabajos con los que podemos contar si disponemos de esta cobertura son múltiples. Desde la colocación de cortinas, cuadros, estanterías, bisagras o espejos hasta la de enchufes, lámparas, apliques o bombillas. Montaje de muebles, sellados con silicona, purga de radiadores, reparación de grifos o de cisternas, mantenimiento de superficies como suelos o paredes... Prácticamente hasta donde nos alcance la imaginación.

Hay que tener en cuenta que las compañías aseguradoras suelen poner ciertos límites, tanto con respecto al número de servicios de los que podemos disponer anualmente como con la cantidad de horas de trabajo del especialista correspondiente. Pero de cualquier manera siempre parece importante contar con la ayuda de un *manitas*; y si esta se encuentra incluida en nuestra póliza de hogar, mucho mejor.



Antares, la compañía de seguros de Vida y Accidentes de Telefónica

Fundada en 1987, Antares nació para cubrir las necesidades de protección y previsión social de los empleados de Telefónica. La compañía de seguros personales del gigante de las telecomunicaciones español acumula una experiencia de tres décadas en seguros de vida, accidentes y salud para clientes particulares y colectivos de empresas.

Su principal objetivo es "poner a disposición de asegurados, empresas y mediadores las mejores soluciones aseguradoras y ofrecer respuesta a las necesidades de nuestros clientes, con el propósito de prestar un servicio de calidad y cercanía", según explica la compañía en su página web.

Al cierre de 2016, Antares registró un volumen de primas de 178,37 millones de euros, con una cuota de mercado del 0,28 por ciento en volumen de primas, de acuerdo con los datos de Investigación Cooperativa entre Entidades Aseguradoras (Icea).

■ Año de fundación:

1987

■ Sede social:

Distrito Telefónica. Ronda de la Comunicación, s/n 28050 Madrid

■ Número total de empleados:

39

■ Distribución por género:

Mujeres: 24 (61,6 por ciento)

Hombres: 15 (38,4 por ciento)



Enrique Acedo Asín

Director general de Antares

Antares

■ Distribución en puestos directivos y mandos intermedios:

Mujeres: 8 (57,1 por ciento)

Hombres: 6 (42,9 por ciento)

■ Incorporaciones a la plantilla en 2016:

9

■ Ramos en los que opera:

Vida, accidentes y salud

■ Volumen de primas:

Primas y provisiones al cierre de 2016: primas devengadas: 178,37 millones de euros.

Ramo de vida: 77,25 millones

Ramo de no vida (accidentes): 1,91 millones de euros; Salud: 99,2 millones de euros. Provisiones técnicas:

832,77 millones de euros.

■ Cuota de mercado:

0,28 por ciento al cierre de 2016 en facturación

■ Número de oficinas:

La compañía no cuenta con red de oficinas

■ Perfiles en Redes Sociales:

La compañía no cuenta con perfiles en redes sociales

■ Canales de venta:

Directo y a través de mediadores de seguros

■ Contacto (clientes):

A través de la dirección de correo electrónico clientesantares@telefonica.com y del teléfono 91 523 63 45

■ Director general:

Enrique Acedo Asín

NUEVOS PRODUCTOS

HELVETIA RENUEVA SU GAMA DE SEGUROS DE HOGAR

'Helvetia Hogar 20.20' cuenta con dos modalidades de contratación que permiten cubrir las necesidades de cualquier vivienda, ya sea en propiedad o alquiler

REDACCIÓN

Helvetia Seguros ha renovado su oferta de seguros de hogar con el lanzamiento de una nueva línea de productos que permite al asegurado "mayor personalización y agilidad en la contratación y un abanico más amplio de coberturas y garantías para garantizar la máxima seguridad en su

vivienda", explica la compañía en un comunicado. *Helvetia Hogar 20.20* supone "una profunda actualización y renovación de los productos anteriores". La nueva gama de seguros de hogar de la compañía ofrece "las coberturas más completas del mercado, amplios límites en las coberturas de robo y daños por agua, y los servicios más exclusivos, como la reparación de electrodomésticos y bricohogar, entre otros".

Helvetia propone dos modalidades de contratación que se adaptan a las características de cada vivienda: *Helvetia Hogar Élite 20.20* y *Helvetia Hogar Alquiler 20.20*. El producto *Helvetia Hogar Élite 20.20*

EE

ofrece una amplia variedad de garantías para una protección integral de la vivienda, como responsabilidad civil de perros peligrosos y de cazadores, rotura de peceras, instalación solar o retirada de árboles, entre otras.

Mientras que la modalidad de *Helvetia Hogar Alquiler 20.20* dispone de un abanico de garantías tanto para arrendadores como para arrendatarios, entre las que destacan el impago del alquiler, la RC, la inhabilitación temporal de la vivienda y la protección ante los actos vandálicos. *Helvetia Hogar Vital* completa la gama. Este producto "ofrece las coberturas imprescindibles para garantizar la seguridad de la vivienda", explica Helvetia.



EE

RESPONSABILIDAD SOCIAL

'SUPERDOGS' PARA GUARDAR TU VIVIENDA

Generali pone en marcha una campaña para fomentar la adopción y frenar el abandono de mascotas

REDACCIÓN

Sabía que los hogares con perro son más seguros? A pesar de ello, cada año se abandonan en España 120.000 perros. Generali ha lanzado la campaña *Superdogs* para fomentar la adopción de estos *superperros* que necesitan un hogar que proteger. Para que no haya hogares sin perro, ni perros sin hogar.

El verano es uno de los momentos del año donde más abandonos de perros se producen, una tendencia que está relacionada directamente con las vacaciones estivales. El objetivo de la compañía es

"concienciar sobre la importancia de la adopción de animales y contra el abandono", explica Generali en un comunicado. "El abandono de mascotas, perros en su mayoría, durante los meses de verano es un problema en nuestro país", afirma Javier Las Heras, director de Comunicación y RSC de Generali España. "Para llamar la atención sobre este asunto, hemos buscado una forma diferente y divertida de hacerle frente, persiguiendo el objetivo de que estos perros encuentren un nuevo hogar".

Con esta idea como base, la acción *Superdogs* comenzará con el entrenamiento de cinco perros en situación de adopción. Gracias a la colaboración de la Asociación Canina TAO, un adiestrador les enseñará habilidades con las que ayuden a hacer que sus nuevos hogares sean más seguros. El objetivo es que sean adoptados por personas que deberán pasar un cuidadoso examen de idoneidad antes de ser seleccionadas por la Residencia Canina Dog Horse City. Si quiere formar parte de esta acción puede hacerlo a través de www.generalisuperdogs.es.



LEY DE DISTRIBUCIÓN: MÁS PROTECCIÓN PARA EL ASEGURADO

La Asociación Profesional de Corredores de Seguros (Aprocose) celebró el 28 de junio su 'XIV Quieres Saber' centrado en el análisis de la última versión del Anteproyecto de Ley de Distribución de Seguros

v.m.z.

El próximo 23 de febrero de 2018 entrará en vigor la futura Ley de Distribución de Seguros y Reaseguros. Esta norma adapta la Directiva europea de Distribución, cuyo objetivo principal es aumentar la protección del consumidor a la hora de recibir el asesoramiento necesario para contratar un seguro. Esta legislación reordena las diferentes figuras que intervienen en la venta de seguros, desde las propias aseguradoras hasta los comparadores de seguros, y su principal objetivo es evitar a toda costa las malas prácticas que en los años de la crisis se detectaron en la comercialización de otros productos financieros por parte de la banca.

Los corredores de seguros serán unos de los profesionales del sector asegurador más afectados por esta nueva legislación;

por eso, Aprocose, la Asociación Profesional de Corredores de Seguros, analizó las luces y sombras del Anteproyecto de Ley de Distribución en su *XIV Quieres Saber* el pasado 28 de junio en Valencia.

Maciste Argente fue el encargado de abrir una jornada en la que participaron los máximos representantes de la mediación de la Comunidad Valenciana. Virginia Martínez, abogada de Hogan Lowells analizó a fondo el estado actual de la transposición de la norma. Entre las principales novedades del Anteproyecto de Ley están la incorporación de la figura del mediador de seguros complementario y las nuevas obligaciones de información al consumidor, especialmente en los seguros de vida con componente de inversión. Otros de los puntos polémicos para los corredores de seguros es la obligación de contar con cuentas separadas para gestionar los fondos de clientes y con la garantía de un seguro de caución.

Tomás Rivera, presidente de Fecor, moderó una mesa de debate en la que participaron los máximos representantes de la mediación de la Generalitat Valenciana: Jesús Valero, responsable de la Unidad de Mediación de la Generalitat Valenciana; Mónica Herrera, presidenta del Colegio de Mediadores de Seguros de Valencia; Eusebio Climent, presidente del Colegio de Mediadores de Alicante; Antonio Fabregat, presidente del Colegio de Mediadores de Castellón; Florentino Pastor, presidente de ACS-CV, y Maciste Argente, presidente de Aprocose.

Todos coincidieron en la complejidad de una norma que "aumenta las obligaciones y las cargas de los corredores de seguros" y se deja cuestiones relevantes en el tintero, como la regulación exhaustiva de los comparadores de seguros o el cambio de posición mediadora. Los representantes de la mediación valenciana lamentaron que la nueva Ley de Distribución no recoja las peticiones hechas por los profesionales de la mediación y sí algunas consideraciones realizadas por otros grupos de presión. A pesar de ello, tanto Tomás Rivera como Maciste Argente destacaron la capacidad de adaptación de los profesionales de la mediación y su capacidad de aportar valor al asegurado.

¿SABE QUÉ PUEDE HACER EL SEGURO POR USTED?

El sector asegurador resuelve cada año más de 50 millones de sucesos. Desde los más fáciles, como una gotera en su hogar, hasta grandes accidentes de tráfico y complicados siniestros en industrias

V.M.Z.



El riesgo nunca duerme, siempre está al acecho, dispuesto a hacer de las suyas cuando menos se lo espera. Pero no queremos ser agoreros, porque contamos con la protección silenciosa y casi permanente del seguro. Pero no lo decimos nosotros, no, lo dicen las cifras. En lo que usted tarda en llegar

de Madrid a Barcelona en el puente aéreo, el sector asegurador se ha ocupado de 693 accidentes leves de tráfico, con un coste de 453.750 euros, 81 accidentes graves de tráfico, con 301.260 euros en prestaciones; 14 robos de vehículos; 3.415 actos médicos y prestaciones de salud con un importe de 684.305 euros y 280 problemas en empresas y comercios, con un importe de 227.788 euros. Esta es solo una muestra de la actividad que desarrolla el sector asegurador en una hora, con datos que recopila Unespa en el informe *Estamos Seguros 2016*, con el que quiere hacer llegar a la sociedad la labor que el seguro hace día a día. El objetivo fundamental del seguro es resolver problemas, y cada año se ocupa de más de 50 millones de siniestros que reclaman pagos que equivalen al salario anual de 1,2 millones de trabajadores. Como afirma el informe, “el seguro no descansa, nunca se para, porque tampoco lo hacen los percances que sufren sus clientes”.

Protección del patrimonio

Quizá los seguros más habituales en un hogar sean los que cubren los daños patrimoniales. Estos incluyen el seguro de hogar y el de automóviles. El seguro de automóviles es el que más se contrata en España. Un 80 por ciento de los hogares cuenta con una póliza de este tipo. Esto se debe, en parte, al carácter obligatorio de este seguro. Los vehículos no asegurados que causen algún accidente están cubiertos por el Consorcio de Compensación de Seguros que se encarga, además, de cubrir los riesgos de carácter extraordinario, ya sean provocados por la naturaleza o por la mano del hombre. Unespa explica que más allá de la protección de los daños materiales, el seguro de autos es “un complejo mundo de servicios que atiende todos y cada uno de los percances que le pueden ocurrir tanto a los vehículos como a los que viajan en ellos, a los peatones y a los ciclistas”. El sector asegurador resuelve cada año 11 millones de incidentes “gracias a una de las plataformas de servicios más eficientes de la economía española”.

Atención a las víctimas

Lo que muchos asegurados desconocen es que la atención sanitaria de los heridos en accidentes de tráfico corre a cuenta de las compañías de seguros.

Desde el rescate en carretera, el traslado a un centro hospitalario y todos los actos médicos que requiera. Incluso la rehabilitación de lesiones, si es necesaria. El informe *Estamos Seguros* recuerda que el compromiso del sector con las víctimas y lesionados de tráfico se traduce en un desembolso de 550 millones de euros en 2016 para el pago de los gastos de asistencia sanitaria en accidentes de tráfico.

Otro de los seguros más contratados por las familias españolas es el de hogar. Según los últimos datos disponibles, el 75 por ciento de las viviendas están aseguradas en España. Esta es una cifra relevante, ya que la vivienda es el principal activo financiero de gran parte de las familias españolas. ¿Se imagina las consecuencias que tendría perder la vivienda como consecuencia de un incendio y no contar con la protección de un seguro? Aunque el seguro de hogar no es obligatorio, a la hora de firmar una hipoteca con un inmueble como garantía sí que es necesario tener la vivienda asegurada contra incendios.

