

Seguros

elEconomista

Revista mensual

8 de junio de 2017 | Nº 47

REPORTAJE ESPECIAL

LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS REVOLUCIONAN LA ASISTENCIA

Internet de las cosas o el 'big data' ayudan a estrechar los lazos entre compañías y asegurados | P18

¿Qué es más seguro para los usuarios, el taxi o servicios como Uber o Cabify? | P8

¿Qué inversiones debe evitar para complementar su pensión de jubilación? | P28



Esther Villar

Directora técnico actuarial de Direct Seguros

“Nuestra estrategia pasa por ofrecer el mejor servicio de manera simple y fácil” | P14



4. ¿Sabía qué...? A la caza (y pesca) de un buen seguro

Además de las licencias pertinentes, los aficionados a la caza y a la pesca deben estar asegurados

11. Contratar un seguro... Ciclistas asegurados en ciudad y en carretera

Cada vez más españoles optan por la bicicleta como medio de transporte o como deporte

25. Empresas La formación es la clave contra los ciberriesgos

Ataques como el del virus 'WannaCry' ponen de manifiesto que la educación en seguridad es vital

32. Seguro y deporte Los superhéroes de verdad también se aseguran

Este mes descubrimos qué seguros contratan los deportistas que participan en los 'Ironman'

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

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

Reportaje ¿Qué es más seguro, el taxi o servicios como Uber o Cabify?

Las plataformas de movilidad han llegado para quedarse, pero ¿son tan seguros para los pasajeros como los taxis?

8



18



Especial asistencia Las nuevas tecnologías revolucionan la asistencia

Internet de las cosas o el *big data* ya están cambiando la forma en que el seguro se relaciona con los asegurados

Entrevista Esther Villar, directora técnico actuarial de Direct Seguros

"Nuestra estrategia pasa por ofrecer el mejor servicio a nuestros clientes de manera simple y fácil"



14



22

Motor Simuladores virtuales para conducir mejor

Son similares a videojuegos, pero pueden ayudar a mejorar las habilidades al volante de los conductores



Hiperconectados para una mejor atención al asegurado

La razón de ser del seguro es hacer la vida más fácil a la sociedad. Y es en la gestión de los siniestros cuando las compañías de verdad se la juegan. En este contexto es cuando entran en juego las compañías de asistencia, las encargadas de solucionar los percances que los asegurados sufran prácticamente en cualquier ámbito: la carretera, un viaje en el extranjero, en el hogar o relacionado con su salud.

La evolución de las compañías de asistencia y de los servicios que prestan ha sido exponencial en los últimos años, ligada además al desarrollo de nuevas tecnologías que hacen posible incluso anticiparse a los riesgos, especialmente gracias a Internet de las cosas y los dispositivos conectados. ¿Se imagina un hogar inteligente capaz de llamar a la compañía aseguradora al detectar una fuga de agua o una posible avería en calderas o calentadores de agua? Gracias a la domótica esto es posible. Los expertos calculan que en 2020 un hogar medio contará con cerca de 500 dispositivos conectados. Esta revolución es imparable y la analizamos en el Reportaje Especial que protagoniza la portada de la edición de junio de *elEconomista Seguros*.

Ligada a las nuevas tecnologías, Esther Villar, directora

técnico actuarial de Direct Seguros, nos descubre en una entrevista cómo influye la utilización de innovaciones como el *big data* en una compañía de seguros de auto como Direct.

Además, repasamos la guerra abierta entre taxistas y las plataformas de movilidad como Uber y Cabify. ¿Cómo se aseguran estos servicios? ¿Hay tantas diferencias entre ellos como parece? Descúbralo en el reportaje de este mes. En esta edición también podrá encontrar información práctica acerca de los seguros de caza y pesca, obligatorios para practicar este tipo de deportes; y los seguros de bicicletas. Los ciclistas, cada vez más numerosos en las calles y las carreteras españolas, son los más vulnerables en caso de accidente y estar bien protegido nunca está de más.

Y como no todo es trabajar, le ofrecemos un amplio abanico de opciones para desconectar de la rutina: desde disfrutar de la gastronomía gallega en lugares exclusivos y hasta ahora desconocidos como los *furanchos*, hasta saborear la última tendencia en bares y terrazas: los *mocktails*, cócteles sin alcohol o con muy poca graduación que combinan la vida sana con el entretenimiento. Y si lo suyo es la tecnología, no se pierda la selección de este mes: lo *retro* conquista a la innovación. Feliz lectura.

Las nuevas tecnologías, como Internet de las cosas, permiten a las compañías de asistencia anticiparse incluso a los siniestros, mejorando la atención al asegurado y la percepción que la sociedad tiene del sector asegurador



ISTOCK

A LA CAZA (Y PESCA) DE UN BUEN SEGURO

La pesca, y por encima de todo la caza, cuentan con numerosos aficionados en España. Todos ellos deben contar con la licencia correspondiente si pretenden realizar su actividad de manera legal, pero... ¿es obligatoria la contratación de un seguro? ¿Es sólo recomendable? Vamos a ver un poco más sobre este tipo de productos destinados a cazadores y pescadores

DIEGO FERNÁNDEZ TORREALBA

Sí, esta vez estamos convencidos de que saben que existen seguros de caza y pesca, pero quizás no tengan tan claro cuáles son sus coberturas básicas, qué coberturas complementarias pueden tener y en qué casos es obligatoria su contratación y en cuáles no. Lo cierto es que desde hace ya varias décadas ambos productos se han hecho con un espacio importante en el mercado asegurador en España, un país en el que alrededor de 300.000 personas cuentan con licencia federada de caza y en torno a 50.000 con la de pesca.

Comencemos por la caza, actividad en la que la contratación de un seguro es obligatoria por ley. Todo cazador debe contratar

un seguro de responsabilidad civil, con el objetivo de que responda en caso de ocasionar daños a terceros. Y no sólo durante el ejercicio de la caza, sino en actividades inherentes a ella como la limpieza de las armas, el ataque de los perros e incluso durante el tiempo de descanso dentro del coto.

Hay que decir que, más allá del cazador o cazadores, las otras personas que participen en las cacerías -acompañante, ojeador, perrero- no tienen la obligación de contratar este seguro, aunque resulte recomendable.

Más allá del seguro obligatorio, las numerosas compañías que cuentan con productos de caza en nuestro país ofrecen a menudo la posibilidad de contratar coberturas adicionales. Por ejemplo, la de accidentes personales, que contempla indemnizaciones en caso de fallecimiento, invalidez permanente o gastos de asistencia sanitaria; o la de asistencia en viaje, que cubre los imprevistos surgidos durante los desplazamientos; o la de ampliación del espacio en el que opera el seguro, incluso fuera de España. Otra cobertura a considerar es la de daños al arma propiedad del asegurado, bien sea porque esta se estropee o a causa de un robo de la misma.

En cuanto a la pesca con caña, sólo se puede realizar mediante la obtención de una licencia, que es obligatoria. Sin embargo, la contratación del seguro de responsabilidad civil por daños a terceros no es obligada para los pescadores nacionales, excepto en tres comunidades autónomas: Cataluña, Murcia y Andalucía. En la región murciana obligan además a la suscripción de la cobertura de daños propios por accidente.

Un seguro de responsabilidad civil para pesca suele cubrir los daños a terceros no sólo durante el ejercicio de la pesca -incluyéndose competiciones-, sino a lo largo de las pruebas y eventos de preparación, incluyéndose la limpieza de equipos.

Al igual que en el caso de la caza existen coberturas de ampliación de territorio, con el fin de que el tomador del seguro pueda estar asegurado al pescar fuera de España, así como coberturas que contemplan la posibilidad de un accidente, proporcionando asistencia médica y amparando también situaciones como la muerte y la invalidez del asegurado mientras practica su deporte preferido.

Previsión Sanitaria Nacional (PSN) prepara su entrada en Salud

Previsión Sanitaria Nacional (PSN) lleva más de 80 años protegiendo a los profesionales sanitarios. La mutua ha ampliado su *target* de clientes y se ha convertido en la aseguradora de distintos colectivos profesionales. Miguel Carrero, presidente de la entidad, anunció recientemente que el Grupo PSN está desarrollando un producto de salud que lanzará al mercado en los próximos meses. Su objetivo es recoger todo su conocimiento y experiencia acerca de la sanidad y sus profesionales y plasmarlos en un producto que será “completamente diferente a lo que hay actualmente en el mercado”. La compañía cerró 2016 con una cuota de mercado del 0,43 por ciento, de acuerdo con los datos de Icea.

■ Año de fundación:

1930

■ Sede social:

Calle Génova, 26. Madrid

■ Número de empleados totales:

227 empleados al cierre de 2016

■ Distribución por género:

Mujeres: 137 (60,35 por ciento)

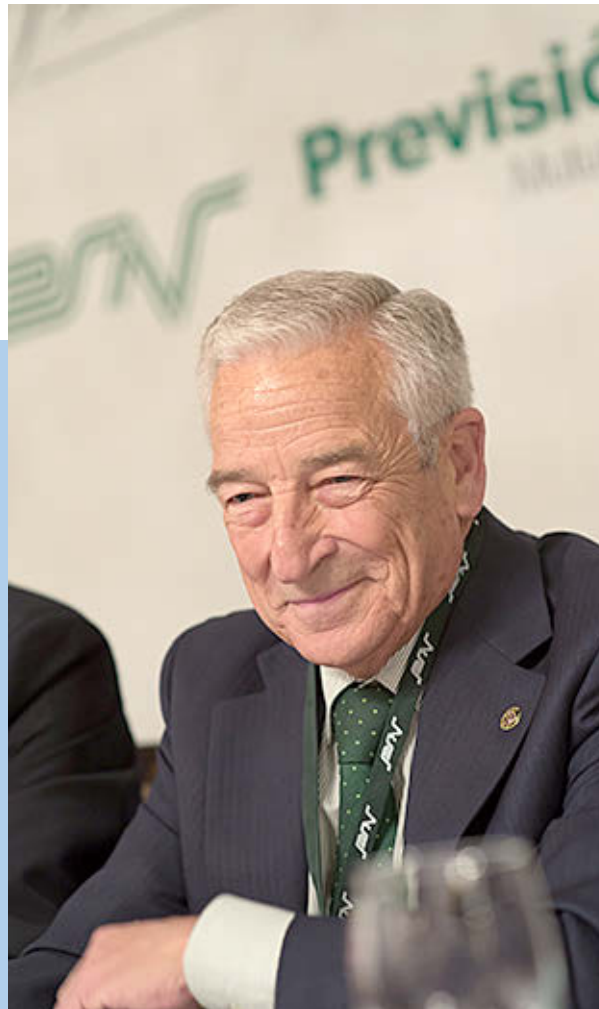
Hombres: 90 (39,65 por ciento)

■ Distribución en puestos directivos y mandos intermedios:

Mujeres: 10 (35,72 por ciento)

Hombres: 18 (64,28 por ciento)

■ Incorporaciones a la plantilla en 2016 (o último año disponible):



Miguel Carrero

Presidente de PSN



Datos no disponibles

■ Ramos en los que opera:

Protección, ahorro y jubilación, inversión y responsabilidad civil

■ Volumen de primas:

271,69 millones de euros al cierre de 2016, según datos de Icea

■ Cuota de mercado:

0,43 por ciento al cierre de 2016, según datos de Icea

■ Número de oficinas:

127 oficinas en el territorio nacional

■ Página web:

<http://www.psn.es>

■ Perfiles en Redes Sociales:

Twitter: <https://twitter.com/GRUPOPSN>

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

LinkedIn: <http://www.linkedin.com/company/grupo-psn>

Instagram: <https://instagram.com/grupopsn>

Google+: <xhttps://plus.google.com/+GrupoPSN>

YouTube:

<https://www.youtube.com/channel/UCwYiAeCxTPZelKxnSiszfkW>

■ Canales de venta:

Red de oficinas y agentes

■ Contacto (clientes):

902 100 062

■ Presidente:

Miguel Carrero

NUEVOS PRODUCTOS

HELVETIA LANZA SU SEGURO DE MOTOS 'ONLINE'

Con este nuevo producto, la aseguradora da un paso más en el proceso de transformación digital que persigue con su estrategia 'helvetia 20.20'

REDACCIÓN

Helvetia Seguros ha incorporado a su página web y a la de sus mediadores un tarificador online para que los clientes puedan calcular y contratar a través de Internet su seguro de motos. A través de este tarificador *online* para ciclomotores, motocicletas y *quads*, los usuarios tienen la



L. M.

posibilidad de contratar, desde cualquier dispositivo y en cualquier momento, el producto que mejor se adapte a las necesidades de su vehículo, según explica la compañía en un comunicado.