El seguro de hogar se ha convertido en un producto *todoterreno* que cubre tanto los daños que se produzcan en la vivienda como los que puedan sufrir sus habitantes dentro y fuera de sus cuatro paredes. Recuerde, en lo que tarda el puente aéreo entre Madrid y Barcelona se producen 807 problemas en viviendas atendidos por el seguro, con un desembolso de 291.361 euros. Los percance más habituales son los daños provocados por el agua, por ejemplo, una gotera. ¿Le suena?

Las compañías que operan en este ramo del negocio asegurador

El 80% de los hogares españoles tiene su vehículo asegurado, según la última EPF

Las compañías gestionan ahorro de sus asegurados por valor de 210.000 millones de euros

incluyen garantías y servicios de valor añadido que hacen que estas pólizas se conviertan casi en verdaderos asistentes personales de los hogares.

Protegidos hasta el último momento

Uno de los seguros que más valoran las familias españolas es el de decesos. Más del 50 por ciento de los hogares españoles cuentan con esta póliza que lleva comercializándose cerca de 150 años y cuyo cometido principal es el de hacerse cargo de los costes del sepelio cuando el asegurado fallece. Pero estos seguros van más allá y ofrecen un completo servicio de asistencia a la familia en uno de los momentos más delicados, facilitando una solución integral a todos los problemas relacionados con la muerte de un ser querido.

De acuerdo con los datos de la patronal del sector asegurador que preside Pilar González de Frutos, cada hora el sector atiende 35 prestaciones de decesos, con un coste de 100.881 euros. En 2016, el sector asegurador atendió 243.122 sepelios, el 60,4 por ciento del total de los producidos en España.

Pero antes de llegar a este extremo, el seguro le ha acompañado a lo largo de su vida protegiéndole. El 27 por ciento de los hogares cuenta con seguro privado de salud, de acuerdo con la última *Encuesta de Presupuestos Familiares* (EPF) elaborada por el Instituto Nacional de Estadística (INE). Estas pólizas atienden las necesidades sanitarias de sus asegurados, además de las prestaciones económicas provocadas por una enfermedad o

También respalda el desarrollo de las empresas

La protección del sector asegurador también se extiende a las actividades industriales, empresariales y agrarias. Muchos de los negocios y actividades más habituales no podrían desarrollarse sin contar con la protección de un seguro. Cada hora, el sector se ocupa de:

280

Problemas en empresas y comercios. Los diversos percances que pueden ocurrir en comercios y empresas cuestan al seguro 227.788 euros cada hora.

10

Siniestros relacionados con las pérdidas pecuniarias. Si un siniestro obliga al cierre temporal de una empresa o comercio, si el empresario cuenta con la cobertura de pérdidas pecuniarias, el seguro le indemnizará por las pérdidas económicas sufridas durante el parón de actividad. Estos siniestros obligan a las compañías a desembolsar 8.608 euros de media cara hora, según indica el informe 'Estamos Seguros 2016'.

7

Siniestros relacionados con el seguro de crédito y caución, con un coste de 17.949 euros. El seguro de crédito y caución ofrece la confianza necesaria a las empresas para hacer operaciones con otras empresas. En caso de sufrir un impago, se ocupa de la deuda y posteriormente la reclama a la empresa morosa, permitiendo que la empresa asegurada pueda seguir realizando su actividad. El seguro de crédito y caución

se ha convertido, además, en una herramienta clave en la internacionalización de las pymes.

23

Accidentes personales no de circulación. Ya sea en la vida personal o profesional, los accidentes ocurren y pueden ser una importante fuente de problemas a corto y largo plazo para una familia. Cada hora el seguro atiende 23 accidentes no relacionados con la circulación, con un coste de 35.573 euros.

una hospitalización. Solo en 2016, el sector se hizo cargo de más de 3.700 millones de euros en pagos del seguro de asistencia sanitaria, 123 millones de euros en subsidios e indemnizaciones; 465 millones de euros en concepto de reembolso de gastos y 1.463 millones de euros en la atención de los asegurados pertenecientes a mutualidades de funcionarios. En total, el seguro de salud atiende a 11,1 millones de asegurados.

El seguro de vida es otro de los encargados de proteger a las personas todos los días de su vida mientras la póliza esté en vigor. Su misión es dar estabilidad en el futuro y su función es doble. Por un lado, permite prevenir las consecuencias económicas del fallecimiento o la invalidez a través de un capital garantizado. Además, permite al asegurado construir poco a poco un ahorro para el futuro, principalmente, para complementar la pensión de jubilación. Más de 20 millones de españoles cuentan con un seguro de vida, ya sea de riesgo o de ahorro. Este ramo del negocio asegurador gestiona, además, ahorro de sus clientes por valor de 210.000 millones de euros.

Y cuando decimos que el sector lo protege todo y a todos, es cierto. No se olvida de los mejores amigos del ser humano, las mascotas. Cada vez más hogares españoles tienen mascota, ya sea un perro, un gato o algún tipo de animal exótico. Forman parte de la familia, y como tal deben estar protegidos. El sector asegurador ha detectado una demanda creciente de protección para los animales de la casa y ha lanzado una serie de pólizas que, más allá de la responsabilidad civil, prestan multitud de servicios relacionados con la salud y el bienestar del animal de compañía. Por poner un ejemplo, el coste medio de las prestaciones veterinarias realizadas en 2016 por el seguro en España asciende a 915,85 euros.

El papel protector del seguro se extiende fuera de las fronteras del hogar y es uno de los pilares del desarrollo económico y empresarial del país. El seguro español registró en 2016 un volumen de negocio de 63.827 millones de euros, un 12,24 por ciento más que un año antes. Esta cifra equivale aproximadamente al 5,5 por ciento del PIB anual.

Siempre se ha destacado, además, el papel del sector asegurador como inversor institucional, pero en la presentación del informe *Estamos Seguros 2016*, González de Frutos quiso destacar el papel de “contribuyente institucional” que tiene el seguro. De acuerdo con un estudio elaborado junto a PwC, en 2016 las aseguradoras generaron unos ingresos al Estado de 7.087 millones de euros entre impuestos soportados y recaudados. Eso supone una aportación de 19 millones de euros al día a las arcas públicas.

Los impuestos satisfechos directamente por las aseguradoras sumaron



Miguel Ángel Vázquez, Pilar González de Frutos y Eduardo González, durante la presentación del 'Informe Estamos Seguros 2016'.

P. MORENO

7.087

El sector asegurador aportó 7.087 millones de euros en impuestos a Hacienda en 2016

3.157 millones de euros el pasado año. Esta cifra incluye el Impuesto de Sociedades, el Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA), la contribución de bomberos, los Impuestos sobre la Propiedad o la aportación por parte de las aseguradoras a la Seguridad Social de sus trabajadores.

Por el Impuesto de Sociedades las más de 200 compañías registradas en España abonaron 1.315 millones de euros. Esta cantidad representa el 6 por ciento de todo lo recaudado por parte de Hacienda por este concepto el pasado año. Le sigue en importancia el IVA, que supuso el pago de otros 1.028 millones por parte de las entidades. Otros conceptos destacados entre los impuestos soportados por el seguro son la contribución a la Seguridad Social a cargo de la empresa (486 millones). El papel protector del seguro se extiende a prácticamente todos los ámbitos de la sociedad, en cualquier actividad, aunque en muchas ocasiones no se vea y no sepamos apreciarlo de la manera que se merece.



Preventiva

Seguros



preventiva.com

AFIN.2

Asistencia Familiar Integral

Decesos o

Accidentes o

Hogar o

Vida o

Más fácil, más cómodo, todos tus seguros en una póliza y en un solo recibo.

CONSIGA UN HOGAR FRESCO Y SANO

El aire acondicionado ya es imprescindible durante los meses de verano en muchos lugares de la geografía española, y en las ciudades, el asfalto y el tráfico suben la temperatura. Un uso razonable le ayudará a disfrutar del verano con una temperatura agradable y sin vaciar su cartera

CARMEN LANCHO

Instalar el aire acondicionado en el hogar va más allá del capricho. En verano, con temperaturas que llegan a superar en el exterior los 40º, realizar cualquier actividad supone un gran esfuerzo. Y aunque cada persona tiene unos gustos, es importante recordar que los cambios bruscos de temperatura perjudican la salud y suben de manera drástica las facturas de la luz. Una temperatura óptima para cualquier espacio interior debe situarse entre los 24 y los 26 grados. Al igual que ocurre en invierno, poder programar la temperatura le proporcionará gran confort en su vivienda y le ayudará a mantener unos consumos de electricidad óptimos, ya que no necesitará realizar grandes bajadas de temperatura si la casa se mantiene convenientemente refrigerada.

En este sentido, son de gran ayuda los termostatos digitales que se pueden programar, así como distintos sensores que permiten controlar la temperatura y las horas de funcionamiento a través de *apps*. Los sistemas más avanzados son los domóticos, que permiten controlar otros elementos que ayudarán a mantener el sol alejado de su hogar, como manejar cortinas y persianas motorizadas según sus necesidades.

La utilización del aire acondicionado está totalmente generalizado. Pero, ¿qué ocurre con aquellas personas que sufren alergias o enfermedades por usarlo de forma indebida? Hay personas que en verano suelen sufrir cuadros de rinitis, dolor de cabeza o dolor de garganta por culpa de un frío excesivo o de una incorrecta instalación. El aire frío no debe dirigirse sobre las personas, debe refrigerar los ambientes. Puede evitar problemas de salud y ahorrar dinero poniendo en práctica remedios de toda la vida para refrescar su casa.



ISTOCK

Combine el uso del aire acondicionado con ventiladores. Esto ayuda a mover el aire y aumenta la sensación de frescor. La limpieza de los filtros es fundamental. Al menos una vez al año, deberá realizar estas tareas de mantenimiento, que le aportarán una mejora en el rendimiento de sus equipos. La limpieza de filtros evita también la acumulación de hongos y

gérmenes. Revise también los filtros del aire acondicionado de su coche. Utilice humidificadores y tenga plantas en su hogar, aportarán humedad en el ambiente. Aproveche las primeras horas del día para ventilar la casa y renovar el aire. Después, evite el sol directo, cierre las ventanas para que no entre aire caliente de la calle y mantenga las persianas y toldos bajados.

OPCIONES SEGURAS PARA ESTUDIAR EN EL EXTRANJERO

Cada vez más jóvenes apuestan por pasar unos meses o un año estudiando o trabajando en el extranjero. Para ayudar a hacer frente a imprevistos y problemas, cobra sentido el seguro de viajes al extranjero para estudiantes

DIEGO FERNÁNDEZ TORREALBA

Varios lustros después de la desaparición del servicio militar obligatorio, muchos de nuestros jóvenes, cada vez más, siguen haciendo otra especie de *mili*: pasar un curso lectivo en el extranjero trabajando, estudiando o ambas cosas

a la vez. Los beneficios de una experiencia así son múltiples: aprenden a valerse por sí mismos, socializan, lo pasan bien -a veces demasiado- y se empapan de otra cultura e idioma.

Parece una situación idílica, pero no deja de entrañar numerosos riesgos y complicaciones. El tiempo de ausencia es elevado, las situaciones conflictivas o complicadas se producen sí o sí, y el joven debe además afrontarlas sin la ayuda directa de sus padres y su entorno. Y, sin su apoyo, no está de más contar con el respaldo de un seguro de viaje para estudiantes.

¿A quiénes van dirigidos? A todo tipo de jóvenes, e incluso no tan jóvenes, que vayan a estudiar o trabajar a otro país. Por eso es crucial conocer si podremos contar con un seguro que nos cubra en nuestro lugar de destino. La gran mayoría tiene vigencia en las naciones europeas, aunque algunos cubren países mediterráneos y otros incluso territorios lejanos. Eso sí, será realmente complicado encontrar quien nos asegure si viajamos a una región peligrosa o en conflicto, y si lo logramos deberemos desembolsar una alta suma de dinero.

Pero vayamos con las coberturas. Para empezar debemos hablar de la que es quizás la más importante, la de gastos

médicos. Cubre el desembolso de dinero que provoque cualquier enfermedad o accidente sufrido por el joven -visita a médicos, hospitalización, gastos farmacéuticos u hospitalarios- durante su periodo de estancia en el extranjero. Este seguro puede incluir varias coberturas más, como traslados, envío de medicamentos, gastos odontológicos...

Otra garantía que se antoja importante es la de anulación, que permite a la persona asegurada recuperar el dinero que haya invertido, o al menos parte de él, si finalmente no emprende su viaje. Siempre, eso sí, que la razón de la cancelación esté incluida en el contrato entre el tomador y la aseguradora, y que se trate de un imprevisto serio -enfermedades, robos, hospitalizaciones, daños graves en el domicilio- y no de un simple cambio de opinión. Dependiendo del seguro que contratemos, podemos estar también amparados por coberturas de interrupción del viaje, demora o incluso repatriación.

Pero sigamos con posibilidades menos lúgubres y más comunes, como la pérdida del equipaje por extravío o robo, o incluso los daños sufridos en nuestra maleta. Los seguros para estudiantes suelen contemplar estas situaciones, aunque su protección habitualmente sólo ampara los periodos de desplazamiento y no los de estancia.