Los asegurados de la compañía tienen la oportunidad de elegir entre varias opciones, desde la póliza más básica, que incluye el seguro obligatorio, hasta la más completa, la modalidad de todo riesgo. Además, también pueden personalizar su póliza, gracias a las ampliaciones de garantías y franquicias que se encuentran disponibles.

Para facilitar el proceso de contratación online, Helvetia Seguros ha apostado por una

herramienta sencilla e intuitiva. Desde el primer momento, el tarificador establece una conversación en primera persona con el usuario para guiarle durante todo el proceso, indicándole paso a paso lo que debe hacer, señala la aseguradora.

“El Seguro de Motos Online supone un paso más en el proceso de transformación digital que tiene en marcha la aseguradora en su estrategia *helvetia 20.20*. Con esta iniciativa, Helvetia Seguros se adapta a las necesidades actuales del mercado, en el que el consumidor digital tiene cada vez más protagonismo”, concluye la información de la compañía.



EE

SEGUROS DE SALUD

PROTEGER LA SALUD DE LOS EXPATRIADOS

Generali trae a España 'Generali Global Choice' diseñada para proteger a los empleados fuera de nuestras fronteras

REDACCIÓN

Generali acaba de lanzar un nuevo seguro de salud para empresas que cuenten con empleados con cierta movilidad internacional. *Generali Global Choice* es un seguro de salud colectivo para expatriados que ofrece un diseño modular y flexible que permite a las empresas configurar un seguro adaptado a sus necesidades.

Según explica la compañía en un comunicado, este producto incorpora novedades para el colectivo expatriado, como un servicio de doctores y especialistas

clínicos accesible por teléfono o videoconferencia desde cualquier parte del mundo y a cualquier hora, con solo tocar un botón; 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.

Entre las ventajas de Generali Global Choice también se incluyen opciones como la posibilidad de acceder a un servicio totalmente confidencial e independiente de segunda opinión médica; o un examen diseñado para pacientes oncológicos que identifica el tratamiento más adecuado según el perfil genético del paciente.

Este producto dispone de una red de más de 600.000 servicios médicos concertados. La compañía explica que Generali Global Choice ha sido desarrollado en colaboración con los especialistas en salud de Generali Global Health (GGH) y llega a España tras ser comercializado en países como Emiratos Árabes Unidos y Hong Kong.



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



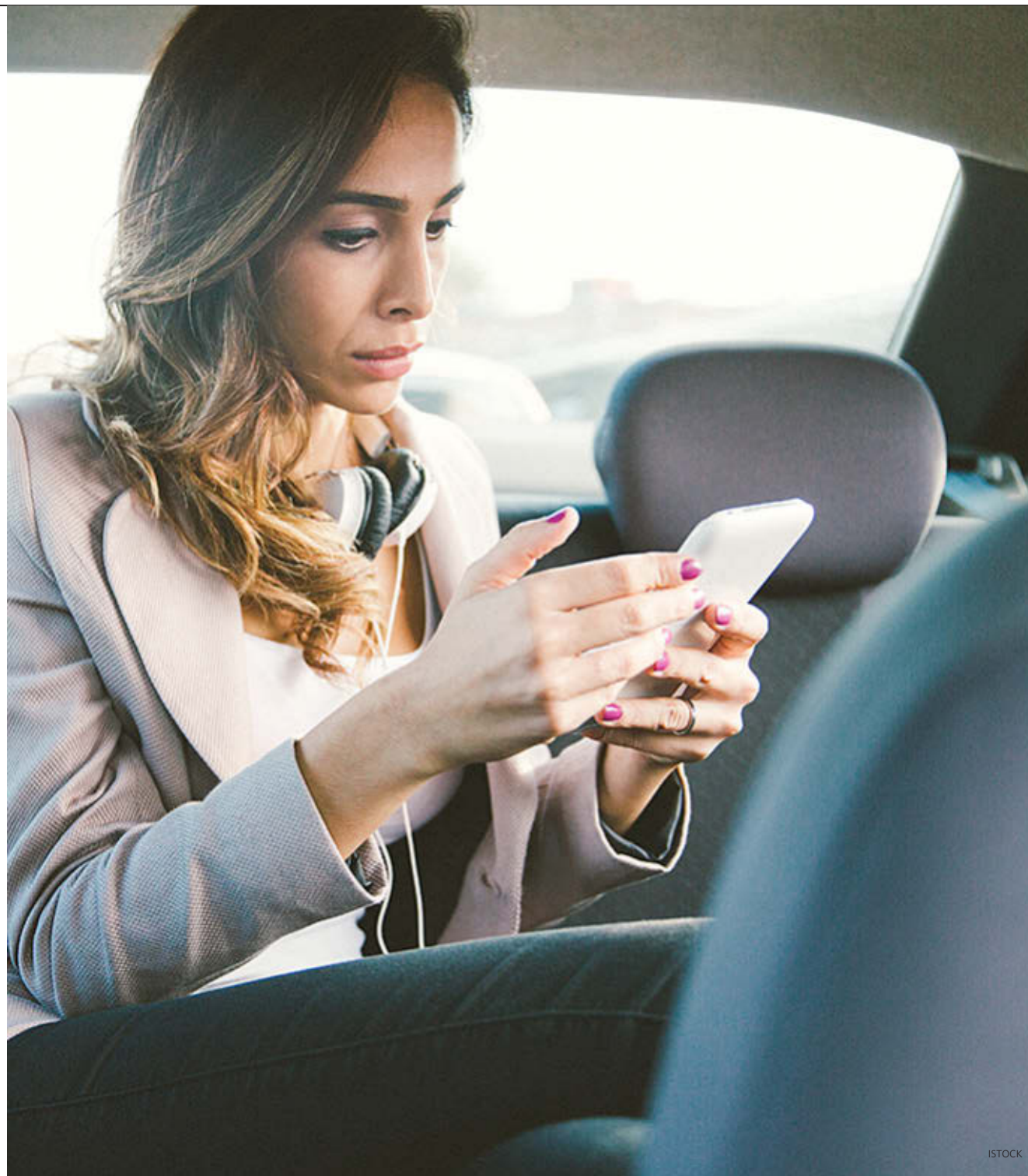
¿QUÉ ES MÁS SEGURO, EL TAXI O SERVICIOS COMO UBER O CABIFY?

Se han enfrentado en las calles y amenazan con terminar en los tribunales, pero para los usuarios es igual de seguro contratar un vehículo con conductor que optar por los servicios de un taxi

V.M.Z.

Los taxistas españoles están en pie de guerra contra las plataformas de movilidad que operan en algunas ciudades españolas, como es el caso de Uber y Cabify. Las 100.000 personas que viven del taxi en España consideran que los nuevos servicios surgidos de la economía colaborativa suponen una competencia desleal de sus servicios. Tras las movilizaciones y la huelga convocada a finales del mes de mayo en ciudades como Madrid y Barcelona, Fedetaxi, la patronal del taxi en España, amenaza con llevar a los tribunales a Cabify por una presunta explotación laboral de sus conductores y por la intermediación en la compraventa de licencias de VTC -vehículos de arrendamiento con conductor- una práctica que desde Fedetaxi reiteran que está “terminantemente prohibida en España”.

Guerras aparte, los usuarios de estos servicios mantienen su apuesta por estos servicios alternativos de transporte urbano. Para muchos la clave está



en el “cuidado servicio que prestan”. Así lo afirma Alicia, usuaria habitual de plataformas como Cabify: “Si necesito hacer un trayecto largo opto por Cabify porque el precio es cerrado, sé qué me va a costar de antemano. Además, los coches están impecables, los conductores son muy correctos y siempre ofrecen agua, revistas y elegir la música o la temperatura del vehículo. Parecen tonterías, pero es un valor añadido al servicio de transporte que ofrecen”. Dejando de lado estas cuestiones, el Ministerio de Fomento se ha comprometido a vigilar que la competencia entre el servicio público del taxi y las nuevas plataformas se desarrolle conforme a la legalidad. Un ordenamiento que obliga a los profesionales del taxi a cumplir con una serie de requisitos administrativos y fiscales que la patronal del taxi alega que servicios como Uber y Cabify incumplen de forma sistemática.

¿Cómo se aseguran estos servicios?

Una de las primeras preguntas que surgen a la hora de optar por un taxi o contratar los servicios de Uber o Cabify es si es seguro viajar en ellos. Tanto Uber como Cabify operan en España bajo licencia VTC concedida por la Administración, lo que la Ley de Ordenación de los Transportes Terrestres les obliga a contar con un seguro que cubra de forma ilimitada la responsabilidad civil frente a terceros. Es el mismo seguro que deben contratar los taxis.

En el caso de Cabify es la propia plataforma la que proporciona al conductor el seguro del vehículo, que cubre la responsabilidad civil y los gastos médicos, explica la plataforma de movilidad en su web.

Fuentes del sector asegurador recuerdan que estos seguros no son los seguros de coche que deben contratar los particulares, ya que el uso comercial del vehículo obliga a calcular la prima de forma diferente por el mayor riesgo a sufrir accidentes al que se exponen estos vehículos. Una aclaración muy importante: si un particular decidiera hacer un uso comercial de su vehículo sin comunicárselo a la compañía de seguros, en caso de accidente su seguro de coche podría no cubrirle.

Más opciones de la economía colaborativa

Internet y las redes sociales han abierto un mundo de posibilidades en muchos sectores. El transporte es uno de los más afectados por esta revolución social. Los jóvenes descartan cada vez más la idea de adquirir un coche y prefieren compartir gastos si necesitan hacer un viaje. Las plataformas de coches compartidos también han llegado para quedarse y la mayoría de estos servicios ya cuentan con alianzas con compañías de



Los taxis y las plataformas como Uber o Cabify deben contar con seguros similares.
REUTERS

18%

Uno de cada cinco usuarios prefieren los servicios de Uber o Cabify al taxi, según 'Acierto.com'

seguros para proteger a pasajeros y conductores. Por ejemplo, AXA España ha firmado acuerdos con plataformas como Social Car o Blablacar. En el caso de esta última, la compañía que dirige Jean-Paul Rignault se encarga desde agosto de 2015 del seguro a terceros adicional que ofrece la plataforma a sus usuarios sin que suponga un coste añadido para ellos. En el caso de Social Car, la compañía ofrece un seguro a todo riesgo para los usuarios de este servicio de alquiler de coches entre particulares.

A estas plataformas de *carsharing* se une la aparición en las ciudades de servicios de alquiler de coches y motos eléctricas, como Car2go o Emov, servicios que están cambiando la movilidad en las ciudades, impulsando además, el uso de vehículos menos contaminantes. Sea cual sea el medio de transporte que elija, asegúrese de que cuenta con la protección de un seguro adecuado, con el objetivo de evitar sorpresas desagradables en caso de sufrir algún percance.



CÓMO AHORRAR COMPRANDO A TRAVÉS DE INTERNET, NO SE LA JUEGUE

Internet abre una ventana al mundo y elimina las barreras del tiempo y el espacio. También a la hora de salir de compras. El comercio electrónico es rápido, sencillo y muy cómodo. Pero, ¿realmente es más barato que el comercio físico? Depende de muchas opciones. Descubra cómo puede ahorrar en sus compras por la red

CARMEN LANCHO

Hacer compras *online* ha dejado de ser una tendencia para ser una realidad impararable. Cada año el volumen crece. Según datos recopilados por el Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y las SI, en 2015 el volumen de las ventas a través de comercio electrónico alcanzaron los 218,21 millones de euros, unos 19,95 millones más que en 2014. El mismo organismo indica que

en 2016 el 84 por ciento de las ventas mediante páginas web o *apps*, tuvieron como destino geográfico España. El 11,9 por ciento fue a los demás países de la Unión Europea, y el 4,1 por ciento restante a países de fuera de la Unión Europea.

Una de las ventajas de internet es que permite buscar y comparar precios, hasta encontrar el más barato. Recuerde que al precio de venta de cada producto deberá sumarle el coste del envío. En muchas tiendas online ofrecen en sus webs el envío gratuito, normalmente sujeto a una compra mínima. Pero si usted vive en Ceuta, Melilla o Canarias es muy probable que tenga que pagar algo más. Lo mismo le sucederá si quiere que su compra le sea entregada a una hora específica o de manera urgente porque no quiere -o no puede- esperar y esto tiene un precio. Así que, lea atentamente las condiciones de compra. y programe, si puede, con tiempo las compras más importantes del año, como las vacaciones de verano o los regalos de Navidad, por ejemplo, cuando se acerque la temporada. Puede ahorrar dinero si se anticipa en sus compras *online*. Esto es muy habitual en los billetes de avión o en eventos como el *Blackfriday*. Fíjese bien en las condiciones de devolución, pueden ser gratuitas.

Tiendas abiertas las 24 horas

Otra de las maravillas de internet es que nunca cierra. La comodidad, la capacidad de realizar una compra en cualquier momento gracias al uso de las *apps* y sin perder tiempo. En la digitalización no solo se busca ahorro de dinero, evitar desplazamientos o encontrar productos exclusivos reservados a este canal de venta es un plus. Existen también algunas webs especializadas en realizar ofertas si se compra a través de su plataforma. Además, Internet ha sido una herramienta fundamental para afianzar la nueva tendencia de la "economía colaborativa" que ha supuesto una vuelta al mercado de los productos de segunda mano y del trueque, una opción a tener en cuenta si no quiere pagar el precio del producto nuevo.

ISTOCK

CICLISTAS ASEGURADOS EN CIUDAD Y EN CARRETERA

Son los actores más vulnerables de ciudades y carreteras, y han saltado a los titulares por los últimos accidentes y atropellos mortales que han sufrido. ¿Deben los ciclistas circular con seguro?

REDACCIÓN

En un Son muchas las razones que hacen de la bicicleta uno de los medios de transporte más atractivos y cada vez más utilizados en zonas urbanas. Disfrutar del aire libre, desplazamientos más rápidos y ágiles en ciudad y practicar deporte son alguna de ellas. En España practican ciclismo de forma habitual más de tres millones de personas. Además, el ciclismo es el deporte más practicado en nuestro país, lo que ha hecho que en 2015, últimos datos disponibles, se vendieran más de 1,1 millones de bicis, de acuerdo con los datos de la Confederación Europea de la Industria de la Bicicleta.

Tanto en carretera como en ciudad, los ciclistas comparten la vía con los demás vehículos. En las ciudades, además, están los peatones. Un entorno lleno de riesgos. 2017 puede cerrar como uno de los años más peligrosos para los amantes del pedaleo. Hasta el pasado 15 de mayo se produjeron 18 víctimas mortales en accidentes en carretera, tres más que en el mismo periodo de un año antes. Esto ha llevado al Ministerio de Interior y a la Dirección General de Tráfico a lanzar una batería de medidas para reforzar la seguridad vial de los ciclistas. En ciudad, unas medidas a tener en cuenta son la utilización del casco, obligatorio para menores de 16 años, y vestir prendas reflectantes y contar con iluminación de señalización suficiente para ser vistos por los demás usuarios de la vía.

Como siempre, contar con la protección de un buen seguro

puede ser necesario si la bici es su medio de desplazamiento habitual. El sector asegurador ha desarrollado una completa oferta de coberturas para proteger tanto al ciclista como a su bicicleta.

¿Qué coberturas son las más adecuadas?

Cada compañía es un mundo, pero las coberturas básicas que debería incluir un buen seguro de bicis son las de responsabilidad civil, asistencia en viaje y defensa jurídica.

La cobertura de responsabilidad civil cubre al ciclista de los posibles daños que pueda causar a un tercero, por ejemplo, un atropello a un peatón. La cuantía asegurada depende de la póliza. La asistencia en viaje permite al ciclista recibir ayuda en caso de sufrir un percance durante la práctica de este deporte. Con la defensa jurídica se garantiza la asistencia legal en caso de necesitarla. Además, los seguros para bicicletas pueden cubrir a la propia bici en caso de robo o daños. Pero la compañía exigirá en estos casos especial cuidado de la misma al aparcarla y asegurarla con un candado o cadenas homologados.

Cada usuario de bicicletas puede adaptar su póliza a sus necesidades concretas, así como complementarla con seguro de accidentes o vida y un buen seguro médico por si necesita asistencia sanitaria. La mejor protección siempre es circular atento, respetar las normas de circulación y extremar la seguridad vial.



MUTUA MADRILEÑA, LÍDER EN SOLVENCIA ENTRE LAS GRANDES COMPAÑÍAS EUROPEAS

La entidad cuenta con un ratio de solvencia del 329%, 135 puntos por encima del margen medio de las 20 principales compañías aseguradoras europeas

EL ECONOMISTA

Contar con un margen de solvencia elevado es uno de los objetivos a los que más esfuerzos dedican, desde siempre, las aseguradoras y cuya necesidad se ha incrementado con la puesta en marcha, en enero de 2016, de Solvencia II, que ha impuesto criterios todavía más restrictivos que los existentes hasta entonces. Con estas nuevas variables, el Grupo Mutua Madrileña se alza como la aseguradora con mayor margen de solvencia de los grandes grupos aseguradores españoles y europeos, con un ratio del 329 por ciento a cierre del ejercicio pasado. La cifra de Mutua supera en 135 puntos básicos el margen de solvencia medio de las 20 principales compañías europeas por volumen de primas, situado en el 193 por ciento.

Dentro del grupo de grandes compañías europeas, Mutua Madrileña es la



única que mantiene un ratio de solvencia superior al 300 por ciento. A gran distancia le siguen otras aseguradoras como Munich Re (267 por ciento), Nationale Nederlanden (241 por ciento), Allianz (218 por ciento), Lloyd's (217 por ciento), Mapfre (210 por ciento) o AXA (197 por ciento).

Pese a la entrada en vigor de Solvencia II en enero de 2016, que impuso unos criterios más estrictos para las aseguradoras, Mutua ha consolidado el liderazgo en este sentido, lo que refuerza el músculo financiero de la compañía y su eficiente gestión de negocio. En el último año, de hecho, la aseguradora ha aumentado su solvencia, que ha pasado del 310 por ciento a cierre de 2015 al 329 por ciento.

El refuerzo en solvencia se produce, además, en un ejercicio en el que Mutua cumplió con su objetivo de absorber contra la cuenta de resultados la puesta en marcha del nuevo cuadro de indemnizaciones por daños personales y el incremento del gasto por el aumento de la siniestralidad, congelando la tarifa a dos terceras partes de sus asegurados de autos.

El margen de solvencia es uno de los ratios más importantes para una aseguradora ya que mide la capacidad financiera de la misma para poder minimizar las posibilidades de insolvencia ante situaciones económicas adversas. Por ello, cuanto mayor sea el excedente de fondos, mayor será su capacidad para absorber las posibles situaciones adversas que se puedan producir.

Solidez patrimonial

La solidez de Mutua Madrileña se confirma, además, con otros datos como el valor de la cartera de activos de la compañía que, a precios de mercado, alcanzaba los 7.331 millones de euros a cierre de 2016. A pesar de la última crisis económica y financiera -que afectó a España entre 2008 y 2014-, la cartera de activos de Mutua no ha dejado de crecer y se ha incrementado entre 2008 y 2016 en más de un 41 por ciento, desde los 5.214 millones de euros. A cierre de 2016, Mutua contaba con más de 3.000 millones de euros en inversiones financieras, 1446 millones de euros en inmuebles y más de 1.500 en sociedades participadas, entre otras partidas.

El Grupo Mutua Madrileña es uno de los mayores grupos aseguradores españoles, con una facturación anual de más de 4.700 millones de euros y una cartera de más de 11,5 millones de asegurados. En concreto, es líder en seguros de salud, ocupa la segunda posición del ranking nacional de seguros No Vida y la cuarta posición del ranking total de seguros en España, incluyendo Vida y No Vida.

Solvencia de las 20 mayores aseguradoras europeas

PUESTO	ENTIDAD	RATIO DE SOLVENCIA II (%)
1.	Grupo Mutua Madrileña	329
2.	Munich Re	267
3.	AVIVA	254
4.	Nationale Nederlanden	241
5.	Hannover Re	230
6.	Allianz	218
7.	Lloyds	217
8.	Mapfre	210
9.	AXA	197
10.	Zurich	189
11.	Achmea	181
12.	Vienna Insurance Group	180
13.	Generali	177
14.	CNP	177
15.	Aegeas Group	177
16.	Standard Life	176
17.	Legal&General	171
18.	Credit Agricole Assurances	161
19.	Talanx	160
20.	RSA	158

Fuente: Información pública de las entidades.

elEconomista

Plan Estratégico 2015-2017

Mutua continúa desarrollando con éxito los ejes principales de su actual Plan Estratégico 2015-2017, basados en el crecimiento rentable fuera de sus mercados tradicionales, la mejora continua del servicio a sus asegurados, la congelación de tarifas a la mayor parte de su cartera de mutualistas y la apuesta decidida por la transformación digital con el fin de estar en vanguardia de la eficiencia e innovación en su sector.

Respecto a su diversificación, Mutua completó en 2016 la compra del 40 por ciento de la compañía chilena Bci Seguros, acuerdo que contempla, a su vez, la opción de adquirir un 20 por ciento adicional, lo que le permitiría lograr una posición de control dentro de tres años.

Congelación de tarifas en favor de sus asegurados

La solvencia económica y solidez patrimonial de Mutua Madrileña permiten a la compañía, entre otros factores, mantener una competitiva política de precios en favor de sus asegurados. Así, en los últimos cuatro años, Mutua ha rebajado o congelado las primas de su seguro de auto a dos terceras partes de su cartera.

En 2017, la compañía volverá a realizar este esfuerzo y aplicará nuevamente una congelación o bajada de primas a dos tercios de los asegurados de auto, en torno a 1,3 millones de mutualistas, tal y como anunció el presidente del Grupo Mutua, Ignacio Garralda, en la última junta general de mutualistas.





Esther VILLAR

Directora técnico actuarial
de Direct Seguros

V.M.Z.

Esther Villar es directora técnico actuarial de Direct Seguros, la compañía de directo de AXA. Licenciada en Matemáticas (Especialidad Estadística) por la Universidad Complutense de Madrid, forma parte de AXA Group desde el año 2000, donde comenzó su andadura como responsable del departamento estadístico de Direct Seguros. Hablamos con Esther de la revolución que suponen las nuevas tecnologías y la utilización del *big data* en una compañía de seguros como Direct, especializada en el ramo de automóviles.

Innovaciones como el coche conectado y su capacidad para generar datos e información se convierten en aliados para los departamentos técnico actuariales de las compañías, permitiendo desarrollar productos y servicios que se adaptan a las necesidades cambiantes de los clientes.

El *big data* también ayuda al asegurado en otros aspectos, como en proporcionar una mejor experiencia de cliente que ayude a aumentar su fidelización.

¿Cómo vive una compañía como Direct Seguros la irrupción de las nuevas tecnologías en el sector asegurador?

Para Direct Seguros la irrupción de las nuevas tecnologías está suponiendo

“Nuestra estrategia pasa por ofrecer el mejor servicio a nuestros clientes de manera simple y fácil”

un refuerzo de nuestros planteamientos. Nuestra estrategia pasa por ofrecer el mejor servicio a nuestros clientes de una manera simple y fácil. Gracias a ello estamos logrando grandes resultados, por tanto lo estamos viviendo como una gran oportunidad, con un gran interés y muy atentos y activos para sacarles el máximo partido y que nuestros clientes se puedan beneficiar de las mismas.

¿Cómo puede beneficiar el uso del 'big data' a los asegurados de Auto?

El aumento de las capacidades de procesamiento de la información, ya sea por una mayor velocidad, por el volumen y el tipo de datos que se pueden gestionar, por una mayor sofisticación en los algoritmos o por cualquier otro beneficio que se suele englobar bajo el concepto de *big data*, tiene una repercusión directa en nuestros asegurados.

Nos permite mejorar los servicios actuales adaptándonos a sus necesidades, simplificando y automatizando procesos y personalizando la relación con el cliente. Todo esto se refleja en un mejor servicio con una mejor relación calidad-precio.

Además de ese impacto directo, gracias al *big data* surgen otro tipo de oportunidades que nos permite explotar y plantear nuevos servicios que pueden derivar en beneficios adicionales para los clientes.

Por ejemplo, el acceso a la información que generan a lo largo de la vida de una póliza de seguros y que puede ser útil para mejorar hábitos de conducción.

Por supuesto, no podemos olvidarnos de los beneficios que va a suponer para los asegurados de Auto el uso del *big data* por parte de otras industrias y organismos públicos que suponen mejoras en las prestaciones de seguridad tanto de los vehículos, como de las ciudades y que redundarán en menos accidentes y por tanto mejoras económicas.

¿Veremos pronto pólizas totalmente a medida de las necesidades y los hábitos de conducción de los asegurados?

El nivel de personalización en las pólizas de auto es bastante elevado para ser un mercado regulado. Ya existen varias propuestas para flexibilizar tanto el qué incluimos como el cómo lo queremos recibir.