Adelanto de fondos y defensa legal son otras coberturas muy a tener en cuenta cuando hablamos de jóvenes en el extranjero. Más extrañas son otras, como las indemnizaciones por accidente o pérdida -involuntaria- de clases.



MUTUA MADRILEÑA ALCANZA LA EXCELENCIA EN GESTIÓN DE LA ENERGÍA

La compañía madrileña se ha convertido en la primera aseguradora a nivel mundial en recibir el 'Premio a la Excelencia en Gestión de la Energía' (Award of Excellence in Energy Management) otorgado por CEM (Clean Energy Ministerial)

EE



De izquierda a derecha, los representantes de Mutua Madrileña, Arabian Cement Company y Abu Dhabi National Oil Company, las tres empresas galardonadas en los 'Premios de Excelencia en Gestión Energética CEM 2017'. EE

Promover una política energética eficiente, limpia y respetuosa con el medio ambiente es uno de los objetivos de Mutua Madrileña, la aseguradora madrileña que mantiene un compromiso máximo con la eficiencia energética y el cuidado del entorno. Y así se ha

manifestado con el último reconocimiento mundial que ha recibido: Mutua se ha convertido en la primera aseguradora en todo el mundo en recibir el *Premio a la Excelencia en Gestión de la Energía (Award of Excellence in Energy Management)* otorgado por CEM (*Clean Energy Ministerial*), foro global que promueve la implantación de políticas energéticas limpias, formado por representantes de la Unión Europea y de los gobiernos de 24 países independientes de todos los continentes.

Se trata del galardón más importante y prestigioso que existe a nivel mundial relacionado con la gestión energética. Mario Cabezas, gerente de Facility Management de Mutua Madrileña, fue el encargado de recoger el galardón durante la ceremonia de entrega celebrada el pasado mes de junio en Pekín. La compañía ya obtuvo una mención especial en la pasada edición de los *Premios a la Gestión Energética de CEM* (de 2016).

En la presente edición han sido galardonadas, también, Abu Dhabi National Oil Company y Arabian Cement Company.

Máxima eficiencia energética

Entre otros aspectos, el jurado de los Premios CEM analizó de forma exhaustiva la política de Mutua Madrileña en materia de gestión energética, que se distingue, entre otros aspectos, por su integración con todas las partes implicadas en la eficiencia energética, su agilidad y robustez, minimizando el impacto en emisiones de CO2. Todo ello está contemplado, junto con muchos más aspectos, en su Programa Azul de protección del medio ambiente -ver más información en despiece inferior en página 15-.

Mutua, en concreto, es la primera aseguradora española con un mayor número de edificios certificados por la norma de eficiencia energética ISO 50001 (14, en total), la mayoría de gran altura y todos ellos situados en la Comunidad de Madrid. Esta norma acredita que los edificios de Mutua se rigen bajo los criterios más estrictos de eficiencia, reducción y maximización del consumo de energía y respeto al medio ambiente, gracias a sus limitadas emisiones de CO2 y consumo eficiente de recursos, entre otros aspectos.

'Torre de Cristal', el edificio propiedad de Mutua Madrileña con la máxima certificación energética, clase 'A'. EE

En los últimos tres años, Mutua redujo sus emisiones de CO2 en 1,8 toneladas métricas

Los edificios certificados son las sedes de Paseo de la Castellana 33 y calle Fortuny 18, y los situados en calle Fortuny 6, Torres de Colón, Torre de Cristal, calle Goya 4, Castellana 31, Castellana 36-38, Castellana 110, Alfredo Mahou, Palacio de Miraflores (Carrera S. Jerónimo 15), Pza. Marqués de Salamanca 3-4, Avda. Industria (Alcobendas) y Avda. Europa 22 (Alcobendas).

Importantes ahorros

Entre 2014 y 2016, el sistema ha permitido ahorrar 1,5 millones de euros en el total de edificios certificados con la norma ISO 50001 de la aseguradora, lo que supone una disminución de consumo del 22 por ciento en este periodo. Igualmente, la compañía ha reducido sus emisiones de CO2 en 1,8 toneladas métricas en los últimos tres años.

Otro dato significativo de la política de gestión de recursos de Mutua es que el cien por cien de la energía que compra a comercializadoras es renovable.

El sistema de gestión energética de Mutua se rige estrictamente por criterios de eficiencia, eliminando el impacto en el análisis de factores como la severidad climática o el nivel de ocupación de los edificios. Se trata de un sistema atípico, que no se ve afectado por la climatología o por si hay más o menos inquilinos. La consecución de ahorros se logra siguiendo criterios puramente de eficiencia. En definitiva, el sistema de Mutua Madrileña destaca por sus progresos en indicadores de huella medioambiental y en maximización de recursos.

'Programa Azul' de Mutua, ejemplo de protección del medio ambiente

La eficiencia energética y el cuidado del medio ambiente son dos de los ejes que marcan la política de responsabilidad social corporativa de Mutua Madrileña. Así está reflejado en su 'Programa Azul', un plan integral de gestión medioambiental y mejora continua en el consumo de los recursos, la gestión de los residuos, la eficiencia energética de sus edificios y la movilidad sostenible. En relación con la gestión de los residuos, uno de sus aspectos destacados es su compromiso de

'Vertido Cero', tanto en los centros de trabajo propios como en los edificios arrendados a terceros, mediante el reciclaje del 100% de los residuos generados.

Respecto a la movilidad sostenible, la política de Mutua incluye acciones como el programa 'CO2mparte Coche' para empleados, cuyo propósito es reducir las emisiones de CO2 y demás gases de efecto invernadero asociados al desplazamiento en vehículo propio al centro de trabajo.

ÓSCAR HERENCIA

Director general de MetLife en Iberia

VIRGINIA M. ZAMARREÑO

Abogado de formación, Óscar Herencia entró en Alico -la compañía de vida de AIG- en 1995. En 2007 le nombran director general de Portugal. En 2010 MetLife se hace con Alico. En 2012, Herencia regresa a España como director general. En noviembre de ese año, MetLife integra España y Portugal para crear MetLife Iberia. Para Herencia es “un sueño cumplido”.

MetLife ha dado un giro radical a su imagen ¿Por qué la compañía ha decidido prescindir de los servicios de Snoopy?

Nos hemos dado cuenta de que nos estábamos convirtiendo en una compañía muy global, nos preguntábamos cómo podíamos tener una imagen más adecuada a ese carácter y qué esperan nuestros clientes de una compañía como la nuestra. Hemos consultado a 55.000 clientes qué esperaban de la compañía y la conclusión es que el mundo cambia muy deprisa, que la inseguridad es grande, que hay mucha necesidad de que la compañía te acompañe, que esté al lado del cliente. Ya no quieren hacer una transacción, sino tener una relación a más largo plazo en la que no le digas lo que tiene que hacer, sino que le ayudes a tomar decisiones. Por eso hemos cambiado nuestra imagen y nuestra promesa de marca, *Exploremos la vida juntos*. Es lo que queremos hacer, acompañar a los clientes en cada uno de



E. SENRA

**“En 2017
crecemos por
encima del 20
por ciento”**

**“Snoopy ha sido
nuestro
embajador
45 años”**

los momentos de su vida. Snoopy ha sido nuestro embajador durante 45 años, pero llega un punto en el que hay que cambiar. No ha sido dramático, los empleados y la opinión pública han entendido las razones de este cambio

¿Cómo afecta este cambio a la estrategia de la compañía en Iberia?

¿Cuáles serán los ejes principales en los próximos años?

La estrategia de la compañía en Iberia es un reflejo de la estrategia global de MetLife, que se apoya en cuatro pilares: equilibrar el riesgo y el valor, definir a que clientes queremos dirigirnos y vencerles los productos ciertos que cubren sus necesidades, conseguir la excelencia operativa y, sobre todo, intentar fortalecer nuestra diferenciación a través de la distribución. Todo eso pasa por la digitalización, la multicanalidad, y está muy apoyado en el concepto de

“El asegurado quiere tener una relación a largo plazo en la que le ayudes a tomar decisiones”

simplificación, de hacer las cosas muy fáciles, uno de nuestros valores. Todo ello sobre la base de intentar estar en el top tres de las compañías en retorno al accionista.

¿Y a corto plazo? ¿Qué objetivos tiene la operación Iberia?

Después de haber integrado Iberia, para nosotros es muy importante tener una contribución material en la región de EMEA desde el punto de vista financiero. Somos la cuarta operación de la región, eso es muy importante porque supone que Iberia, con dos economías que no son las mejores de Europa, está por delante de Italia, Reino Unido y Francia. Solo estamos por detrás del Golfo, Polonia y Turquía. Por otro lado, queríamos convertirnos en un centro de excelencia y eso también lo hemos conseguido. Eso ha hecho que MetLife tenga una apuesta firme sobre la operación ibérica. Y a partir de ahí, lo único que tenemos que hacer es seguir creciendo y optimizando nuestros resultados.

¿Qué novedades comerciales tiene previstas la compañía en España?

Somos especialistas en riesgo y estamos enfocados en ese tipo de productos. En el pasado decidimos salir parcialmente del mundo del ahorro porque era muy difícil competir con los bancos. Hoy creemos que con las dudas que generan los sistemas públicos es una cosa que los clientes necesitan. Vamos a diseñar productos tipo unit linked, productos de capitalización, que nos permitan ofrecer soluciones interesantes sin entrar en el juego de los tipos de interés o de consumo de capital que es un lastre para el mercado ahora. A partir de ahí, a finales de este año o principios del próximo, lanzaremos el ramo de asistencia. Ya tenemos la aprobación del regulador. Hasta ahora, hemos comercializado esos productos paquetizados con los nuestros a través de terceros. Hemos aprendido cómo se hace, estamos terminando de diseñar el catálogo de productos y en breve los venderemos con marca MetLife. Por supuesto, continuaremos enfocados en nuestra área de riesgo que es con la que hasta la fecha hemos aportado valor añadido al mercado. Nuestra filosofía es poner al cliente en el centro, es parte de nuestro ADN, hemos conseguido inculcarlo y la idea es estar seguros de que lo que ofrecemos al cliente cubre sus necesidades y con eso conseguimos mayor fidelidad y compromiso entre el cliente y la compañía.

¿Cómo cerró la compañía 2016?

Afortunadamente cerramos muy bien, hemos tenido un crecimiento



ELISA SENRA

“A finales de este año o principios del que viene entraremos en asistencia”

“El nuevo asegurado necesita que la aseguradora le acompañe”

“Uno de los pilares de nuestra RSC es la educación financiera”

consolidado durante los últimos años, en 2016 seguimos creciendo, dos dígitos en ventas y cumpliendo el presupuesto en beneficios. Eso nos ha permitido que el crecimiento sea sostenible. 2017 ha comenzado muy bien, crecemos por encima del 20 por ciento en ventas y también dos dígitos en beneficios. La expectativa es cumplir el objetivo marcado por la compañía.

Hace un año se lanzó la estrategia digital de la compañía, ‘Seguros de lo que importa’. ¿Qué resultados han obtenido en este tiempo?

El objetivo era acercarnos a los clientes y otros consumidores que querían saber más de MetLife y también nosotros aprender de ellos. La idea es generar contenidos en línea con lo que ellos mismos nos han ido pidiendo, que están muy vinculados a sus necesidades de vida es un contenido muy relacionado con un estilo de vida saludable, educación financiera... En cuanto a filosofía, creo que lo hemos conseguido, la plataforma está teniendo mucho éxito. A cierre de 2016 superamos las 400.000 visitas en el primer año, un 368 por ciento por encima de lo previsto, y tenemos un ratio de *engagement* en Facebook del 3.1 por ciento, muy por encima de la media. Estamos satisfechos porque creo que los clientes aprecian lo que hemos hecho; entienden que les hemos escuchado.

Para MetLife, la educación financiera es un pilar en su estrategia de responsabilidad social corporativa. ¿Qué papel debe jugar la compañía en este ámbito?

Identificamos que había una necesidad; primero nos centramos en reducir el ratio de abandono escolar, que era muy alto, casi un 20 por ciento de los jóvenes deciden abandonar el colegio. Y a partir de ahí, trabajar en ciertas competencias y capacidades y dotar a los alumnos de herramientas para entender cómo está construido el mercado, qué posibilidades financieras existen, qué alternativas, y con eso construir un futuro con una formación financiera que le permita tener un futuro brillante. Hemos invertido en eso, contamos con el mejor activo que tenemos, nuestros empleados. Casi el 66 por ciento ha participado en algún programa. Uno de ellos es Socio por un día, que permite a alumnos de diferentes colegios vivir un día con ejecutivos y empleados de la casa, y en el que yo también he participado. Estamos muy orgullosos de poder invertir en eso y seguiremos haciéndolo. Hemos estructurado nuestra responsabilidad social corporativa en dos pilares, la educación financiera en asociación con Junior Achievement, y la integración de personas con discapacidad a través del deporte, junto a Special Olympics.