Por ejemplo, en el caso de Direct Seguros desde hace varios años el cliente tiene la posibilidad de adaptar su producto con servicios tanto para el vehículo como para las personas y seguramente se siga avanzando aún más en el nivel de personalización con propuestas que vayan más allá de la



“El nivel de personalización de las pólizas de auto es muy elevado”

“El 'big data' ayuda al sector a mejorar la experiencia del cliente”

“El sector asegurador requiere una alta vocación de servicio”

póliza.

En cuanto a productos basados en los hábitos de conducción, aunque en España esta opción tenga todavía un penetración baja, está presente en muchos mercados, y los avances en la gestión de los datos a través del *big data* van a ayudar a que la presencia de esta opción aseguradora aumente en nuestro mercado.

Además de ayudar a segmentar mejor la oferta ¿En qué otros ámbitos puede ayudar el 'big data' a mejorar la experiencia del cliente en el sector asegurador?

El *big data* ayuda a mejorar la experiencia del cliente en muchos aspectos, como en la prestación de servicios, en la atención telefónica, en los procesos de evaluación de riesgos, en las comunicaciones con los asegurados... En definitiva, entender cómo ha sido la experiencia del cliente en su contacto con nosotros nos permitirá mejorarla y personalizarla.

¿Cómo afectan las nuevas tecnologías a la labor del departamento técnico actuarial de una aseguradora?

El efecto de las nuevas tecnologías, al igual que en otros departamentos, está suponiendo una fuerte dinamización, que a su vez se traduce en una mayor agilidad y rapidez en la ejecución de las tareas.

Todo ello revierte en que los equipos actuariales puedan dedicar más esfuerzos a la innovación y por tanto una mayor cercanía y precisión en la evaluación de los riesgos así como un nivel de sofisticación cada vez más elevado.

¿Qué recomendarías a una persona que comienza su carrera en el sector asegurador?

El sector asegurador es un sector que requiere una alta vocación de servicio, no solo en puestos que tienen un contacto directo con los clientes, sino también en los puestos técnicos, como los que representamos en las áreas de *big data*. Por tanto, es muy importante que se tenga presente cual es la mejor manera de cubrir las necesidades de los clientes.

Nuestro sector es un reflejo de lo que sucede en la sociedad y, al igual que la sociedad está en constante cambio, nosotros tenemos que adaptarnos continuamente para adecuarnos a lo que demandan los clientes. En este sentido, los nuevos profesionales tienen que seguir el ritmo que marca la sociedad y ser pioneros en la utilización de las nuevas tecnologías.

LUCHE CONTRA LA EPIDEMIA SILENCIOSA, LA HIPERTENSIÓN

La hipertensión es una enfermedad que suele pasar inadvertida hasta que es demasiado tarde, y este es, precisamente, uno de sus mayores riesgos. El sobrepeso, la diabetes, o el consumo de alcohol y tabaco le darán una pista de si la padece

CARMEN LANCHO

Las enfermedades relacionadas con el sistema circulatorio representan la primera causa de mortalidad en España, destacando en los hombres las enfermedades coronarias como el infarto y en las mujeres las enfermedades cerebrovasculares como el ictus, donde la hipertensión arterial (HTA) es el factor de riesgo más prevalente y el que se asocia con más fuerza a la aparición de ictus, señalan desde el Grupo Hospitalario HLA. La hipertensión arterial se trata de la aparición de unos niveles altos de manera continua en la presión arterial y la prevención es la mejor manera de frenar esta epidemia que sufren ya más de 14 millones de españoles, muchos de ellos sin diagnosticar ya que no da síntomas evidentes y puede pasar inadvertida.



Según la Fundación Española del Corazón, aunque es más frecuente a partir de los 40 años, puede aparecer a cualquier edad y afectar no solo al corazón sino también al cerebro, los riñones y otros órganos.

Por todo ello, los médicos especialistas del Hospital Universitario Sanitas La Zarzuela, recomiendan tener un control regular de la tensión arterial para su diagnóstico a través de una prueba totalmente indolora. La presión arterial es una constante muy variable, por ello la correcta medición de la presión arterial en el domicilio es la mejor herramienta de seguimiento para el paciente hipertenso y minimiza el efecto del síndrome de *bata blanca*, que se produce cuando en la consulta médica las cifras de presión arterial del paciente son más altas que los valores tomados en casa.

Factores de riesgo

Tenga en cuenta que si usted tiene obesidad o sobrepeso, es diabético, se siente estresado, es fumador o bebe alcohol habitualmente, se excede con la sal en las comidas o tiene antecedentes familiares de hipertensión tiene más posibilidades de desarrollar la enfermedad.

Esta *epidemia silenciosa* se puede tratar con ciertas modificaciones de su estilo de vida, indican desde el Hospital Universitario Sanitas La Moraleja, a través del cuidado de la salud, el ejercicio moderado y la alimentación saludable. Algo totalmente compatible con una vida normal.

Para fomentar una vida saludable, el equipo de nutricionistas del Grupo Hospitalario HLA recomienda evitar los embutidos, los lácteos enteros y las carnes grasas, un consumo de pescado al menos tres o cuatro veces a la semana o escoger aceites vegetales, preferentemente aceite de oliva virgen extra. También recomiendan evitar los fritos y rebozados e ingerir una dosis correcta de calcio.

Además un sueño reparador puede reducir el riesgo de sufrir enfermedades cardiovasculares o diabetes, entre otras. Por eso, Asisa puso en marcha en 2016 la campaña *#Duerme1HoraMás*, sobre la importancia de dormir correctamente.

GETTY

SEGUROS QUE ASUMEN EL COSTE DE LA REPATRIACIÓN

La pérdida de un ser querido es siempre un golpe muy duro para cualquier familia. Si se produce fuera de nuestras fronteras, el golpe y el coste se multiplica si no cuenta con el seguro adecuado

V.M.Z.

Son muchas las noticias de accidentes en el extranjero que terminan desgraciadamente con el fallecimiento de ciudadanos españoles fuera de nuestras fronteras. Lo normal es que los familiares quieran tener los restos mortales de sus seres queridos cerca y rendirles un último homenaje en sus ciudades natales. Pero esto tiene un coste muy elevado.

Según los datos de Expertia Seguros, compañía especializada en seguro de decesos del Grupo Preventiva, el coste de repatriar un cadáver desde el extranjero a España ronda los 5.000 o 6.000 euros, una cantidad importante de dinero a la que después hay que sumar el coste del sepelio.

Además, los trámites burocráticos y todas las condiciones que debe cumplir el traslado de un cuerpo hacen que el

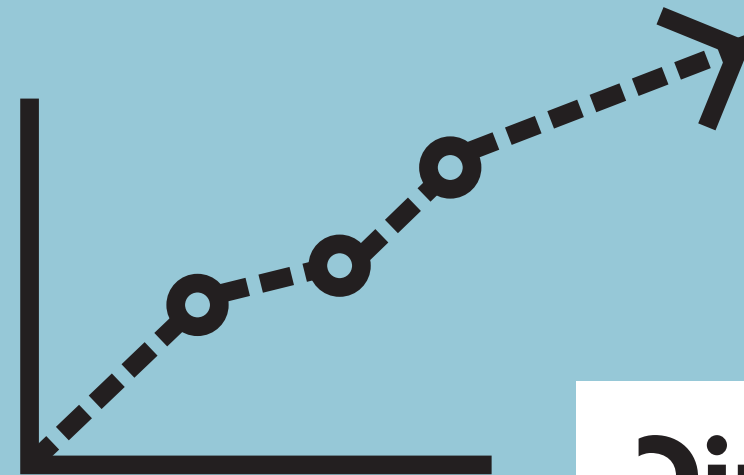
trámite, además de doloroso, se vuelva muy engorroso y duro para los familiares del fallecido. Para ayudar con estos trámites, el sector asegurador cuenta con la cobertura de repatriación, disponible en los seguros de decesos y en otros ramos como los seguros de asistencia en viaje. Esta cobertura suele cubrir las gestiones, papeleo y gastos necesarios para el traslado del cadáver del asegurado desde cualquier lugar del mundo donde se haya producido el óbito -aunque este extremo debe ser comprobado a la hora de contratar la cobertura, porque cada compañía cuenta con unas condiciones diferentes- hasta el cementerio elegido por los familiares dentro de España. Existe otra modalidad de seguros de repatriación: los que contratan los extranjeros residentes en España para ser enterrados en su país natal. En estos casos la cobertura va ligada a un seguro de vida con otras garantías, como la cancelación del saldo pendiente de tarjetas de crédito y el traslado de un familiar para acompañar el féretro.

Nos preocupa mucho la economía. Sobre todo la tuya.

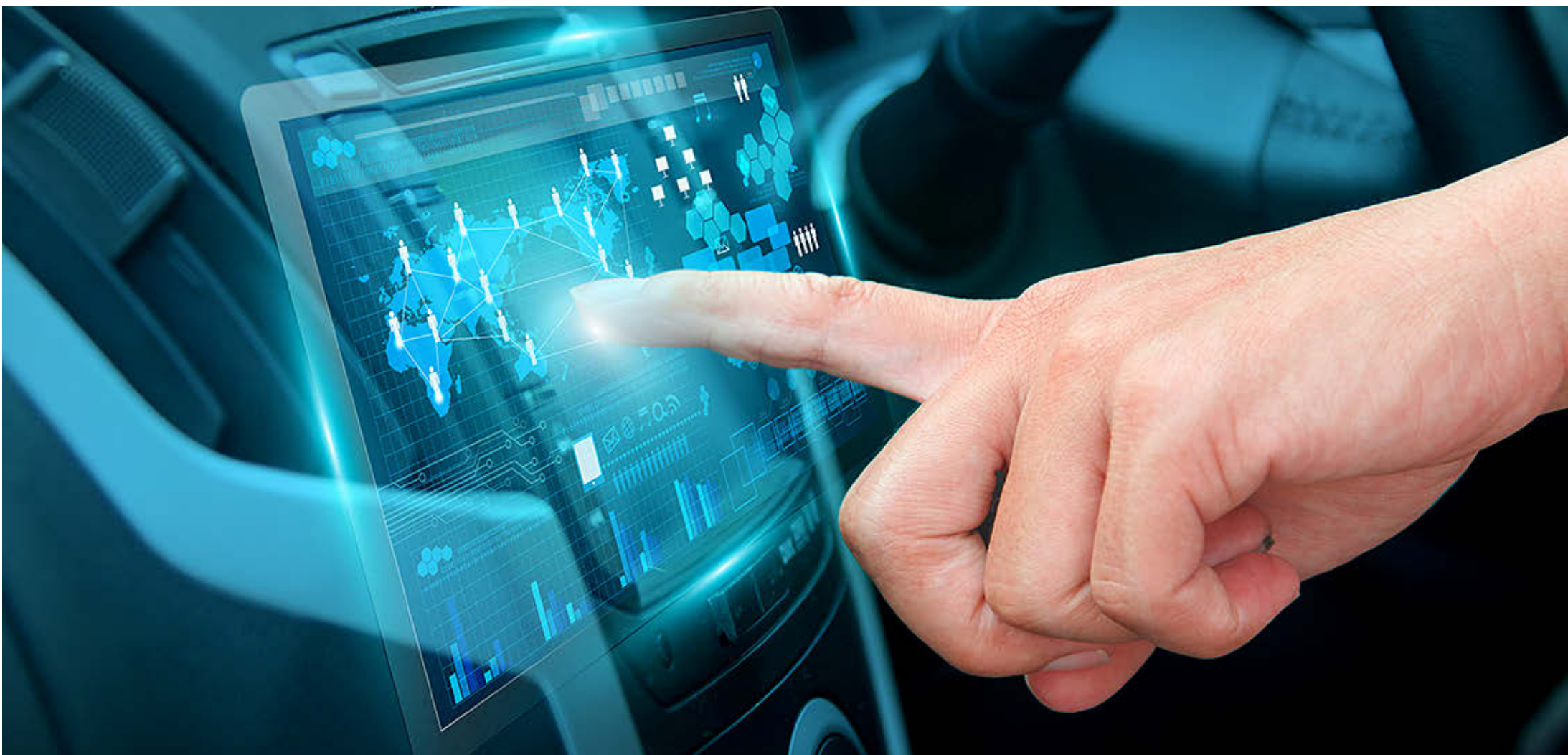
Contrata ya tu seguro de **coche** o **moto** al mejor precio.



directseguros.es



Direct.
Seguros



ISTOCK

LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS REVOLUCIONAN LA ASISTENCIA

Las compañías de asistencia son el eslabón más fuerte en la relación de las aseguradoras con los clientes y encuentran en la digitalización un aliado perfecto para potenciar la atención al asegurado

v.m.z.

Suena el despertador como todas las mañanas, las persianas se suben de forma automática dejando pasar la luz del sol y en la cocina la cafetera va preparando el café mientras usted se acicala para afrontar la jornada. Parece sacado del guión de una película, pero muy pronto será una realidad en la mayoría de los hogares. La digitalización de la economía es una realidad ya y las nuevas tecnologías avanzan imparables dispuestas a conquistar cada rincón de nuestra vida con el objetivo de hacerla más fácil. O al menos intentarlo. Los teléfonos inteligentes se han convertido en verdaderos

mandos a distancia capaces de controlar todos los dispositivos conectados que tengamos a nuestro alcance. Los expertos calculan que en 2020 una familia media contará con 500 dispositivos conectados e inteligentes en su hogar.

Unos dispositivos que permitirán, además, gestionar los riesgos más habituales que se producen en su vivienda, en su vehículo y hasta en su salud. En el caso de la vivienda, las compañías de asistencia serán capaces de detectar los siniestros instantes antes de que estos se produzcan. Gracias a los detectores de humo se podrá descubrir a distancia un incendio en el hogar y avisar al asegurado y a los servicios de emergencia. Igual ocurre con otros dispositivos relevantes, como calderas, además de ayudar de forma activa en tareas de seguridad y vigilancia.

Un ejemplo de la utilización de las nuevas tecnologías para mejorar la asistencia en el hogar es *Leakpot*, un detector inteligente de fugas que HomeServe ha desarrollado en

Reino Unido. Este dispositivo permite anticipar un siniestro provocado por una fuga de agua. Los daños por agua son, además, los percances más habituales en los hogares.

Fernando Prieto, director general de HomeServe Asistencia, explicaba en una entrevista recientemente concedida a esta revista que “pertenecer al Grupo HomeServe nos permite enriquecernos de su visión y *know how* y, sobre todo, beneficiarnos de su apuesta por la innovación y el desarrollo tecnológico para facilitar la vida en el hogar a nuestros clientes”.

Prieto explica que esto les permite “estar a la vanguardia de las soluciones y servicios digitales para ayudar y facilitar las gestiones a las nuevas tipologías de clientes. Nuestro objetivo es ayudar y acompañar a las compañías aseguradoras y a las entidades de banca seguros en su proceso de transformación digital”.

La compañía de asistencia está inmersa en el desarrollo de dispositivos tecnológicos “que contribuyan a mejorar e implantar soluciones para los hogares conectados”. Además de *Leakpot*, HomeServe colabora con otras compañías en la instalación de dispositivos que permiten el control de la climatización en el hogar de forma remota.

Otra compañía de asistencia que apuesta por el hogar conectado es Europ Assistance. La compañía que en España dirige Juan Carlos Guzmán celebra este año su 40 aniversario asistiendo, solucionando problemas y dando servicio a sus clientes en todo el mundo.

En 2016 la compañía lanzó *WeHome*, un producto que combina la domótica con la asistencia en el hogar desarrollado junto a la compañía tecnológica Wattio. Europ Assistance fue una de las primeras compañías de



asistencia en incorporar los avances del internet de las cosas a su oferta de productos y servicios, que se centra en los cuatro pilares de la asistencia: viaje, automoción, hogar y familia y salud.

Para prestar servicio a sus clientes, Europ Assistance ha desarrollado una serie de aplicaciones para dispositivos móviles que les permiten prestar servicio allí donde se encuentre el asegurado, especialmente en el área de asistencia en viaje. A través de la *app TripOrganizer*, el viajero puede llevar en su dispositivo móvil una completa guía de viaje con información de los principales destinos, acceso a teléfonos útiles en caso de emergencia y la posibilidad de guardar documentación oficial de forma segura.

La compañía, además, acaba de lanzar al mercado tres nuevos productos de asistencia en viaje con los que completa su cartera de soluciones aseguradoras para los viajeros. Se trata de *Seayou*, un seguro de asistencia para cruceros que cubre las incidencias que puedan surgir en alta mar; *Enjoy*, un seguro de viaje multiaventura que cubre los percances que surjan en un viaje de aventura con actividades como senderismo, bicicleta de montaña, *trekking*, piragüismo y *rafting*, entre otras; y *Luggage*, un seguro de equipaje que cubre los daños más habituales en viaje: pérdida, daños y robo del equipaje facturado incluyendo el material deportivo. Esta póliza permite, además, ampliar los límites de cobertura en caso necesario.

A la espera del vehículo autónomo

La irrupción del *big data* y los vehículos conectados prometen una conducción más segura. Mientras el sector asegurador se prepara para la llegada del coche autónomo, el vehículo conectado acapara toda la atención de las compañías de asistencia. Dispositivos como el *eCall*, obligatorio en Europa para los vehículos nuevos, agilizará la prestación de asistencia en caso de accidente, mejorando la atención a los accidentados.

En caso de avería o accidente, la geolocalización del vehículo averiado o accidentado hace más fácil el seguimiento de la llegada de los servicios de asistencia, mejorando la experiencia del cliente en uno de los momentos más delicados de su relación con el sector asegurador. Muchas compañías incorporan ya en sus seguros de moto la posibilidad de colocar en el casco del asegurado de un código *QR* con su información médica y personal más relevante que ayuda a mejorar su atención sanitaria en caso de accidente.

Asitur, compañía de asistencia con más de 30 años de experiencia en el sector asegurador ya ha incorporado las nuevas tecnologías a sus procesos, como internet de las cosas aplicado a la asistencia en carretera, el *big data*

El hogar conectado permite detectar algunos siniestros antes de que se produzcan y causen daños.

ISTOCK

500
En 2020 cada hogar tendrá una media de 500 dispositivos inteligentes y conectados

que permitirá detectar mejor el fraude y conocer mejor a los clientes para ofrecerles soluciones más adaptadas a sus demandas y necesidades.

Inteligencia artificial y mejoras en la salud

En el ámbito de la asistencia a las personas, el sector asegurador está trabajando mano a mano con las compañías tecnológicas en el desarrollo de soluciones que permitan mejorar la calidad de vida de enfermos crónicos, dependientes o personas mayores.

La teleasistencia domiciliar es solo la punta de un iceberg lleno de posibilidades liderado por el desarrollo de la robótica y la inteligencia artificial. El objetivo es la creación de verdaderos asistentes personales que ayuden a estos colectivos a mejorar su calidad de vida, y también la de sus cuidadores.

El futuro ya es hoy y está repleto de dispositivos *wearables* capaces de controlar las constantes vitales básicas de los asegurados y conectar con el centro de asistencia en caso de detectar algún problema. El sector asegurador ha encontrado en las nuevas tecnologías la oportunidad de impulsar su razón de ser: ayudar a mejorar la vida de las personas.

Que el hogar de nuestros clientes esté perfecto, nos hace líderes.

En HomeServe seguimos creciendo, innovando y generando oportunidades de valor a las compañías con las que colaboramos. Más de 90 empresas en el mundo ya confían en nosotros.

91 06 02 783
www.homeserve.es



HomeServe
Asistencia



ISTOCK

SIMULADORES VIRTUALES PARA CONDUCIR MEJOR

Videojuegos de carreras siempre ha habido, pero las nuevas tecnologías consiguen elevarlos a un nivel superior y pueden ser utilizados para formar a mejores conductores ¿Se atreve a probar?

ANTONIO FAJARDO

Con la llegada de las nuevas tecnologías hemos visto un avance en todos los aspectos de nuestra vida diaria. Por enumerar unos pocos que han cambiado nuestra manera de movernos por el mundo podemos citar el GPS en conjunto con el móvil. Otros avances se han logrado en materia de seguridad, como el ESP y servicios ADAS -detección de cambio involuntario de carril, detección de personas y frenada automática de emergencia, etc.-. Otro de los aspectos que la mejora de la tecnología y la conectividad nos ha traído es un nuevo mundo de competiciones a través de Internet. Igual que

ver partidos de fútbol en la televisión, ver partidas de ciertos videojuegos o simuladores a través de Internet se ha vuelto muy popular, y en algunos casos muy lucrativo para los participantes.

En el caso del mundo del motor en los últimos años hemos visto grandes avances. En el canal *Motors TV* se retransmiten en directo carreras del simulador *iRacing*, algo que hace años era impensable. O, por ejemplo, el evento organizado por la Fórmula E en Las Vegas el año pasado, donde tras una serie de clasificaciones y carreras por Internet, los clasificados compitieron en el mismo lugar por un millón de dólares en premios.

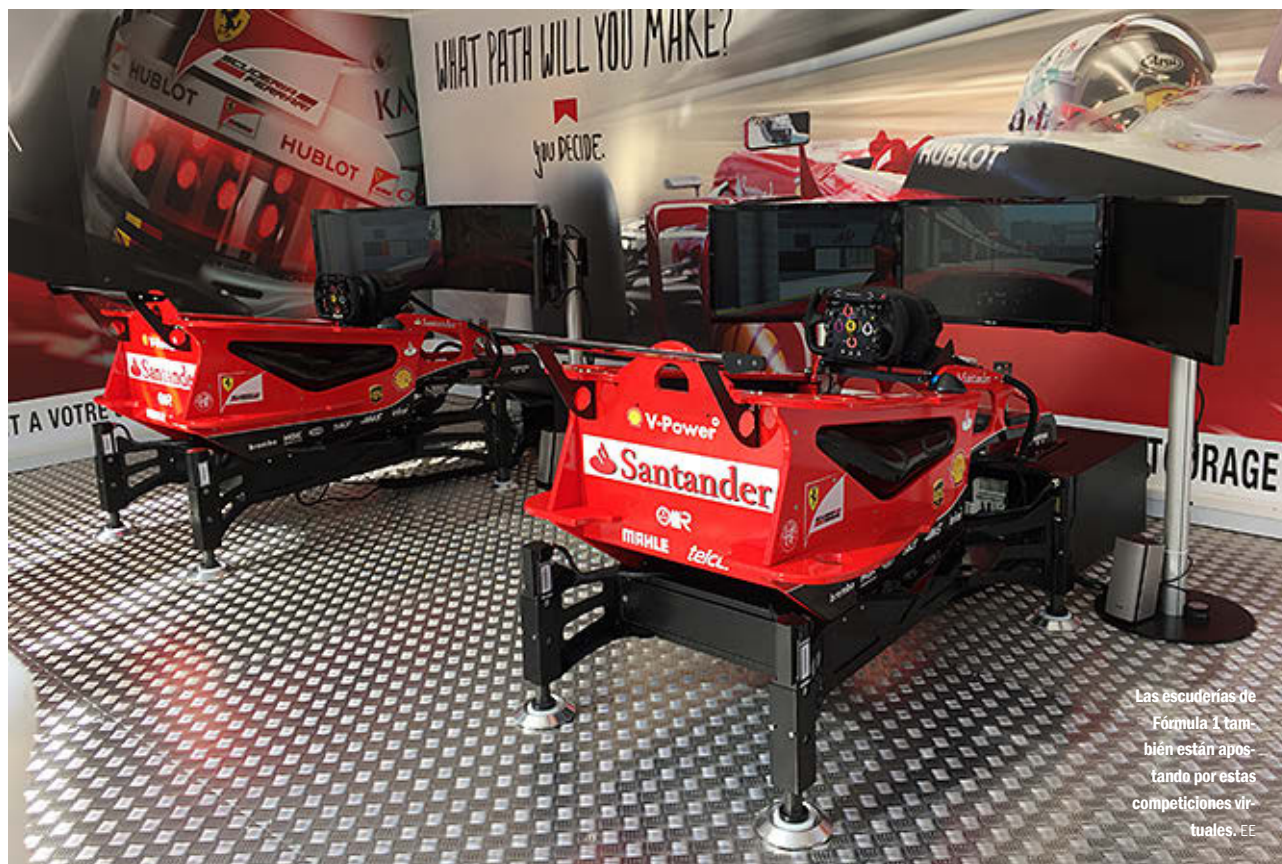
La tendencia es creciente y cada vez las empresas se interesan más por este nuevo método de entretenimiento y marketing. Es un medio que puede llegar a millones de personas de todo el mundo con una fracción del coste que tendría en medios tradicionales, y que permite la interacción entre la empresa, el patrocinado y el público. Además no hay que olvidar que el acceso a estas modalidades, incluso al más alto nivel, tiene un coste asumible por la gran mayoría de las personas, con lo que los espectadores se pueden convertir en participantes, algo que hace que se vinculen más.