PROTÉJASE TODO EL AÑO DEL EFECTO NOCIVO DEL SOL

En España cada año se detectan 4.000 nuevos casos de cáncer de piel. Frenar esta cifra es posible si se adoptan unas sencillas pautas como medidas de protección. Disfrute del sol con precaución no solo en verano, sino los 365 días del año

CARMEN LANCHO

El sol es necesario para la salud del ser humano ya que favorece la síntesis de la vitamina D, tiene efectos antidepresivos y además da buen aspecto, entre otros beneficios. Pero puede convertirse en un potente enemigo. Una exposición prolongada e inadecuada provocará un envejecimiento prematuro de la piel y la posibilidad de padecer un cáncer de piel de tipo melanoma.

La piel tiene memoria y los daños sufridos son acumulativos. Por eso es tan necesario enseñar a niños y adolescentes la importancia de la fotoprotección. Se estima que un 80 por ciento del cáncer de piel podría reducirse con hábitos saludables desde la infancia, según datos de la Fundación Piel Sana de la Academia Española de



Dermatología y Venereología (AEDV). Desde la AEDV aconsejan utilizar en verano una protección solar de 50 y el resto del año de 30, ya que el número de horas de exposición al sol en invierno, otoño y primavera es mayor que durante los días de vacaciones en verano. Recomiendan no dejar al sol la crema solar o exponerla a altas temperaturas porque pierde antes su estabilidad y señalan que la mayoría de protectores solares no aguantan de un año para otro.

Evitar el sol entre las 12:00 y las 16:00 horas y no exponer a niños menores de tres años, aplicar la crema solar frecuentemente y después de cada baño y usar gorras, gafas de sol y llevar ropa de tejidos ligeros son algunos de los consejos que puede encontrar en la web saludysol.com, una iniciativa de los Laboratorios Dermatológicos Avène, que pretende concienciar sobre la importancia de la protección solar como medida de prevención del cáncer de piel.

Otra forma de estar informado es a través de la app UV-Derma, desarrollada por la Fundación Piel Sana de la AEDV junto a la Universidad de Málaga. Esta herramienta recoge información geográfica, meteorológica y dermatológica para ofrecer pautas saludables y dar consejos para la prevención.

Protección necesaria para los ojos

Los rayos ultravioleta del sol (UV) también pueden producir problemas oculares y visuales más o menos graves como una fotoqueratitis -quemadura de la córnea- o fotofobia permanente, que puede ocasionar dolor ocular intenso incluso con luz atenuada, tal y como destacan desde el Consejo General de Colegios de Ópticos-Optometristas.

Estos especialistas recomiendan utilizar gafas de protección solar de calidad con lentes que filtren las radiaciones nocivas UV y que se adapten al uso que se le vaya a dar, como conducir, pasear por la ciudad, esquiar, etc. Evite comprarlas en mercadillos, bazares o centros no autorizados, ya que puede poner en riesgo su salud. Elija monturas que cubran tanto el lateral de los ojos como los párpados. El color de la lente no importa demasiado, aunque el gris es el que menos modifica las tonalidades.

ISTOCK

COMUNIDADES DE VECINOS SIN RIESGOS

Nueve de cada diez comunidades de propietarios cuentan con un seguro que les protege de los principales imprevistos, como los daños causados por el agua o las inclemencias del tiempo

REDACCIÓN

Problemas por agua, incendios, robos, desperfectos en zonas comunes, pintadas en fachadas, desperfectos en el tejado...; son solo algunos de los problemas más habituales que puede sufrir una comunidad de vecinos en cualquier localidad española. Cada uno de estos siniestros potenciales, además de los daños eléctricos o la avería de

maquinaria -como por ejemplo, el ascensor- puede suponer un importante desembolso económico para los vecinos en forma de derrama si la comunidad no cuenta con un seguro apropiado.

De acuerdo con un estudio elaborado por la aseguradora Mutua de Propietarios, nueve de cada diez comunidades de vecinos cuentan con una póliza que protege al edificio de los

siniestros más habituales. La compañía señala que esto se debe a que cada vez somos más conscientes del valor de los inmuebles y del afán por mantener la buena salud del edificio.

Y la decisión de contratarlo la toman los propios vecinos, ya que este seguro sólo es obligatorio en las comunidades autónomas de Madrid y Valencia. A pesar de su alta penetración, el 32 por ciento de los vecinos confiesa que no conocen con detalle sus coberturas.

¿Cuáles son los daños más habituales?

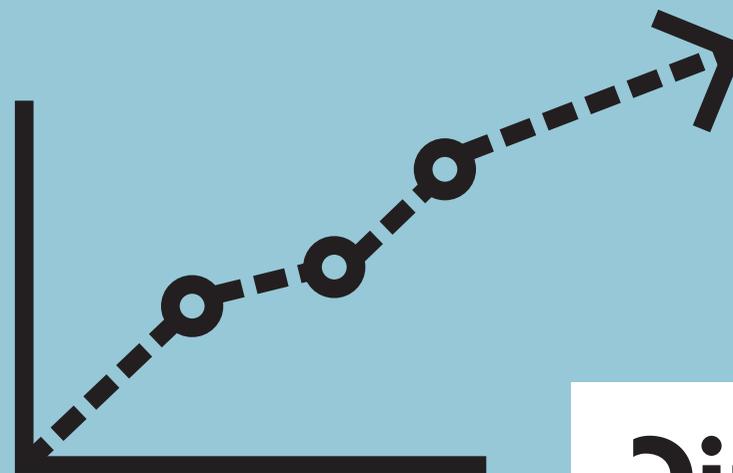
De acuerdo con los datos de Investigación Cooperativa entre Entidades Aseguradoras (Icea), los siniestros que más habitualmente sufren las comunidades de edificios son los daños provocados por el agua (81,5 por ciento), seguidos de los siniestros provocados por fenómenos atmosféricos (21 por ciento), la rotura de cristales (10 por ciento) y la responsabilidad civil (8 por ciento).

Nos preocupa mucho la economía. Sobre todo la tuya.

Contrata ya tu seguro de **coche** o **moto** al mejor precio.



directseguros.es



Direct.
Seguros

LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL LLEGA AL DISEÑO DE COCHES

¿Sueñan los androides con ovejas eléctricas? El libro de Philip K. Dick es la excusa perfecta para analizar la evolución del diseño de vehículos, labor a la que llegan, imparables, los robots

ANTONIO FAJARDO



ISTOCK

Nos volvemos a montar en nuestra máquina del tiempo para revisar algo que está cambiando a una velocidad increíble; se trata de los procesos de diseño y creación de los coches modernos. En poco más de 200 años, hemos pasado de construir coches de manera totalmente artesanal a utilizar

todas las herramientas tecnológicas a nuestro alcance. Y dentro de poco las herramientas actuales se quedarán obsoletas, como se podrá quedar obsoleto el que sean humanos los que realizan la mayor parte del diseño.

Al principio de la creación de los automóviles, dado el bajo nivel de industrialización de la época -en plena revolución industrial- y la gran cantidad de artesanos que había, el diseño de los vehículos era más funcional que otra cosa. Prácticamente eran carros de caballos adaptados a un motor de combustión, que poco a poco se fueron convirtiendo en elementos diferenciados.

Pero aun así, el hecho de ser algo totalmente artesanal, junto con las tecnologías de la época y que no había carreteras pavimentadas, convertía a los vehículos en algo testimonial dado su gran coste y tiempo de fabricación, por no hablar de la fiabilidad con la que contaban. Los diseños se hacían a mano, y los cálculos para el chasis también, por lo que se buscaba robustez y simplicidad.

Ya a principios de 1900, y gracias a la introducción de la cadena de producción por Henry Ford, el precio y diseño de los coches cambió radicalmente. El hecho de poder fabricar en gran número reducía el precio final, mientras que al ser un proceso repetitivo y relativamente fácil, junto con el disponer de carreteras pavimentadas, ayudó a que los diseños fueran siendo cada vez más complicados. Los coches pasaron de parecer carros de caballos a ser algo más parecidos a los coches que conocemos, con una menor altura, más largos, carrozados, con luces, parabrisas, etc., ya que unas mejores carreteras permitían una mayor velocidad.

Poco a poco la gente pedía más de un vehículo. No sólo buscaban transportarse, sino hacerlo con estilo, o con clase, o con deportividad. Poco a poco los ingenieros iban entendiendo mejor la aerodinámica y aplicándola a los diseños, consiguiendo coches con líneas mucho más suaves que los de principios del siglo XX. Pero aun así, a mediados del siglo XX se seguían haciendo los cálculos de manera manual, aunque con una tecnología y unas herramientas mejoradas que permitían simplificar parte del trabajo y hacer la vida algo más fácil a los ingenieros. Poco a poco, al ir simplificando o añadiendo herramientas que ayudaban en el trabajo de diseño, se iban

creando nuevas áreas diferenciadas dentro del diseño de los coches. Se separaron las ramas del diseño estético y del diseño de ingeniería, creándose cada vez más puestos de trabajo muy especializados.

Con la llegada de los ordenadores a las empresas de automoción se agregó una herramienta muy poderosa, que ayudaba a resolver problemas de ingeniería mucho más rápido y de manera mucho más precisa. Por ejemplo, algunos coches en la era preordenadores, al llegar a determinada velocidad generan sustentación en vez de agarre, lo que significa que en vez de usar el aire para empujar el coche contra el suelo y tener mayor estabilidad, el aire lo empuja hacia arriba, como a un avión, y el coche se despega del suelo.

Pero los ordenadores son sólo herramientas, depende de quién las use, e incluso con estas herramientas hemos visto coches con el mismo problema aerodinámico en la actualidad, como el coche de Mark Webber en las 24 horas de Lemans de 1999.

Actualmente las herramientas de diseño informáticas permiten realizar simulaciones numéricas a gran velocidad, así como simulación de desgastes, deformaciones en casos de accidentes, calidad de los componentes, etc. Es un gran paso adelante y eso lo hemos visto en la seguridad que los coches actuales tienen. Los ingenieros son capaces de predecir y corregir errores de diseño, especialmente los estructurales y aerodinámicos, antes de llegar siquiera a la producción física de las piezas, ahorrando tiempo y dinero. Pero como todo, estas herramientas siguen dependiendo de la persona que las use... hasta ahora.

Llega el turno de la inteligencia artificial

Y es que es muy probable que en poco tiempo sean los ordenadores y los programas de Inteligencia Artificial los que hagan estos diseños y simulaciones por su cuenta. Las actuales Inteligencias Artificiales son capaces de, una vez definidos todos los parámetros deseados, realizar cálculos, simulaciones y valoraciones de los resultados totalmente por su cuenta. Ya existen estos programas y ya se están usando. Airbus ha creado un panel para un avión utilizando esta tecnología, y el resultado es un panel un 30 por ciento más resistente y a la vez más ligero, y ha sido diseñado por un ordenador al 100 por ciento.

También los autores del *software* de Inteligencia Artificial pusieron miles de sensores a un vehículo de competición, midiendo los esfuerzos de todo el coche durante muchas vueltas a un circuito. Tras eso, dieron todos los



ISTOCK

La inteligencia artificial ya se utiliza para diseñar el chasis de vehículos y partes de aviones

datos al programa, que rediseñó el chasis por completo, dando mayor rigidez estructural a la vez que disminuía el peso. Eso sí, la apariencia de los diseños se parece mucho a las estructuras óseas o similares, y en cierto sentido es normal, la naturaleza se queda con lo que mejor funciona y lleva millones de años trabajando.

Pronto quizá, tanto el diseño como la conducción de los coches sea totalmente automática. Quizá estemos a las puertas de una nueva era. Para los interesados, pueden ver la charla del TED sobre esta Inteligencia Artificial aquí: <https://www.youtube.com/watch?v=aR5N2Jl8k14>

EL FUTURO DEL SEGURO SE ALÍA CON LA TECNOLOGÍA

La llegada de Internet a nuestras vidas ha cambiado muchos aspectos de la sociedad, también a la hora de adquirir productos y servicios. La tecnología se alía con los profesionales del seguro para cubrir las necesidades del consumidor conectado

JULIANA NO

Érrese una vez un mundo en el que para cada producto o servicio que necesitase, tenía que ir a una tienda u oficina o hacer que un especialista viniese a su casa. Un mundo en el que había vendedores que llamaban a la puerta para vender seguros de vida y en el que tenía que ir a la aseguradora del barrio a sentarse con un vendedor acreditado que prometía darle la mejor opción para su coche y su casa.

Hagamos un *fast forward* al futuro, o más bien, al presente para muchos. Vivimos en un mundo donde Internet nos presta la mano y abre las puertas a una cantidad de información infinita. Con unos cuantos clics y en menos de



una hora, podemos comparar distintas aseguradoras y sus coberturas.

Aunque los corredores de seguros son profesionales aún muy necesarias y recomendaría contactarlos sin falta para seguros de empresa o cuando no entienda todos los detalles de la póliza, para algunas de las nuevas generaciones impacientes y con poco tiempo libre, Internet ofrece la opción de comparar y decidir por un servicio concreto de forma simple y eficaz. Y lo mejor es que si aun así tenemos dudas, muchas veces, vía Internet podemos contactar con un corredor de seguros por chat o email sin tener que esperar en la línea de teléfono o ir a su oficina.