De hecho, la importancia de los campeonatos virtuales está llegando a cotas nunca vistas. En España tuvimos la *Clio Cup Online*, un campeonato auspiciado por Renault que seguía a la *Clio Cup real*. Y ahora tenemos una selección de pilotos virtuales organizada por McLaren Honda, en la que tras una serie de pruebas por Internet elegirán a un piloto virtual para trabajar en su simulador de Fórmula 1 durante un año codo con codo junto a Fernando Alonso y Vandoorne, y ayudar al equipo a realizar configuraciones para las carreras, simular el rendimiento de nuevas piezas, etc.

Hasta los equipos de Fórmula 1 han visto el nuevo mercado que ha traído la evolución de la tecnología. En un futuro creo que las competiciones virtuales tendrán su lugar, y será un lugar importante dentro del ocio. Claro está no serán iguales ni tendrán el mismo valor que las competiciones reales, pero eso no las hace de menos.

Además el que se generalicen estas competiciones puede tener varios aspectos positivos. Si desde pequeños muchas personas empiezan en el mundo de las competiciones virtuales, y tienen mucha ayuda y gente con la que compartir ideas y conocimientos, repercutirá en personas mejor formadas de cara a la conducción, lo que podrá aumentar su seguridad al volante una vez tengan carnet de conducir.

Claro está, correr en un circuito, real o virtual, no tiene nada que ver con conducir en la carretera, pero si una persona aprende las reacciones de un



Las escuderías de Fórmula 1 también están apostando por estas competiciones virtuales. EE

10 Diez pilotos virtuales competirán este verano para llegar a ser 'probadores' de McLaren

vehículo, por qué ocurren y cómo controlarlas, será más segura al volante en situaciones de peligro. Sus reflejos, concentración y su memoria muscular ayudarán, y mucho, en carretera y en situaciones adversas.

Otro de los aspectos positivos será para las marcas que quieran asociarse a estas competiciones. Las marcas de seguros son en muchos casos reacias a patrocinar carreras -salvo a niveles muy altos de competición-, pero el hecho de ser competiciones virtuales permite crear formatos especiales. Se pueden crear formatos y eventos en los que se prime la seguridad al volante. En definitiva, permitirá aumentar la seguridad al volante de los conductores mientras que las compañías de seguros consiguen llegar a los clientes desde otro punto de vista, uno en el que los clientes se sienten más a gusto con la marca, más comunicativos y la ven de manera más cercana. Las competiciones *online* tienen muchas ventajas y pocos inconvenientes, por lo que seguirán creciendo. Lo mejor será irse preparando.

EL SECRETO DEL TRIUNFO DE LAS EMPRESAS: AQUÍ Y AHORA

Vemos más imágenes y recibimos más información en un día que ninguna otra generación en una semana. La tecnología ha puesto el mundo al alcance de nuestros dedos y la sed por instantaneidad se ha transferido a todos los ámbitos de nuestra vida

JULIANA NO

Consumimos de manera diferente y por tanto demandamos algo diferente. Los *millennials* conformamos la generación más grande en muchas sociedades y consumimos más que la mayoría. Pertenecemos a una generación que no recuerda como era el mundo antes del internet y los teléfonos inteligentes. Una generación impaciente que no está dispuesta a perder dos horas en el supermercado cuando podemos resolver la compra de la semana en diez minutos a través de una *app*.

No es que no valoremos el contacto humano, sino que valoramos nuestro tiempo personal y no entendemos el gastar tiempo en algo cuando hay una solución más rápida y a menudo eficaz. Vivimos momentos de transición. Vemos cómo grandes empresas con historia se van derrumbando y otras más jóvenes se comen el mundo en poco tiempo. ¿Cuál es el secreto? Ofrecer el aquí y ahora.



Amazon es el ejemplo perfecto. Entienden que el consumidor ha cambiado y han pasado de envíos de dos a tres días a ofrecer en muchas áreas el llevarte el producto a casa en el mismo día. Empresas como El Corte Inglés supieron adaptarse al mercado y llevan años permitiendo a los clientes hacer la compra *online*.

Otras compañías van más allá, entendiendo que no se trata solo de ofrecer la compra a través del ordenador o el teléfono sino de crear nuevas posibilidades y servicios a domicilio. Netflix da al usuario la posibilidad de ver series y películas cuando y como quieras, sin publicidad, por una tarifa plana al mes. Ya no hay que pagar a la empresa de cable o satélite por cada película que quieres ver o esperar a que vuelvan a poner la serie que no llegaste a ver.

Para aquellos que hemos vivido en ciudades como Nueva York y Madrid donde lograr un taxi libre en ciertas zonas y a ciertas horas puede ser una misión imposible, Uber vino al rescate dándonos la posibilidad de transporte seguro y barato donde y cuando queramos con tocar la pantalla de nuestro teléfono.

Pero lo que más me gusta es ver cómo pequeños negocios como un servicio a domicilio de peluquería para bodas y eventos pueden convertirse en un imperio gracias a Internet. Y mi ejemplo favorito es la empresa norteamericana BeGlammed. Maile Pacheco pasó de ser una maquilladora que iba a donde sus clientas la necesitasen o esperaba a que viniesen donde ella estaba, a ser una de las fundadoras de BeGlammed con cientos de esteticistas trabajando para ella. Esta empresa subcontrata a maquilladoras y peluqueras en sus horas libres para ir a casas y hoteles a arreglar a mujeres para distintos eventos por todo Estados Unidos. Ellas ganan un dinero extra cuando y como les conviene y BeGlammed recibe su parte. A través de la página web, eliges el servicio que quieres y entre tres niveles de precio basados en distintos grados de profesionalidad, pones la fecha, hora y tu dirección y solo tienes que esperar a que toquen a la puerta.

JULIANA NO

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

ISTOCK



ISTOCK

LA FORMACIÓN ES LA CLAVE CONTRA LOS CIBERRIESGOS

El ataque con el 'ransomware WannaCry' que afectó a grandes empresas de cerca de 200 países ha confirmado que los riesgos cibernéticos son una de las principales amenazas para las empresas. La formación de todas las áreas de una organización es la clave para evitar sus consecuencias

v.m.z.

Es una amenaza invisible, pero imparable. Según todas las previsiones, 2017 puede llegar a ser el año en el que los ataques cibernéticos superen todos los records. Y el ataque con el *ransomware* *WannaCry* puede ser solo un aviso. Este virus malicioso atacó los sistemas de grandes empresas de todo el mundo, entre ellas Telefónica, afectando a cerca de 200 países. Las nuevas tecnologías permiten un mundo más global e interconectado, pero también multiplica los riesgos a los que se exponen empresas y Administraciones públicas. En el caso de las empresas, para combatir estas amenazas es clave la formación en seguridad informática de todos sus empleados,

incluida la alta dirección. La mayoría de estos ataques llegan a través de archivos adjuntos en correos electrónicos, por lo que extremar la precaución es vital.

Este tipo de ataques con *ransomware* -software que encripta la información del ordenador infectado y que obliga a pagar un rescate en *bitcoins* para recuperar la información- es solo la punta del iceberg que supone la amenaza cibernética.

El verdadero riesgo está en los ataques que pueden sufrir las denominadas infraestructuras críticas -estaciones de generación de energía eléctrica, centrales nucleares, etc.- cuya manipulación con malas intenciones pueden provocar importantes daños materiales y personales.

El sector asegurador cuenta con soluciones aseguradoras que ayudan a las empresas a prevenir y paliar el daño provocado por un ataque, pero muchos de estos riesgos no son asegurables, según se advirtió en el XXVIII Congreso Nacional de AGERS, la Asociación Española de Gerencia de Riesgos y Seguros. Thomas Rothärmel, *corporate underwriter* *cyber insurance* de Munich Re, señaló que actualmente el mercado de ciberseguros ronda los 4.000 millones de dólares, un volumen de negocio que podría duplicarse en 2020 y superar los 8.000 millones de dólares. Este es el ramo del negocio asegurador que crece más rápidamente, por la digitalización exponencial de la economía.

Lo malo de este ramo del negocio asegurador es que el riesgo que cubre cambia constantemente, lo que obliga a las compañías a modificar el condicionado de las pólizas cada poco tiempo para adaptarla a los nuevos riesgos que surgen cada día. Por poner solo un ejemplo, cada cuatro segundos se genera un nuevo virus similar al *WannaCry*.

El experto de Munich Re advierte que la llegada masiva del Internet de las cosas, con miles de dispositivos conectados, multiplicará los ataques. La razón es sencilla: los usuarios somos los eslabones más débiles de la seguridad en la red. Para evitarlo, educación en seguridad informática, mantener los dispositivos actualizados y contar con contraseñas sólidas que permitan multiplicar la seguridad de nuestros dispositivos y cuentas.

APRENDA INGLÉS DE FORMA DIFERENTE CON 'CHARLY'

Carlos Londono, el director de Charly's English Corner, ha ideado un método diferente para enseñar inglés, similar a cómo los niños asimilan los idiomas, de forma natural, sin libros de gramática

VIRGINIA M. ZAMARREÑO



Si ha intentado por todos los medios aprender inglés y no ha logrado salir del manido *my tailor is rich* no se preocupe, no es que usted tenga un problema con los idiomas, es que el método de enseñanza no es el más adecuado. Esta es una de las razones que impulsaron a Carlos Londono, *Charly* a aplicar un método completamente diferente en su academia, Charly's English Corner. Este concepto lo aplica en Madrid desde septiembre de 2016, pero le avalan ocho años de experiencia en la enseñanza del idioma que más se nos atasca a los españoles.

Charly explica que el problema es que en España "se ha enseñado inglés muy mal, el enfoque era totalmente erróneo. Solo hay que ver los resultados, la gente no habla inglés. El enfoque para mí puede ser mucho más sencillo, y más eficaz y es lo que intento que la gente entienda". Y utiliza una metáfora: "En España se ha enseñado inglés como si enseñaran a conducir un coche sin haber visto nunca un coche, sólo con libros sobre coches"

A grandes rasgos su método se olvida de libros de gramática y de los típicos *fill in the blanks* para centrarse en la práctica. Desde el primer momento el alumno se adentra en la práctica del inglés, repitiendo frases y adquiriendo vocabulario y estructuras gramaticales "de forma natural, como los niños aprenden un idioma". "Aplico un método que es muy distinto a como se enseña en otras academias en España, es un conjunto de herramientas que he desarrollado para que el alumno desde el primer momento sepa hablar y pronunciar y la gramática la aprende de una manera natural. La idea es que desde el primer momento practique y se le quede la estructura, más que estar rellenando libros y espacios en blanco, ese sistema desde mi punto de vista no funciona. Esta es una manera organizada de aprender vocabulario y gramática, pero siempre practicando", señala.

La edad no importa

Y es un método que funciona. Según señala Carlos, "tengo alumnos que han fracasado en muchas academias, que pierden el propósito y con este método van poco a poco mejorando y aprendiendo y recuperando la confianza". Y sus alumnos son siempre adultos. A partir de 18 años y sin límite de edad. Principalmente lo que buscan es aprender el idioma para trabajar o por entretenimiento, para viajar. Charly recalca que "nunca es tarde para aprender. De los ocho años que llevo enseñando puedo afirmar que no es más rápido el que es más joven. He tenido muy buenos alumnos de más de 60 años, la edad no es un factor determinante a la hora de aprender un

idioma". Charly complementa su labor en la academia con un canal de Youtube en el que pretende entretener y que los espectadores aprendan inglés y las diferencias entre la cultura anglosajona y la latina y española. Londono insiste en que el objetivo del canal es "tener un proyecto distinto donde poder ser más creativo y hacer cosas distintas", pero sin dejar de lado su pasión. Enseñar. Para este joven emprendedor, la pasión es "ponerle interés y ganas a un proyecto y hacer algo porque te motiva y te gusta. Cuando te dedicas a esto de enseñar inglés año tras año te das cuenta de que tienes que ponerle ganas y crear cosas nuevas, porque si no puede ser muy monótono".

Protegerse del riesgo

Pero como toda actividad, no está exenta de riesgos. Para el responsable de Charly's English Corner, "el riesgo es ser autónomo en España". La explicación es sencilla: "Porque pase lo que pase tienes que cubrir unos gastos desde el principio y puede no funcionar. Nos costó poder vivir de ello, realmente el riesgo es ese, que a veces no llegas al objetivo que quieres y cuando te has gastado mucho dinero en publicidad, en poner el local,

“Tenemos que ver películas y series en versión original para ir acostumbrando el oído al inglés”

conseguir un alumno es mucho dinero y si no se consigue, es un riesgo muy grande". Para él, la fórmula para protegerse de estos riesgos es "persistiendo, teniendo buenas ideas y llevándolas a cabo, no hay otra manera de hacerlo".