En Estados Unidos, aseguradoras como Progressive se han dado cuenta de esta tendencia y en sus propias páginas dan su presupuesto y permiten ver y contratar a la competencia si le dan una mejor opción. Desde una sola web, puede personalizar su paquete de seguros -casa, coche, barco, vida...- y compararlo antes de tomar una decisión. ¿Que tiene dudas? Siempre puede contactar vía chat, email o teléfono con alguien que está deseando explicarle las ventajas de sus servicios sin la incomodidad y el compromiso de estar cara a cara.

El futuro de los seguros está en las plataformas que ofrecen comparativas de precios y servicios y una conexión *online* directa con un especialista o corredor cuando lo necesitas. Páginas web que siguen el esquema de las de viajes como Kayak y son capaces de ofrecer distintos precios y servicios de diferentes compañías desde una sola web. Ejemplos de ello ya son *InsuranceQuote.com* en Estados Unidos o *Acierto.com* y *Rastreator.com* en España. Veo, qué digo, vivo en un mundo en el que con diez minutos de lectura y clics puedo elegir lo que quiero y me conviene, recibir asesoramiento de un especialista y a un precio asequible para mí y sin salir de casa. ¡Gracias tecnología!

JULIANA NO

MANAGER DE DESARROLLO DE NEGOCIO
PARA ATRIUM STAFFING EN NUEVA YORK
@julie_no



ISTOCK

TRABAJADORES EXPATRIADOS CON BUENA SALUD GARANTIZADA

El número de trabajadores españoles expatriados creció un 56 por ciento entre 2008 y 2015. Estos trabajadores, que deciden probar suerte fuera de nuestras fronteras o son desplazados por sus empresas, deben contar con la protección adecuada de todos sus riesgos, especialmente de su salud

v.m.z.

Cada vez son más los trabajadores españoles que deciden probar suerte en otros mercados o son trasladados por su empresa para apoyar los procesos de internacionalización. De acuerdo con los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE) entre 2008 y 2015 el número de expatriados españoles ha crecido un 56 por ciento. En esos años se establecieron en el extranjero más de 833.000 españoles, y los destinos que más han crecido han sido EEUU, Colombia, Reino Unido, Ecuador, Bolivia y Argentina. Estos profesionales que hacen las maletas para desarrollar su carrera profesional lejos de su país de origen deben contar con la protección

adecuada en su lugar de destino, especialmente en lo relacionado con su salud. Y la asistencia sanitaria es, precisamente, uno de los puntos clave a la hora de contar con un seguro adecuado para los profesionales expatriados.

En muchos destinos no es suficiente con contar con un seguro de viaje que se ocupe de los riesgos más habituales del viajero corporativo que realiza una larga estancia en el extranjero o que se instala fuera de nuestras fronteras. Es necesario contar con el asesoramiento adecuado y profesional para que los desplazados y sus familias cuenten con la protección adecuada. Y en esto es clave calcular adecuadamente los límites y las garantías cubiertas por la póliza. No es lo mismo trabajar en un país con un sistema de sanidad pública universal que cubra prácticamente cualquier percance, a necesitar un seguro con límites más extensos, como sucede en EEUU.

Una de las compañías especialistas en este ramo, Europ Assistance, cuenta con cuatro paquetes de seguros flexibles, en función de la duración del viaje: Temporal, Anual corta estancia, Asistencia integral expatriados y Anual larga estancia. En todos ellos la compañía cubre desde las incidencias del viaje, el equipaje y bienes personales hasta la seguridad y la protección del viajero -indemnizaciones por secuestro, responsabilidad civil, seguro de accidentes, protección de la identidad y defensa jurídica- y la asistencia médica y la repatriación en caso que sea necesario -la cobertura médica asciende a un millón de euros, con repatriación y traslado ilimitado, cobertura por actos terroristas, urgencia vital en enfermedades preexistentes y asistencia psicológica-. El límite total por siniestro es de cinco millones de euros.

Por otra parte, Generali ha lanzado *Generali Global Choice*, un seguro de salud colectivo para expatriados que incorpora un servicio de doctores y especialistas clínicos accesible por teléfono o videoconferencia desde cualquier parte del mundo; o un programa de asistencia con profesionales multilingües que pueden ayudarles a afrontar desafíos de cualquier índole, entre los que se contemplan la adaptación a una nueva cultura o la gestión del estrés y la ansiedad.

JAVIER VELILLA: DE INGENIERO AGRÓNOMO A ESCRITOR

‘Ni una puta foto’ narra el viaje de Luis Cortés en busca de las mujeres que marcaron su adolescencia y juventud, y es el fruto de la pasión de su autor por emocionar, al menos, a un lector

VIRGINIA M. ZAMARREÑO

El que tiene la pasión de escribir debe perseguir su sueño, porque la vida es eso, perseguir esos momentos de felicidad que duran un día, un minuto, un año...; si no estás cerca de tus sueños es muy difícil que los encuentres”. Y dicho y hecho. Javier Velilla acaba de publicar su primera novela, *Ni una puta foto*, un viaje a los recovecos de la memoria de Luis Cortés, su protagonista, que también tiene mucho de su autor.

Porque *Ni una puta foto* se comenzó a fraguar hace 30 años, cuando Javier comenzó a plasmar sus pensamientos e inquietudes en diarios. Parte de esos diarios forman parte ahora de la novela y precisamente eso es una de las cosas que más costó a su autor, porque “reconozco que hay mucho de mí, de Javier Velilla en la novela, y es una forma de exponerse, de quedarse desnudo delante del mundo. Me costó pero decidí hacerlo. Yo quería hacer sentir algo a la gente”.



Para este extremeño de nacimiento, nómada de corazón -ahora vive en Arabia Saudí por motivos de trabajo- e ingeniero agrónomo de formación, la pasión es “una fuerza maravillosa que además puedes proyectar a los demás. Pero que nace de ti y esas son las más poderosas. Yo he tenido la suerte de vivirla en el trabajo, en mi vida personal y, en este caso, vivirla también en la escritura de esta novela y en lanzarla a la calle”.

Y este proceso no ha sido fácil ni corto. Velilla confiesa que hace diez años se dio cuenta de que tenía una historia que podía contar, pero tardó en darle forma. Hace cuatro años y medio descubrió que sabía lo que quería contar. Tardó dos años y medio en escribirla arañando el tiempo en vuelos, estancias en hoteles, apurando las horas de sueño y dedicando todo el tiempo libre del que disponía para contar la historia de Luis Cortés. “Un hombre de unos 40 años que vive un momento de cambio en su vida, se traslada a Oxford con su familia y en ese traslado encuentra de forma accidental los diarios que escribía en su adolescencia y juventud. Lee esos diarios en una semana y su lectura le provoca la necesidad de volver a encontrarse con las cinco novias que tuvo durante esos años. Ese es el principio de la novela, el viaje que él hace para encontrarse con esas cinco mujeres que fueron tan importantes en su vida y para cada una de ellas tiene o una pregunta o algo que les quiere decir, porque cree que hay algo inconcluso”.

¿Y el título? Javier explica que nació en un avión, mientras escribía un capítulo. Y no, no es una estrategia de marketing. “Uno de los problemas que tiene el protagonista cuando entra en esta obsesión es que está muy frustrado porque han pasado 20 años, se siente perdido, quiere recuperar esa relación y mientras está leyendo sus diarios, rebusca sus cartas y se da cuenta de que no tiene ninguna foto de estas mujeres y en su frustración se dice a sí mismo *es que no tengo ni una puta foto*. Y sentí que ese era el título de la novela”.

En busca de editor

Una vez terminada la novela, Javier se lanzó a la aventura de buscar editorial “que es como lanzar una piedra al mar”, señala.

“Sin ser alguien conocido es muy difícil que una editorial se fije en tu novela; de hecho, ninguna mostró ningún interés. Lo intenté durante un tiempo, no quería autoeditar, pero una vez que me fui a Arabia y vi que si no daba yo el paso nadie iba a publicarme la novela, decidí hacerlo yo. Entré en el mundo de la autoedición, que es un mundo aparte, un mundo distinto, en el que al final uno paga por hacer su sueño realidad, para tener esta



Javier Velilla presentó su primera novela, 'Ni una puta foto', en Madrid el 29 de junio. VMZ vino

“La pasión es una fuerza maravillosa que nace de ti y puedes proyectar a los demás”

experiencia, para sentirte escritor”.

Y no se arrepiente de haberlo hecho, al contrario. “Quería escribir algo que emocionara al menos a una persona, tener un lector, alguien que comprara mi libro”, explica. Y lo ha conseguido. “La novela está teniendo bastantes lectores, más de los que yo pensaba”. Y ha conseguido, además, transmitir esa emoción al lector. Dos de ellos, destacados escritores como Javier Puebla y Antonio María Flórez, acompañaron a Javier Velilla en la presentación del libro en Madrid el pasado 29 de junio: “Los dos me dijeron que se engancharon a ella y quisieron estar en la presentación”.

Después de eso, Javier confiesa que “ya no me acuerdo de que tengo una autoedición, me siento igual de escritor que si me hubiera publicado Planeta. Y así va a ser el resto de mi vida, venda cien, mil o dos mil novelas”. Una vez que termine con la promoción de *Ni una puta foto*, Javier volverá a escribir: “Tengo proyectos literarios, vivo en un país de muchos contrastes”.



ISTOCK

EL 'GAP' DE PROTECCIÓN SUPERA LOS 28.000 MILLONES

¿Está suficientemente protegido frente a los imprevistos? La brecha de protección de la sociedad española a través del seguro de vida ronda los 28.600 millones de euros, según Fundación Mapfre

VIRGINIA M. ZAMARREÑO

Cada hora, el seguro de vida paga cinco prestaciones por fallecimiento por un importe de 134.571 euros. Por su parte, los seguro de vida ahorro pagan en esos mismos 60 minutos prestaciones a ahorradores por 1,36 millones de euros. Más de 20 millones de españoles confían su protección -actual y futura- al seguro de vida, que gestiona más de 210.000 millones de euros en ahorro de sus asegurados.

Puede que estas cifras parezcan altas, pero no lo son. La sociedad española no está tan bien protegida como debiera. En concreto, la brecha de protección del seguro de vida en España ronda los 28.600 millones de euros, cerca del 50 por ciento del volumen total de negocio del sector asegurador, según las cifras ofrecidas por Fundación Mapfre en su estudio *El mercado español de seguros en 2015*, presentado en septiembre de 2016.

Fundación Mapfre obtiene esta cifra después de comparar el mercado potencial del sector asegurador en el mercado español con el volumen de negocio del seguro de vida. Y como todos los datos, su lectura puede ser positiva o negativa. La negativa es que los españoles estamos desprotegidos frente a imprevistos y no ahorramos lo suficiente a través de las opciones que ofrece el seguro de vida. La positiva es que el sector aún tiene mucho por hacer y un potencial de crecimiento del 50 por ciento del mercado. Pero hay que convencer al consumidor de la necesidad de protegerse.

Hace poco, un conocido periodista advirtió en un auditorio repleto de profesionales del sector asegurador que "es más fácil convencer a alguien de que juegue a la Primitiva que venderle un seguro de vida". Aunque esa tendencia puede estar cambiando.

¿Estamos protegidos frente a imprevistos?

El principal argumento para contratar un seguro de vida -en cualquiera de sus modalidades, riesgo y ahorro- es contar con el respaldo económico suficiente para hacer frente a la jubilación. Muy pocos se paran a pensar en la necesidad de protegerse de los riesgos que nos rodean a diario. ¿Qué pasa si un accidente nos impide continuar trabajando y ahorrando para el futuro? ¿Ha pensado en cómo hará frente su familia a todos los gastos imprevistos que podrían generarse? ¿Podrá garantizar a sus hijos unos estudios superiores? No es cuestión de ser agorero, sino de ser consciente del riesgo y de protegerse de forma adecuada.

Óscar Herencia, director general de MetLife en Iberia, explica que "nos falta un poco de educación en ese sentido. Hemos vivido en un Estado muy

garantista históricamente. El 85 por ciento de nuestro salario nos lo garantiza una pensión, la seguridad social nos ha garantizado la asistencia sanitaria, y no hemos tenido la sensación desde muy pequeños de necesitar protegernos. Esto no pasa en las economías más avanzadas, como Alemania, Francia o EEUU, donde hay una educación desde muy joven de intentar construir tu plan de pensiones, de tener una protección adecuada”.

El director general de MetLife para España y Portugal explica, además, que los seguros de vida “no hay que ir a venderlos, es preciso contar con 20 minutos de atención y hablar con los asegurados de lo importante: de sus sueños, de su familia, de sus necesidades, de sus miedos... El sector asegurador está ahí para cubrirlo”.

A pesar de que la sociedad española está cada vez más concienciada sobre el riesgo y sus efectos, aún queda mucho por hacer, especialmente en la vertiente del ahorro. Para Andrés Romero, director general de Santalucía, “el seguro de vida ahorro es diferente, el ciudadano español siempre se ha sentido muy protegido por el sistema público de pensiones y eso entendemos que de cara al futuro no va a ser suficiente para cubrir las expectativas de calidad y confort”.

Romero aboga por la implicación de todos los sectores para cambiarlo: “desde todos los ámbitos hay que concienciar a la sociedad de que el ahorro es necesario y que hay que hacerlo desde edad temprana. Las empresas también debemos concienciar a nuestros trabajadores de que una parte del salario hay que destinarla de forma recurrente al ahorro. Es la única manera de garantizarte una estabilidad a futuro”.

Diferencias entre riesgo y ahorro

El seguro de vida cuenta con numerosas modalidades, pero se divide en dos grupos principales: los seguros de riesgo indemnizan con una suma de dinero -pactada en la póliza- el fallecimiento del asegurado. Pueden contratarse además las coberturas de invalidez o incapacidad, que también indemnizan en estos supuestos.

Los seguros de vida ahorro permiten ir acumulando un ahorro a lo largo de los años de vida de la póliza y cuentan, además, con capital indemnizatorio en caso de fallecimiento del asegurado.

Aunque es imposible valorar de forma económica la vida de un ser querido, sí que es posible calcular el importe de las necesidades económicas de un hogar asociadas a la pérdida de uno de sus miembros. Fundación Mapfre, en su *Guía para la protección de tu familia*, explica que “el seguro de



El seguro de vida permite a las familias hacer frente a los imprevistos que puedan surgir.

ISTOCK

20

Cerca de 20 millones de españoles cuentan con la protección de un seguro de vida

vida debe reflejar una cantidad económica que sirva para mantener el nivel de gasto de los beneficiarios”. Es esencial contratar el capital adecuado en cada póliza; por eso es necesario contar con el asesoramiento profesional adecuado antes de contratar un seguro de vida.

¿Quién se asegura?

De acuerdo con los datos de Investigación Cooperativa entre Entidades Aseguradoras (Icea), el perfil medio de un asegurado de vida riesgo es un varón de entre 35 y 44 años, casado y residente en municipios de menos de 10.000 habitantes. De acuerdo con el estudio de Icea, el 23,5 por ciento de las pólizas de vida riesgo cuentan con un capital asegurado de más de 60.101 euros y más del 40 por ciento no supera los 18.000 euros. Su contratación ha estado ligada tradicionalmente a la firma de préstamos personales e hipotecas. Pero esta tendencia está cambiando.

SEGUNDAS VIVIENDAS A PRUEBA DE COMPLICACIONES

Aproximadamente un tercio de los hogares españoles cuenta con una segunda vivienda para disfrutar en sus vacaciones. Si este es su caso, realizar un correcto mantenimiento le evitará sustos y le permitirá disfrutar en todo momento de unos días de descanso en su destino preferido

CARMEN LANCHO

Las segundas viviendas dan grandes alegrías, pero también algún que otro quebradero de cabeza a sus propietarios. Es lógico, ya que se pasan cerradas la mayor parte del año, y la falta de uso a veces provoca que se deterioren más rápidamente que las viviendas habituales. Además, suelen estar situadas en zonas costeras o de montaña, con lo que sufren de manera

directa los rigores climáticos y ambientales de sus emplazamientos, por lo que requieren ciertos cuidados extra.

Las segundas viviendas situadas en la costa sufren la erosión provocada por la humedad, el sol, el viento y la salinidad. Por tanto, los elementos exteriores serán aquellos que más deterioros sufran: las piezas de hierro se oxidan rápidamente, el color de los muros perderá intensidad debido al sol y los plásticos de mala calidad se rompen rápidamente. En cambio, las casas situadas en el interior, especialmente en alta montaña, pueden sufrir problemas en sus instalaciones de fontanería debido a las bajas temperaturas.

Para todas ellas, existen en el mercado barnices y pinturas especiales de exterior al igual que nuevos materiales muy resistentes para disfrutar de bonitos rincones en terrazas, jardines y seguir las últimas tendencias en decoración.

Las humedades pueden afectar al interior de estas casa de vacaciones, estén donde estén, debido a posibles filtraciones en las paredes, en los tejados, obstrucción de las canaletas o

acumulación de nieve en terrazas y balcones. Los tejados suelen ser también una fuente de problemas. Reponer tejas o cambiar las cubiertas que puedan estar más deterioradas es una buena opción para evitar problemas importantes en la vivienda. Controle las facturas de los servicios que tenga contratados: luz, gas, electricidad. Si existe algún consumo fuera de lo común le dará una pista de que algo marcha mal.

Entre temporada y temporada procure mantener bien almacenados los muebles de jardín, sombrillas y cualquier otro elemento exterior, por ejemplo herramientas de jardinería, barbacoas o elementos de iluminación exterior.

Procure instalar los sistemas de seguridad que estén a su alcance: desde una puerta blindada hasta rejas en las ventanas o incluso contratar un sistema de vigilancia. Más allá de los robos procure mantener bien cerrada la casa y evite cualquier punto de acceso. Evitará también que insectos y en general de cualquier tipo de plaga se apoderen de su vivienda.

Hay empresas que ofrecen servicios profesionales de limpieza y mantenimiento para este tipo de propiedades. Pero, si su casa de vacaciones forma parte de una comunidad de vecinos o está en una urbanización con zonas comunes, puede pedirle a algún trabajador o vecino de confianza que de vez en cuando eche un vistazo a los alrededores de su vivienda si a usted le resulta imposible.





110 AÑOS
MGS

En 110 años los hogares han cambiado,
nuestros seguros también

NUEVA GAMA **MGS HOGAR**

Seguros plenamente actualizados,
desde las garantías más básicas
hasta las más innovadoras

Consulta con un mediador de MGS
o entra en www.mgs.es

MGS 
Seguros

Sencillamente seguros



PADDLE SURF, EL CALMADO DEPORTE DE MODA

Paddle sur o surf de remo es la denominación de la modalidad deportiva acuática de moda, una actividad tranquila y sencilla que, sin embargo, no está exenta de riesgos. Los seguros hacen de nuevo presencia para amparar un deporte cada vez más practicado en España, especialmente en época estival

DIEGO FERNÁNDEZ TORREALBA



Cada vez es más habitual, tanto que ya no se hace nada extraño, ver en cualquiera de nuestras playas, embalses o pantanos -e incluso en los ríos- a una o varias personas colocadas de pie en una tabla de surf y ayudadas por un remo para desplazarse, impulsando corrientes de agua para avanzar.

Están realizando paddle surf -también conocido como surf de remo-, una relajada actividad deportiva acuática que se ha puesto muy de moda en los últimos años en España. Cada vez practicada por más gente, es ya un clásico, especialmente en una época de buen tiempo como la que estamos. Atrae tanto a expertos que llevan ya años practicándolo como a novatos que quieren dar su primera clase de este deporte a través de una empresa de aventura o un club deportivo.

Una de estas compañías es Meridiano Raid, firma madrileña que organiza, además de otras muchas actividades deportivas y de ocio, clases de paddle surf. Esta empresa supone una buena fuente de información para contarnos más acerca de este deporte: en qué consiste, cómo y dónde se desarrolla... y, claro, de qué manera se asegura, que para eso esta es una revista de seguros.

Hablamos con Vanessa de la Rosa, responsable de Meridiano Raid, sobre una modalidad que “se ha puesto muy de moda en los últimos años”. Esto es debido a la perenne necesidad humana de innovar y a las características particulares de una actividad apta para todos los públicos: “Nos gustan los deportes nuevos. El paddle surf es un deporte muy completo y muy fácil de realizar, sobre todo en embalses y aguas tranquilas, y además está dedicado a personas de cualquier edad”.

Joven, pero no tanto

Curiosamente, el surf de remo, popularizado en España “en los últimos cuatro o cinco años”, es un deporte más veterano en otras latitudes y más longevo de lo que se presume: cuenta con más de medio siglo de vida. Nació en los años

60 en Hawai y se hizo un hueco en el mercado, por un lado como entrenamiento para los surfistas profesionales y por el otro como una modalidad perfecta para los iniciados en deportes acuáticos, niños incluidos. En cuanto a su equipamiento, no se necesita gran cosa: una tabla de surf, un traje de neopreno y un remo, material disponible en cualquier club de playa o empresa de aventura.

Por supuesto, pese a la aparente sencillez de esta modalidad y la placidez del entorno en el que se suele realizar, el riesgo cero no existe: “Puede haber percances, como en toda actividad deportiva. En un embalse, por ejemplo, puedes correr el peligro de caer cerca de la orilla y golpearte con alguna piedra u otro objeto. Si practicas paddle surf en el mar, caerte y darte con el remo o la tabla...”, sostiene.

La mejor manera de iniciarse en esta actividad de ocio es formándose por medio de un monitor: “Alguien te tiene que enseñar, aunque sea un deporte fácil”, señala De la Rosa. Ir por libre sin tener la pericia y experiencia suficientes supone, aparte de una mala manera de aprender, aumentar el riesgo de sufrir alguna mala experiencia. “Cada uno debe ser consciente de sus límites y del lugar en el que se encuentra”, aconsejan desde Meridiano Raid. Y es que hay que tener en cuenta que algunos entornos, como el mar o un río revuelto, son menos plácidos que un embalse o un pantano.

Hablemos de seguros

Una vez familiarizados con el paddle surf, vamos a hablar, cómo no, de seguros. La primera pregunta es obligada: ¿existe un seguro específico de paddle surf? La respuesta es clara: “No. Es un deporte más”. Tanto en el caso de los deportistas federados como de los *amateurs*, no existe un producto exclusivo dedicado a asegurar la práctica de esta modalidad.

Eso, por supuesto, no impide que se precise realizarla gozando de la cobertura de un seguro. En el sector profesional, como señala la responsable de Meridiano Raid, “si se quiere competir está regulado por la Federación Española de Surf, que cuenta con su propio seguro de accidentes. Los practicantes, para poder puntuar en las diferentes copas y premios que realiza la federación, deben estar federados y contar con su correspondiente seguro”.

En lo que respecta a los deportistas aficionados o *amateurs*, lo habitual en las empresas de aventura es acompañar a la práctica con el seguro de accidentes de turismo activo, además del de responsabilidad civil.

Realizando paddle surf con una empresa de aventura se incluye este último seguro, que funciona “como el de a terceros de un coche, además del de



ISTOCK

Este deporte, que se ha hecho popular en los últimos años, nació en Hawai en los años 60

accidentes ante cualquier lesión que te pueda producir la actividad. Siempre, claro está, que no exista una lesión previa”. Más allá de eso, cada persona es libre de contratar un seguro propio de accidentes si así lo desea.

La situación cambia en función de que la actividad se realice por libre o tutorizada por un experto en paddle surf. “En las actividades con monitor el seguro se incluye dentro del precio total de la actividad. Si se realiza por libre nosotros incluimos el de responsabilidad civil, pero no el de accidentes. En ese caso se supone que cada persona sabe usar el material y es responsable de lo que haga con él”, afirma De la Rosa.

La responsable de Meridiano Raid destaca además que los precios de la suscripción de un seguro no son elevados en el caso del paddle surf, al igual que los de otras actividades deportivas o de ocio: “No suele ser caro contratar un seguro de accidentes para cualquier deporte”. Precios asequibles, deporte, verano y agua. Tal vez este sea un buen momento de probar la experiencia de realizar paddle surf...

EL SEGURO AYUDA A REDUCIR LA SINIESTRALIDAD

Un año más, la llegada del verano pone en marcha la operación salida de la Dirección General de Tráfico (DGT). Y de nuevo, las campañas informativas y de concienciación recuerdan a los conductores que lo importante siempre es volver

CARMEN LANCHO

Durante este verano la DGT prevé que se realicen 89 millones de desplazamientos durante julio y agosto. Cada accidente supone importantes pérdidas imposibles de cuantificar. Debido a la fuerte relación que existe entre el seguro y los conductores, este sector dedica gran cantidad de recursos para reducir la siniestralidad al máximo. En este sentido Fundación Mapfre, Stop Accidentes y la DGT han puesto en marcha la campaña de concienciación *Ve, vuelve y vive*. A través de las experiencias contadas de forma presencial de voluntarios de la asociación Stop Accidentes, principalmente familiares y amigos de víctimas fallecidas en un siniestro vial, compartirán un mensaje real de las consecuencias que tiene para una familia perder a sus seres queridos por actitudes irresponsables y temerarias de otros al volante. Esta iniciativa se va a desarrollar en varias estaciones



ISTOCK

de servicio de Repsol en todo el territorio nacional durante la actual operación salida de verano.

Fundación Mapfre también apoya la campaña internacional *Objetivo Cero* para que no se produzcan más víctimas mortales en accidentes de tráfico. Buscan sensibilizar a la sociedad sobre los factores de riesgo más presentes en los accidentes, especialmente hacia los colectivos más vulnerables: peatones, ciclistas y motoristas.