A otros emprendedores, Charly les recomienda que tengan clara la idea de lo que quieren ofrecer a la sociedad. Y además, "estudiar bien el mercado. En mi caso, aunque parece que hay mucha demanda también hay mucha oferta y entre ella muchas academias fuertes. También es importante intentar no endeudarse más de la cuenta, saber medir y analizar bien los datos del negocio para evitar caer en deudas grandes y llegar a un punto en el que la actividad es viables y elegir bien con quien trabajas. Es lo que yo le aconsejaría a alguien que quiera emprender algo".

En el caso de aquellos que quieran aprender inglés o mejorar sus conocimientos del idioma, Charly Londono recomienda "cambiar el chip y ver series y películas en versión original aunque cueste esfuerzo al principio. Así se acostumbra el oído y vamos aprendiendo el idioma poco a poco. En España vivimos en una burbuja donde todo es castellano, tenemos que empezar a salir de ese círculo si queremos mejorar el inglés".

¿Pasión?

"Para mí, pasión es recorrer Europa con mi hijo y disfrutar de cada momento".

Itziar, empleada de Helvetia Seguros.



Sea cual sea tu pasión, estaremos siempre a tu lado.

www.helvetia.es

Tu aseguradora suiza.

helvetia 

¿QUÉ INVERSIONES DEBE EVITAR PARA COMPLEMENTAR SU JUBILACIÓN?

Aunque el peor ahorro es el que no se realiza, hay activos por los que es mejor no apostar a la hora de complementar la pensión pública de jubilación. Descubra cuáles son v.m.z.



Si hubiera empezado antes a ahorrar...". Este es uno de los lamentos más habituales entre los trabajadores mayores de 55 años cuando ven que se acerca la tan esperada jubilación y no saben a ciencia cierta si la pensión pública que les corresponde por todos los años cotizados les va a garantizar poder mantener su ritmo de vida. Por supuesto, ayudaría que el Gobierno de Mariano Rajoy decidiera desbloquear el envío de los famosos sobres naranjas, en los que se informaría a todos los cotizantes del valor aproximado de su pensión de jubilación. Pero esa es otra historia.

Aunque la Seguridad Social podrá garantizar en el futuro el pago de una pensión de jubilación, todos los expertos están de acuerdo en que ésta será menor de la que los ciudadanos esperan, por lo que debemos empezar a pensar en cómo complementarla, ya sea a través de planes de pensiones de empresa o privados. José Antonio Herce, director asociado de Afi, ha señalado en multitud de ocasiones que "en España no es que no se ahorre, es que se ahorra mal".

De acuerdo con la última edición de la Encuesta Financiera de las Familias que elabora el Banco de España. El activo principal con el que cuentan los hogares es la vivienda. Más del 80 por ciento de los hogares españoles es titular de una vivienda. A esa cifra hay que sumar que el 40 por ciento de los hogares dispone, además, de una segunda vivienda en propiedad.

En cuanto a los activos financieros en manos de las familias españolas, el 93,7 por ciento cuenta con cuentas y depósitos a la vista; el 23,2 por ciento con cuentas de ahorro. El segundo activo financiero por importancia para las familias españolas son los planes de pensiones y seguros de vida de inversión o mixtos, de los que son titulares el 26 por ciento de los hogares.

En cuanto a las inversiones con más riesgo -al menos sobre el papel-, el 10,8 por ciento de los hogares invierte en acciones cotizadas y el 5,6 por ciento lo hace en fondos de inversión.

De los resultados de la encuesta que realiza el Banco de España se desprende que los españoles continuamos siendo muy conservadores a la hora de invertir nuestros ahorros, y que seguimos anclados a la vivienda como principal activo de las familias, con un valor mediano de los activos de los hogares de 158.500 euros.

Activos “prohibidos”

Pongámonos en la piel de un trabajador de más de 50 años con perfil conservador -como la mayoría de los hogares españoles-, ¿qué activos debería evitar para mejorar su ahorro para la jubilación? “No se debería invertir en lo que se hace mayoritariamente ahora: depósitos y saldos en cuenta corriente”, explica Asier Uribechebarría, fundador y director general de Finanbest. La explicación es sencilla: “Se produce una disminución real del patrimonio a medio y largo plazo”.

Pero no todas las herramientas de inversión disponibles en el mercado están recomendadas para este perfil de ahorrador: “La inversión directa en bolsa sólo está recomendada para inversores a largo plazo que puedan decidir al cien por cien el momento que quieren recuperar sus ahorros para que no coincida con una caída de los mercados. El modelo más eficiente de inversión es a través de carteras de fondos de inversión diversificadas y de bajo coste”, señala.

Sobre el interés de los hogares españoles por la adquisición de viviendas, el fundador y director general de Finanbest advierte de que “en realidad, contra la creencia generalizada, invertir en vivienda no es eficiente financieramente para un inversor pequeño y mediano. Hay una enorme concentración de riesgo en un único activo y descontando todos los gastos la rentabilidad real que se obtiene a medio y largo plazo no supera el 2 por ciento anual. En todo caso, ya llevamos varios años de crecimiento de los precios, por lo que es probable que ya estemos entrando tarde”.

Convertir el ‘ladrillo’ en rentas vitalicias

Para el sector asegurador, el principal obstáculo que se encuentra el ahorro a largo plazo es la ausencia de incentivos y de cultura financiera suficiente entre la población. Pero no todo es culpa de la sociedad. Fernando Ariza, subdirector general de Mutualidad de la Abogacía, afirmó recientemente en el marco del XXVIII Congreso Nacional de la Asociación Española de Gerencia de Riesgos y Seguros (Agers) que “el sector privado no está preparado tampoco, no comercializa los productos adecuados porque no es rentable”.



ISTOCK

158.500

**Es el valor medio
de los activos
financieros
propiedad de los
hogares españoles**

Ariza añadió que el sector asegurador debe ahondar en los riesgos reales de la longevidad y crear modelos que tengan en cuenta la edad biológica y el estado de salud del asegurado, así como optar por modelos de transferencia de estos riesgos a terceros a través del reaseguro o del mercado de capitales. “Tenemos que ser valientes y ofrecer los productos de rentas vitalicias que es lo que necesita la sociedad”, concluyó.

En ese sentido, expertos como José Antonio Herce insisten en la necesidad de crear un producto que permita a los españoles convertir su inversión en vivienda en un flujo constante de liquidez que les permita complementar la pensión de jubilación. Y es que, el capital está en las familias, aunque Herce insiste en que está en los activos equivocados.

Sea cual sea su perfil inversor, si está buscando opciones para ahorrar invertir a largo plazo, la mejor opción es contar con el asesoramiento profesional que le permita encontrar la mejor opción para su perfil inversor.

DISFRUTE DE LA JARDINERÍA SIN RIESGO

Más allá de disfrutar al aire libre en los días de verano, una de las grandes satisfacciones de tener un jardín es cuidarlo. Evitar accidentes al realizar tareas de mantenimiento le ayudará a ello. Descubra cómo con esta serie de consejos

CARMEN LANCHO

A la hora de cuidar un jardín debe tener en cuenta que el hecho de desarrollar una actividad al aire libre en ocasiones con maquinaria o productos químicos puede conllevar ciertos riesgos. A continuación le damos algunas pistas que le ayudarán a evitarlos.

El uso de herramientas y maquinaria es muy habitual, desde unas tijeras de poda, una sierra o un rastrillo hasta herramientas eléctricas más grandes como un cortacésped o una desbrozadora. Elija aquellas que le resulten cómodas por tamaño, peso o forma. En la actualidad existen herramientas con batería de litio que las hacen muy ligeras y cómodas.

Mantenga sus herramientas en óptimas condiciones y revise roturas, golpes o elementos como los cables y botones en caso de ser eléctricos. Manténgalas siempre secas y limpias.

El uso de productos químicos en el jardín también es muy frecuente. Herbicidas, fertilizantes o insecticidas. Antes de usarlos, lea detenidamente las instrucciones de uso, ya que cada fabricante tiene sus especificaciones. No permita que los niños manipulen este tipo de productos, almacénelos en un lugar seguro fuera de su alcance.

Proteja sus pies con calzado adecuado y utilice siempre gafas y guantes específicos de jardinería que protejan sus ojos y sus manos de astillas, rasguños, etc. En verano utilice prendas de algodón, es fresco y transpirable y le ayudará a proteger sus extremidades del sol y de posibles rasguños y *enganchones*. Utilice gorro o gorra, protección solar, evite las horas más calurosas y manténgase bien hidratado con el objetivo de evitar sufrir un golpe de calor.



ISTOCK

Trabajar en el mantenimiento de un jardín implica normalmente estar al aire libre. Si padece usted algún tipo de alergia a alguna planta, coméntelo con su médico especialista. Utilice también repelentes para los insectos, especialmente si es alérgico a las picaduras de determinados insectos, como las abejas o las avispas.

Evite realizar movimientos bruscos, manipular elementos pesados o mantener posturas forzadas de forma prolongada. Cuide sus músculos y articulaciones con elementos específicos para ello y elija herramientas ergonómicas. El mantenimiento de su jardín puede convertirse en una actividad relajante y muy satisfactoria si la realiza de forma segura.



A tu lado
TODA UNA VIDA

91 1024000

 **METROPOLIS**
SEGUROS

www.metropolis-sa.es

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

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

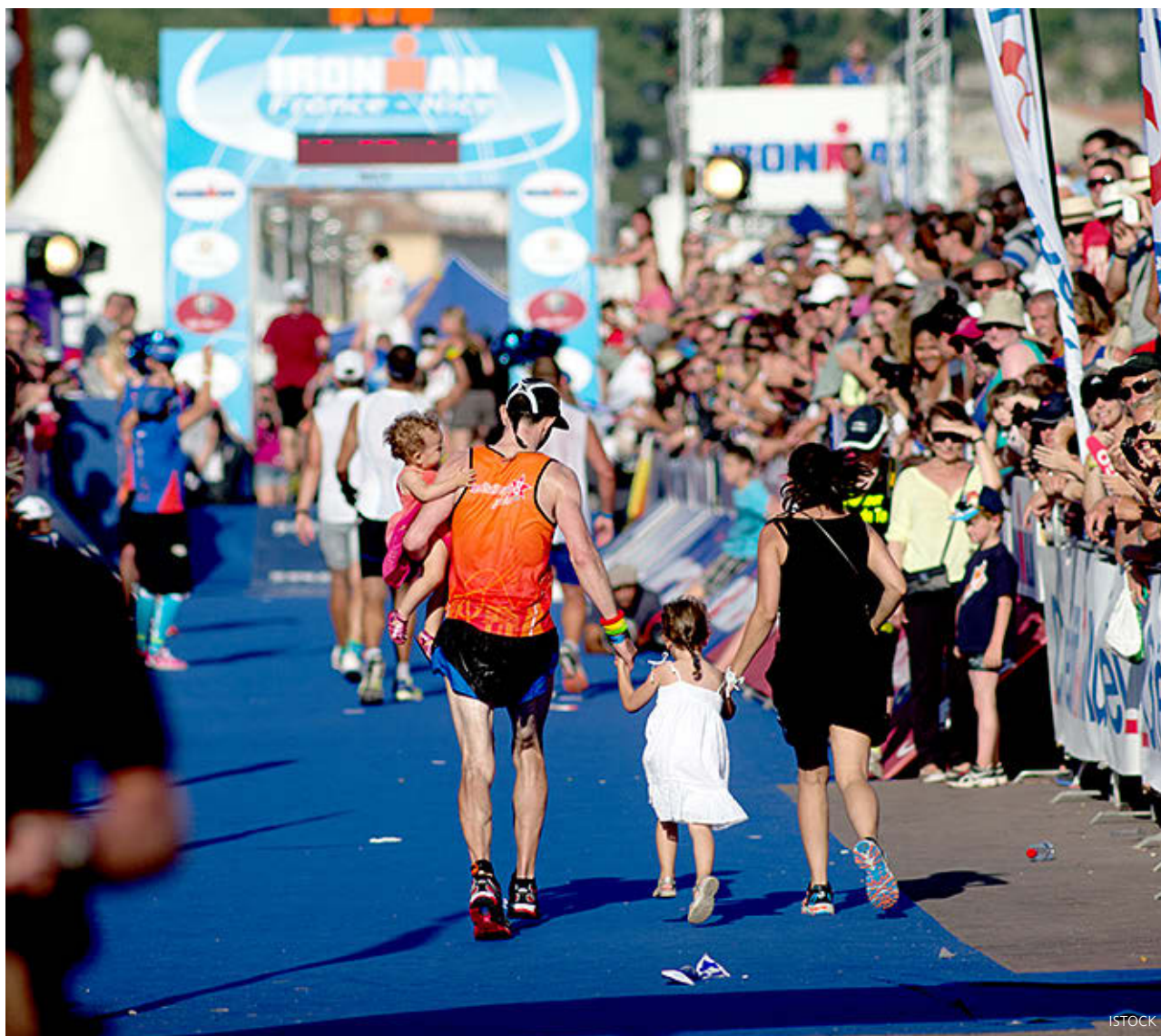
5^a

COMPañIA MÀS
SOLVENTE DEL
MERCADO ESPAÑOL

LOS SUPERHÉROES DE VERDAD TAMBIÉN SE ASEGURAN

El 'ironman', que conlleva completar casi 4 kilómetros a nado, 180 en bici y una maratón, es una modalidad de una exigencia brutal que atrae cada vez a más participantes. ¿Hay seguros para ellos?