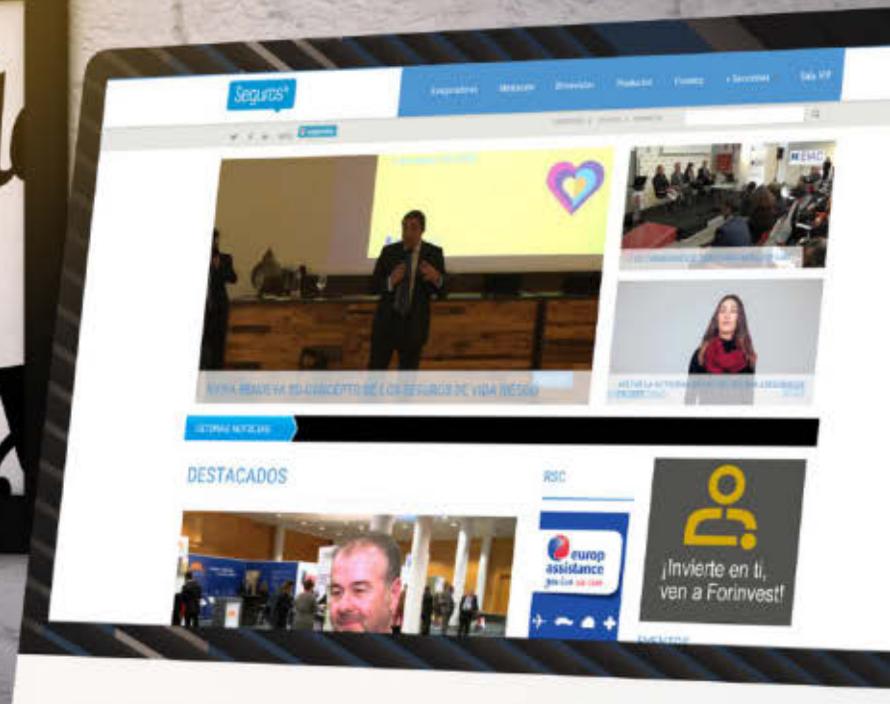
Los motoristas son también una parte importante de este tipo de campañas, puesto que son conductores frágiles. En este sentido, AXA ha preparado en sus nuevos contratos de moto un código QR donde los propios clientes pueden incluir su información sanitaria vital en caso de accidente, como su grupo sanguíneo, y elaboran informes de lesiones de motoristas. Próximamente publicarán un informe del Centro de Estudios *Ponle Freno AXA*, en el que hablará de las lesiones

más habituales. Por su parte, Fundación Mutua Madrileña en los informes sobre las tendencias en las estadísticas de los accidentes que realiza puede detectar los grupos de mayor riesgo. Entre ellos destacan los conductores más jóvenes, quienes tanto por su menor experiencia como por su menor percepción del riesgo, suelen registrar unos índices de siniestralidad superiores a la media.

Para reducir estas cifras entre los conductores más jóvenes, esta Fundación desarrolla desde 2010 junto a la Asociación para el Estudio de la Lesión Medular Espinal (Aesleme), una campaña de prevención de accidentes entre los jóvenes bajo el lema *Agárrate a la vida*. Se trata de un programa que pretende concienciar al colectivo juvenil sobre la importancia de la seguridad vial y se apoya en conferencias de gran impacto que tienen lugar en centros universitarios públicos y privados españoles.

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.

LA ÚLTIMA TECNOLOGÍA TAMBIÉN ES PARA EL VERANO

Tanto si va a dedicar sus vacaciones a descansar como a descubrir parajes inexplorados, en su maleta no pueden faltar algunos de estos 'gadgets' diseñados para hacer la vida más fácil al viajero

ANA M. SERRANO



ISTOCK

Da igual si usted es un *voyeur* urbano, un enamorado del mar, un aventurero, un aguerrido fiestero, un pateador incansable o un exquisito cosmopolita. Es verano y un abanico infinito de proyectos viajeros se despliega ante nuestros ojos. Desde escapadas con mucho arte, hasta los destinos más exóticos, extravagantes o arriesgados, todos los trotamundos se enfrentan al mismo dilema, el equipaje. No sólo en cuanto a las ropas y accesorios adecuados al destino elegido. La tecnología se ha convertido en el mejor aliado de cualquier experiencia viajera, tanto para inmortalizar los momentos felices, como para amenizar las esperas en aeropuertos y estaciones o los trayectos más largos.

Pues aunque casi siempre viajar es un placer, más de una vez surgen imprevistos indeseados, retrasos, cancelaciones o, lo peor, que nos pierdan el equipaje. Firmas como la alemana Rimowa, con más de un siglo a su espalda, lanza la primera gama de maletas con facturación *online* inteligente. Se trata de la Rimowa Electronic Tag, que sustituye la etiqueta de papel por un módulo de datos digital, al que se transmiten los datos del equipaje generados por la compañía aérea. Desde casa, con el móvil y una *app*. Así de sencillo.

Bien es cierto que no hace falta una maleta inteligente para controlar la situación. Gigaset dispone de unos pequeños llaveros que conectados al móvil permiten conocer la ubicación del equipaje en todo momento en un radio de 30 metros. Se llaman Keeper y, además de buscar y encontrar maletas, protege esos otros objetos que a veces perdemos de vista: llaves, bolso, móvil... Tan fácil como vincular el *keeper* al objeto que se desea localizar.

Una vez superado el momento maleta, cómo rellenarla es la siguiente disyuntiva. Por eso proponemos -aparte del móvil y un mini pc- una serie de artilugios indispensables a la hora de emprender el viaje. Entre ellos, la cámara fotográfica. Ya, ya sé que desde la mejora de las cámaras incorporadas a cualquier *smartphone*, para muchos no es lo más importante; sin embargo, la *Sony Cyber-shot DSC-WX500* es un auténtico capricho. Ligera y coqueta, la cámara más pequeña del mundo con zoom 30x, dispone de lente *Zeiss Vario-Sonnar T*, sensor *Exmor R* de 18 MP, pantalla LCD inclinable de 180 grados y 3", estabilización de imagen de cinco ejes y análisis de fotograma. Por supuesto graba vídeo (1080p) y cuesta unos 316 euros.

Otro de los básicos es el *e-book*. Sí, pues por mucho que amemos el papel no hay nada más engorroso que el exceso de peso. Entre los líderes del mercado de los libros electrónicos, el *Amazon Kindle Paperwhite* es el más demandado para llevar de vacaciones. Su pantalla de 6 pulgadas, alta resolución e iluminación integrada ha hecho del *Kindle* un compañero

indispensable, pues permite leer sin reflejos, repasar vocabulario y acceso ilimitado a más de un millón de títulos. Se encuentran en Amazon por 129 euros, incluso más económicos si se trata de productos reacondicionados.

Como los auriculares. No es que abulten ni pesen mucho, generalmente. Pero hay que ser práctico. Los auriculares *Squawk*, con acabados de madera y cableado de cuerda rayón en rojo y verde, unifican moda y tecnología. Se adaptan a cualquier aparato y vienen acompañados de un estuche para llevar en los viajes sin que se enrollen los cables. En modo cancelación de ruido, los *Bose QuietComfort 30* son un clásico. Su sistema de doble micrófono permite eliminar el ruido ambiente o cancelarlo con solo apretar un botón.

Inmersos en la música y ya instalados en la intimidad de la habitación, ¿quién no desea tener a mano un altavoz portátil *bluetooth*? Los expertos se decantan por un tal *UE Roll*, pequeño, ligero -pesa menos de 250 gramos-, plano y potente. Cabe en cualquier parte, la duración de la batería es tremenda y su sonido omnidireccional. Para colmo no distorsiona a máxima potencia.

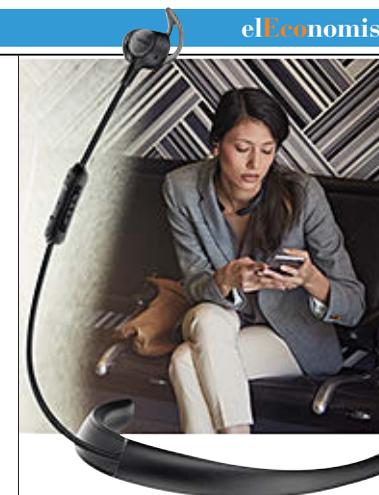
Con tanto artefacto electrónico, no puede faltar un adaptador de viaje como *Allocacoc PowerCube ReWireable USB*. Su diseño atractivo, con forma de cubo y diferentes colores es perfecto como compañero de viaje. Dispone de cuatro salidas, dos puertos USB y diferentes enchufes válidos en 15 países. Se encuentra en Amazon por unos 19 euros.

Están muy de moda y a punto convertirse en el mejor amigo de muchos viajeros. Hablamos de los pinganillos que traducen. Un invento que muchas firmas tecnológicas han comenzado a poner en el mercado. Por ejemplo, *Waverly Labs*, creadora del primer auricular del mundo que traduce conversaciones en inglés, francés, español, italiano o portugués. Funciona con *app* y cuesta 181 euros. Su nombre es *Pilot* y se fabricará en tres colores diferentes. Hablo en futuro, esa es la mala noticia, pues no estarán disponibles hasta el próximo otoño. Aunque sí se pueden reservar en su web.

Las guías de viaje nos sacan de más de un aprieto y, al igual que los libros, existen versiones *online* superprácticas y muy asequibles. Así, las *Houtinee* -disponibles en la tienda Amazon para *Kindle*, en la *iBook Store* de Apple y en *google Play*; también descargables en versión pdf- tienen unos precios increíbles. La nueva aplicación *Google Trips* permite organizar las reservas de vuelos y hoteles, además de sugerir actividades basadas en lugares cercanos, qué visitar o dónde comer y tomar algo. Es gratuita para Android e iOS. También es interesante *PackPoint*, la *app* que ayuda a elegir la ropa según el destino, la temperatura, la duración del viaje y las actividades previstas. Es gratuita, muy práctica y evita sorpresas desagradables y gastos innecesarios.



Compartir la música es fácil con estos altavoces portátiles de Logitech. Los 'UE Roll' están disponibles en varios colores y son ultraportátiles, solo pesan 250 gramos y su sonido omnidireccional permite escuchar la música en cualquier dirección.



Si desea escapar del mundanal ruido y disfrutar de su música favorita, la mejor opción son los 'Bose QuietComfort 30'. Su doble micrófono permite al usuario cancelar el ruido ambiente pulsando un botón.

Es pequeño y asequible, pero puede sacar al viajero de más de un quebradero de cabeza. Hablamos del 'Allocacoc PowerCube ReWireable USB', un adaptador de corriente perfecto para los más avezados, ya que es compatible con los enchufes de 15 países y cuenta con dos puertos USB.



La cámara compacta 'Sony Cyber-shot DSC-WX500' es perfecta para inmortalizar los mejores momentos del viaje. En foto o vídeo.

Son el futuro. Los 'Pilot' de Waverly Labs estarán disponibles en el mercado el próximo otoño y son unos pinganillos que traducen conversaciones en inglés, francés, italiano, español y portugués. Por menos de 200 euros.



El viajero ya no debe temer por su equipaje a la hora de facturarlo. Las maletas Rimowa cuentan con un sistema de facturación inteligente, la 'Rimowa Electronic Tag'. Ya no hay excusas para viajar tranquilo en avión con su equipaje.



Las 'apps' de viaje se han convertido en algo imprescindible para los viajeros de hoy en día. *Google Trips*, las guías *Houtinee* o la innovadora *PackPoint* son algunas opciones para llevar en el bolsillo todo lo que necesita saber de su destino de vacaciones.



FIATC recibe el visto bueno a la compra de parte de Metrópolis

La Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP) ha dado el visto bueno a Metrópolis y FIATC para continuar con la operación de compra de la cartera de No Vida de Metrópolis por parte de FIATC, que asciende a un volumen de negocio de 30 millones de euros. Ambas entidades esperan que la operación se cierre en septiembre.



Pelayo asegura a la Selección Femenina en la Euro de Holanda

Pelayo ha entregado a las integrantes de la Selección Absoluta Femenina y al cuerpo técnico el seguro de accidentes que los protegerá en la Eurocopa de Holanda. El encargado de entregar las pólizas fue Severino Martínez, vicepresidente de la compañía, en la Ciudad del Fútbol de Las Rozas, en Madrid.



QBE asciende a Constanza Gállegos en Europa Continental

QBE ha nombrado a Constanza Gállegos nueva responsable de distribución para Europa Continental de QBE European Operations. Con base en Londres, reportará a Chris Wallace director ejecutivo para Europa Continental. El cargo será efectivo el próximo 1 de septiembre, explica la compañía aseguradora australiana.



Generali elimina el teléfono 902 para atención al cliente

Dentro de su estrategia *Simpler, Smarter, Faster* y con el objetivo de "incrementar la excelencia en el servicio ofrecido a clientes y mediadores", Generali ha eliminado las líneas 902 para atención al cliente y habilitado los nuevos números de teléfono 91, a través de los cuales se atenderán las consultas telefónicas de sus clientes y mediadores.



Reale inaugura las operaciones de su compañía en Chile

Tras recibir la autorización del supervisor chileno, Reale Seguros Chile celebró un consejo de administración en Santiago de Chile con la participación de consejeros de Italia y España y presentó en sociedad Reale Seguros Chile. Su objetivo es "convertirse en la compañía de referencia en el mercado chileno en el medio plazo", explica Reale.



Direct nombra director de siniestros a Francisco Olmedo

Direct Seguros ha nombrado a Francisco Olmedo director de Siniestros de la compañía. Olmedo toma el mando de la dirección de Siniestros de la compañía de directo de AXA después de formar parte de la aseguradora durante siete años. Antes de incorporarse a Direct, formó parte de Pelayo como actuario.

VACACIONES SEGURAS EN 'RENT A CAR'

Una gran opción vacacional es alquilar un coche para realizar una ruta turística. La gran competencia existente, tanto entre las empresas de 'rent a car' como entre las aseguradoras brinda a los clientes una amplia oferta que se caracteriza por un precio económico. Es una fecha apropiada para hablar de los seguros para coches de alquiler

DIEGO FERNÁNDEZ TORREALBA

Puede haber algo más agradable, ahora que llegan las vacaciones de verano, que alquilar un coche con sus amigos o su pareja para realizar una ruta por algún lugar bonito? Es difícil de imaginar. Lo que resulta fácil es, dada la gran oferta existente, encontrar un vehículo de alquiler por un precio económico con el que disfrutar de unas vacaciones en ruta, y más si se viaja en compañía.

La mayoría de los *rent a car* incluyen en su precio final la contratación de un seguro básico, que garantiza que quedarán cubiertos los daños a terceros. Pero quizás sea conveniente rascarse el bolsillo y contratar un seguro más amplio con el fin de protegerse ante un posible robo o desperfecto, circunstancias relativamente frecuentes que pueden amargarnos nuestro periodo vacacional.

Tampoco deben saltar las alarmas en ese caso, pues, bien por medio de la empresa de alquiler de coches correspondiente o contratando la póliza a través de otra compañía aseguradora, existen opciones de sobra a nuestra disposición.

Vamos con el primero de los casos. Les ofrecemos el ejemplo de Avis, que brinda al cliente una cobertura completa con su seguro *SuperCover*. Su principal ventaja es que elimina los importes a abonar por el cliente en caso de que se produzca un robo del coche de alquiler o un accidente en el mismo, eliminándose casi cualquier responsabilidad sobre el vehículo.

Dependiendo de la categoría del coche y de la zona en la que se conduzca puede contratarse este seguro por poco más de 10 euros diarios en las Canarias y poco más de 15 en el resto de España. Unos precios económicos que suben, como es lógico,



ISTOCK

cuando el vehículo de alquiler es de alta gama.

En cuanto a la segunda opción, compañías como *Aseguramicoheddealquiler.es* dan la opción de contratar el seguro de coche por separado, cómodamente y de manera *online*. Mediante el pago de una prima anual de 70 euros ofrece una cobertura continua de 60 días en cualquier contrato de alquiler que realicemos, válida para Europa y con una cobertura de franquicia de 3.000 euros.

Otra posibilidad, dentro de esta misma web, es decantarse por una cobertura diaria, cuyos precios arrancan en los siete euros por jornada siempre que se realice un viaje corto de menos de

13 días. Si se amplía el territorio a todo el mundo, como es razonable, el dinero a pagar aumenta.

Las citadas son dos buenas opciones si se pretende ir tranquilo cuando se conduce un coche de alquiler. Se elija la que se elija, el desembolso suele ser moderado, y la recompensa, en forma de tranquilidad vacacional, importante.

No podemos dejar de hablar de los seguros de conductor ocasional, ya que lo habitual al alquilar un vehículo es que los ocupantes se tuman al volante. Tampoco debe cundir el pánico, ya que por una pequeña cantidad se puede incluir a más personas como conductoras en el seguro.

GUÍA DE 'NETWORKING' PARA EMPRESAS

LA IMPORTANCIA DE CUIDAR LAS RELACIONES MÁS 'DÉBILES'

Ahora explicaremos los denominados 'círculos débiles' y 'círculos fuertes'. Si analizamos el tipo de personas con las que nos relacionamos y los eventos a los que acudimos, podremos comprobar que en una gran proporción, la mayoría de ellos son muy parecidos a nosotros

ANTONIO DOMINGO

Por inercia, las relaciones que hemos ido desarrollando como profesionales suelen ser con personas de nuestro sector, las asociaciones a las que estamos inscritos, también, las revistas o *newsletters* que leemos, ¿de dónde son? pues de nuestro sector; ¿y los eventos a los que acudimos? En efecto, suelen ser de nuestro sector. A nivel personal, si hacemos deporte, nos gusta relacionarnos con personas que hacen el mismo deporte que nosotros; a nivel de ideologías políticas o religiosas pasa lo mismo, con los *hobbies* igual, si tenemos mascotas lo hacemos con personas que tienen una mascota igual a la nuestra, etc. Esto no es malo, nos hace sentirnos identificados, refuerza nuestras creencias, nos hace sentir bien porque están en nuestra misma frecuencia mental, pero es necesario entender que todas nuestras relaciones no deben ser solo así. Esto es lo que se llama *círculos fuertes* y debemos mantenerlos porque es positivo en muchos aspectos, pero... es muy importante que nos relacionemos



conscientemente con personas de los llamados *círculos débiles*, profesionales de otros sectores e incluso de otra condición: si somos empleados por cuenta ajena, pues con empresarios, profesionales que trabajan por cuenta propia o viceversa, con personas que hacen cosas distintas de sectores distintos, que tienen diferente ideología a la nuestra, que tienen aficiones distintas, y así en cualquier aspecto de nuestra vida personal o profesional. ¿Por qué?

Pues la explicación es bien simple. Las personas de nuestros *círculos fuertes* suelen acceder a las mismas informaciones que nosotros, se relacionan con personas que ya conocemos en su mayoría. Sin embargo, los de los *círculos débiles* nos permiten llegar a círculos de personas que ellos conocen pero nosotros no, tienen información diferente a la nuestra y acceden a enfoques mentales y profesionales muy diversos, por lo que no solo pueden inspirarnos para crear o mejorar, sino que pueden ayudarnos a llegar a personas, datos, empleos, innovaciones, estrategias o negocios a los que de otra forma no habríamos tenido acceso, y así enriquecen nuestras redes de relaciones y nuestras mentes, y nos hacen crecer personal y profesionalmente.

Cuando hacemos esto de forma estratégica y continuada, tendremos un valor añadido: podremos enriquecer a nuestras redes de *círculos fuertes*. Hacer *networking* de forma eficaz y más en el ámbito de la empresa es poder disponer de una cuidada red de relaciones lo más diversa posible y, por supuesto, mantenerla cuidando esas relaciones a lo largo de los años. Los *círculos débiles* son imprescindibles para conseguirlo. En los próximos capítulos veremos nuevos enfoques del *networking* aplicado a la empresa. Mientras tanto, disfrutemos dejando de hacer contactos y generemos relaciones, que es la base del éxito.

ANTONIO DOMINGO

MENTOR DE NETWORKING PARA PROFESIONALES, EMPRESARIOS Y EMPRENDEDORES. CEO DE SOCIAL MEDIA EVENTS
@AntonioDomingo <http://www.AntonioDomingo.com>



AMS

CHEFCHAOUEN, LA CIUDAD AZUL

A una hora del mar, Chefchaouen es la ciudad más coqueta de la cordillera del Rif. El color azul de sus calles y edificios la convierten en un enclave difícil de olvidar. Descubra la esencia de Marruecos recorriendo sus calles, sus mezquitas y sus bazares y disfrute de una oferta gastronómica única

ANA M. SERRANO

Callecitas estrechas, empinadas, donde se arremolina el olor a especias y a hierbabuena, abrazan la mañana. Un gato escuálido huye de la jauría de niños que lo persigue agitando ramas mugrientas entre las manos. El empedrado mojado resbala. Sobre todo cuesta abajo. El calor del sol lo seca en un instante. Un perfume templado a pan recién hecho se funde con el azul de un cielo esplendoroso. Las casas, los muros, las puertas, las calles le hacen eco, un murmullo añil, un bisbiseo celeste sobre rampas y escalinatas casi imposibles.

Estamos en la medina de Chaouen. Chefachouen, dicen algunos. La ciudad más bella y recoleta de la cordillera del Rif. A

una hora del mar y cinco minutos de la montaña.

A pocos pasos de la *kasbah* se encuentra el hotel Ras el Maa, un riad delicioso con aires cordobeses y ático con vistas al infinito. Lo dirige Cristina, española encantadora que además conoce el enclave a la perfección. Le orientará, si lo desea, sobre excursiones y transportes, artesanía, marroquinería, monumentos -que los hay-, las mejores tiendas, los restaurantes... Entre ellos, el Aladdin o Casa Hassan. Un lujo este último. Por apenas cien dirhams (10 euros) por persona, puedes estallar de placer a base de tajines, pastas, couscous, hariras o tabulés. Un despliegue culinario bereber exquisito rematado con té y dulces artesanos. No sirven alcohol, pero si eres hábil negociando es posible que el dueño te deje llevar tu propio vino. Eso sí, con muchísima discreción. Cerca del mercado de abastos, en el Oum Rabie -igual que en el hotel Parador, en la Plaza de Makhzen- sí se puede disfrutar de una cerveza helada o un vino de Meknes -no está nada mal, por cierto-, así como de su cocina: variada, riquísima y económica.

La tarde es una algarabía de color, música amazigh, risas infantiles, hiyabs y chilabas. Comerciantes que ofrecen un té a la menta, ardiente y dulce, y el sinfín de objetos decorativos que abarrotan sus tiendas. El regateo es un deber, una diversión añadida. Pese al bullicio callejero, se respira ese sosiego intangible que domina la vida chauní. *Prisa mata, amigo* es la consigna de una ciudad segura, tranquila, tolerante, amable, hospitalaria. Santa, por la veintena de mezquitas que salpican centro y alrededores. La española, la Mezquita Jemaa Buzafar, se encuentra en la ladera del Parque Nacional de Talassemtane. No es un santuario, sino un mirador desde donde contemplar una de las panorámicas más espléndidas de la medina.

Se enciende la noche. Los últimos rayos de poniente iluminan la Gran Mezquita que empieza a cantar sus plegarias. Los acordes suspendidos del muecín se abren paso entre el ruido metálico de las persianas al caer. Miradas furtivas se asoman por los ventanucos. Los hombres fuman en cucillitas al pie de una escalera mientras el día se desvanece. El gato solitario husmea un cubo de basura. Las esquinas bostezan, la calle se adornece. No del todo. La vida no cesa en la ciudad azul.

CUATRO PRODUCTOS INDISPENSABLES PARA DISFRUTAR DEL SOL

Ha llegado la hora de disfrutar del sol, pero sin sufrir los efectos nocivos de los rayos UVB y UVA. Rostro, cabello y cuerpo se merecen los mejores cuidados también durante los meses de verano

ANA M. SERRANO

Tan venerados como detestados, el verano y su eterno acompañante, el sol, este 2017 anunciaban sus intenciones bastante antes de lo habitual. Y aunque se hayan tomado unas vacaciones improvisadas, todos sabemos que nos van a acompañar durante los próximos noventa días. De modo que, detractores e incondicionales, en nuestra mano está convertir sus efectos nocivos en los mejores aliados de belleza y bienestar. Como la cosmética está de nuestro lado, hemos seleccionado cuatro de los mejunjes indispensables del neceser estival inteligente.

Protección, protección y protección es la única máxima que hay que respetar a rajatabla en este tiempo de ocio y calor. Comenzando por la cabeza. Además de un sombrero chic, los protectores capilares garantizan una melena reluciente a prueba de rayos UVB, cloro y sal. Entre ellos *Capilar Total* de Nuggela & Sulé. Por 14,90 euros es el cómplice perfecto: protege la fibra capilar gracias a sus filtros solares de última generación y el aceite de chía virgen extra que restaura el brillo -hasta el 90 por ciento-, evita la oxidación y previene la rotura del cabello.

El rostro, el cuello y el escote solían ser las víctimas invisibles e inocentes de la radiación solar. Hasta que apareció *Face Silk* de Hawaiian Tropic para remediarlo. Su fórmula hidratante garantiza la salud y elasticidad de la piel, además de una protección implacable frente a los rayos UVA y UVB. Resistente al agua, procura una protección de amplio espectro, nutre la piel del rostro, dejando un delicado rastro de perfume suave y

natural. En verano, las mascarillas, más que actores secundarios, son la estrella indiscutible. Y la de caléndula de Kiehl's, el *must have* de la temporada. Una delicia refrescante, enemiga del cansancio y la deshidratación. Apunte el nombre de la magia facial: *Caléndula & Aloe Soothing Hydration Masque*.

Los labios, los otros grandes olvidados, tremendos sufridores de las temperaturas extremas, la sequedad y los factores ambientales, recuperan protagonismo con el milagro amarillo de Lipstick Queen. Se llama *Mornin' Sunshine* y su tono extravagante no es más que un trampantojo convertible en melocotón. Al tacto y al olfato. Enriquecido con aceites naturales, manteca de mango y karité y vitamina E, la fórmula del bálsamo mima, cuida y nutre la sonrisa de la mañana a la noche.

El cuerpo. Claro, el cuerpo. Ese resto que parece tan inmune -y ni de broma-, también reclama su dosis de cariño. Antes, durante y después del sol, la gama *Collistar* protege la piel de los efectos devastadores de la radiación solar. El *Spray Solar protección Activa SPF 50+* para pieles muy sensibles es buen ejemplo. Gracias a su fórmula con filtros UVA y UVB, ayuda a prevenir las erupciones cutáneas, las quemaduras y el fotoenvejecimiento. Transparente y ultrafrio, se seca inmediatamente; deja la piel suave y flexible, y aporta un efecto antioxidante.