DIEGO FERNÁNDEZ TORREALBA



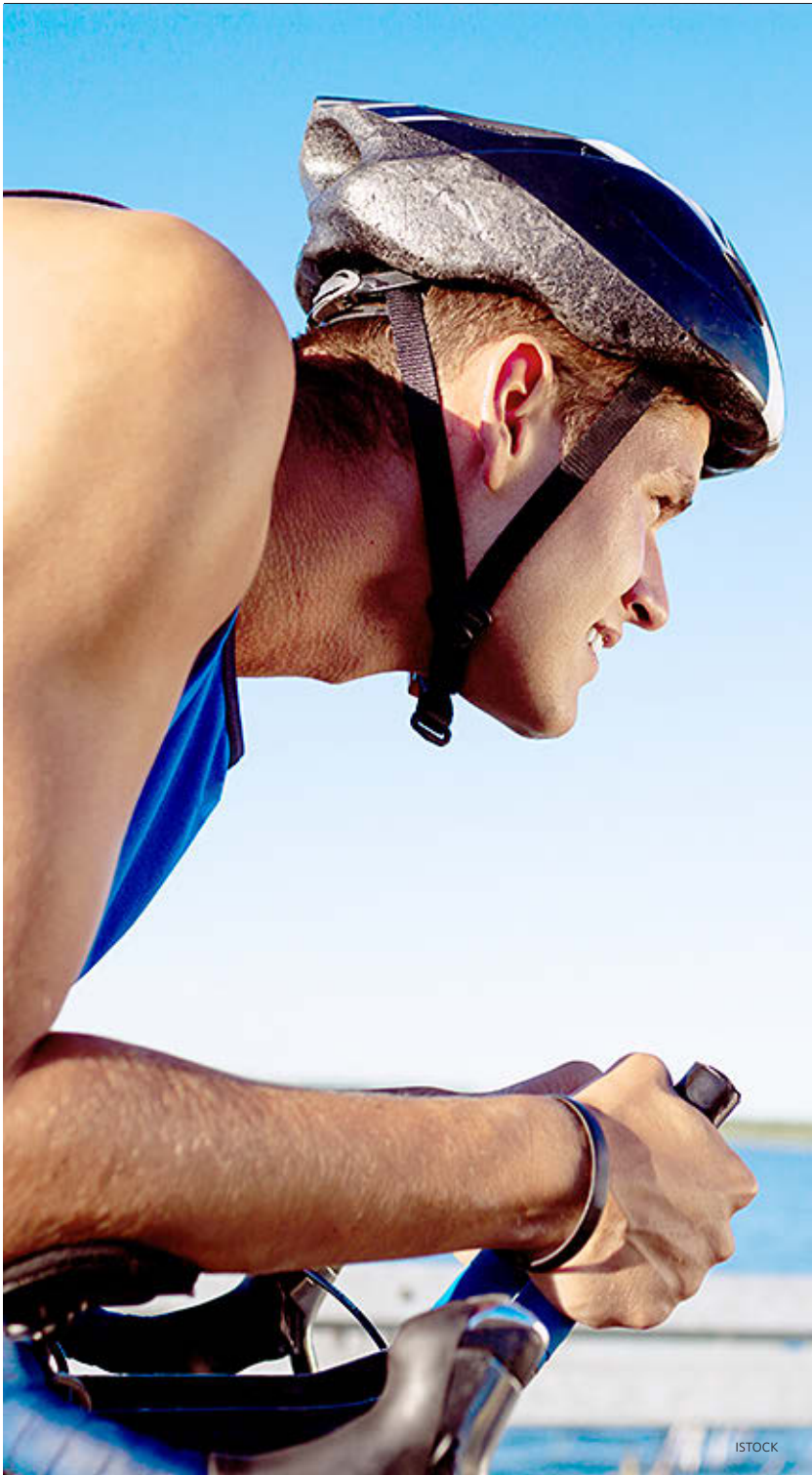
Ironman no es sólo un superhéroe de la factoría Marvel. Los aficionados al deporte seguramente saben que es algo más, y conocen de sobra que hacer un *ironman* no es precisamente salir a correr un rato. El nombre de esta modalidad deportiva no puede ser más apropiado pues es, precisamente, una prueba para superhéroes de carne y hueso, personas de hierro, deportistas extremos. Es, por así decirlo, un triatlón a lo bestia. Cansa sólo describirlo, así que imaginense completarlo. Si quieren realizarlo, simplemente deberán recorrer, de seguido y sin descanso entre una prueba y otra, 3,86 kilómetros a nado, 180 kilómetros en bicicleta... y una maratón (42,2 kilómetros) corriendo. Casi nada.

Pues sí, hay gente que es capaz de completar esta durísima disciplina que, por increíble que parezca, va ganando más y más adeptos interesados en batir sus propios límites. Las carreras extremas como el *ironman* cuentan con cada vez más practicantes y seguidores.

A esta afición creciente se ha sumado también el sector seguros, viendo oportunidades de negocio en esta tendencia al alza de las competiciones extremas. Lo han aprovechado compañías como Europ Assistance, que conocen que "España es uno de los países donde más competiciones de este tipo se realizan a nivel mundial. A pesar del nivel de dificultad de estas pruebas de resistencia y ultraresistencia, cada día está creciendo notablemente el número de deportistas españoles que se plantean un reto de larga distancia. El *ironman* vuelve un año más con más fuerza que nunca y cada vez son más los deportistas que se animan a probar esta modalidad".

Aunque no haya creado todavía un seguro específico para el *ironman*, sí que existen pólizas que incluyen esta modalidad en su oferta. Y en el aspecto de patrocinios se van también dando los primeros pasos. Deportistas españoles populares y de un nivel altísimo, como el maratoniano Martín Fiz o el todoterreno Josef Ajram, se han asociado con Europ Assistance, que apoyará a este último en sus próximos retos deportivos. La compañía también ha asegurado a otra figura menos conocida pero muy significativa por su doble valor. Se trata de Roberto Guisasola, por un lado *ironman* y por el otro directivo de la aseguradora. Este se ha convertido en una figura muy importante en la apuesta creciente de su firma por este deporte, especialmente en materia de asesoría desde su experiencia personal.

En pruebas de esta importancia cobran cada vez más sentido los seguros de cancelación. Lo explicamos. La principal razón está en el largo tiempo que suele existir entre la inscripción del deportista y la realización de la prueba, que en ocasiones llega a ser incluso de un año. En ese amplio espacio de



Guisasola, el 'ironman' de Europ Assistance

Roberto Guisasola, IT Project Manager de Europ Assistance, es una figura importante por su doble condición de 'ironman' y directivo de la compañía aseguradora, y ha puesto mucho empeño en dar a conocer esta modalidad deportiva en su compañía y fuera de ella. Guisasola realizó una importante labor de asesoría en la creación de productos aseguradores como MoveOn: "Es un orgullo que en la compañía quisieran contar con mi experiencia y consejos para este lanzamiento". Más allá de ello compartió su experiencia mediante la creación de un 'blog' de cara al 'Ironman' de Fráncfort 2016, en el que tomó parte: "Durante varios meses compartí mis rutinas, evolución y consejos antes de competir en uno de los triatlones más importantes que existen, sin ser consciente de lo que esto supondría. Hoy en día, son muchos los compañeros que confían en mí para compartir sus inquietudes". De la experiencia de realizar un 'ironman' destaca que conlleva "muchos meses de duro trabajo, de sacrificios y de esfuerzos". En su caso, prepararlo le costó nueve meses de intensa preparación. Pero Roberto no es el único deportista al que Europ Assistance presta su apoyo. Josef Ajram y Martín Fiz son dos figuras destacadas del atletismo español que también contará con el apoyo de la compañía de asistencia.

tiempo pueden producirse incidencias en forma de lesión o por diferentes motivos, personales o profesionales, que impidan al deportista participar. Y, más allá de la frustración por no competir, se añade la pérdida de una importante cantidad de dinero, especialmente si la competición se desarrolla en un lugar lejano.

Europ Assistance, por ejemplo, ha creado un seguro de cancelación pensando en los atletas que se apuntan a pruebas como el *ironman*, cuya inscripción -y, por supuesto, preparación- debe realizarse mucho tiempo antes de afrontar el reto. Es el caso de *MoveOn*, ya en el mercado, y de *MoveOn Plus*, que se lanzará dentro de unos meses. ¿Qué permite un seguro de estas características a grandes rasgos? Cubrir las posibles incidencias que obliguen al inscrito a cancelar su participación, como una lesión muscular. Contempla casos como las enfermedades o accidentes corporales graves tanto del asegurado como de sus familiares directos y los prejuicios importantes causados en el hogar o local profesional del tomador. *MoveOn*, por ejemplo, indemniza con hasta 2.000 euros por los gastos de anulación tras haberse inscrito en una competición deportiva. Seguros como *MoveOn Plus* piensan también en la cancelación del viaje, haciéndose cargo de hipotéticos gastos médicos en el extranjero, teniendo en cuenta posibilidades como la demora, pérdida o robo del equipaje durante un desplazamiento y situaciones como la defunción del asegurado o que un familiar de éste acabe hospitalizado de gravedad o fallezca.

A mayor exigencia, mayor riesgo

Lo cierto es que en carreras de una gran dificultad como los *ironman* el riesgo de lesiones o accidentes es mayor, tanto por la duración de las pruebas como por su exigencia física. Además, disciplinas de este calado requieren a menudo de una gran inversión, especialmente en eventos de una gran participación popular. Un campo, por lo tanto, abonado para la presencia de las aseguradoras, que van ganando terreno no sólo en las competiciones populares más asequibles, sino en citas para superhombres como nuestra protagonista.

Al final, más allá del negocio -en forma de productos o de patrocinios- está también la protección al mundo del deporte y a sus practicantes. "Nuestro objetivo es que los deportistas sólo se preocupen de entrenar y disfrutar del día de la competición", dicen desde Europ Assistance. Una meta que se puede hacer extensiva a la de las muchas aseguradoras que de una manera u otra invierten en el deporte, desde una carrera popular hasta un *ironman*.

LAS MERECIDAS VACACIONES DE PEQUEÑOS GRANDES HÉROES

Cada año más de mil niños son diagnosticados de cáncer en España. Y son muchos los voluntarios que trabajan para que todos ellos tengan la mejor infancia posible. Ahora llega el verano y toca diversión

CARMEN LANCHO

Según la Asociación Española Contra el Cáncer, AECC, se diagnostican en nuestro país unos 900 nuevos casos de cáncer en niños menores de 15 años y aproximadamente otros 500 nuevos casos en chicos y chicas de entre 15 y 19 años. Gracias a los grandes avances que la medicina ha experimentado, tanto en tratamientos como en el diagnóstico, los casos de supervivencia de niños y jóvenes se eleva hasta un 76 por ciento. Pero tan importantes son los tratamientos como la posibilidad de ofrecer a estos niños una cada vez mejor calidad de vida, incluso tiempo para el ocio y la diversión, minimizando el impacto que tiene la enfermedad entre los más pequeños.

Y el sector del seguro reconoce tan importante labor que muchas fundaciones y asociaciones realizan y les presta su apoyo de formas muy distintas, para que estas organizaciones puedan desarrollar con los niños y adolescentes y sus familias actividades de ocio y tiempo libre tanto dentro como fuera de los hospitales, tan importante para ellos y su entorno social.

En este sentido la AECC desarrolla todos los años campamentos de verano en distintas partes de España como Barcelona, Córdoba, Valencia o Tenerife. El objetivo siempre es hacer que niños y jóvenes con cáncer puedan alejarse de sus rutinas de hospitales, tratamientos y visitas al médico. La asociación les da la oportunidad de disfrutar de actividades como cualquier otro niño sin que su enfermedad les condicione. Estas colonias de verano son gratuitas para los niños que participan y para sus hermanos y han contado con la



ISTOCK

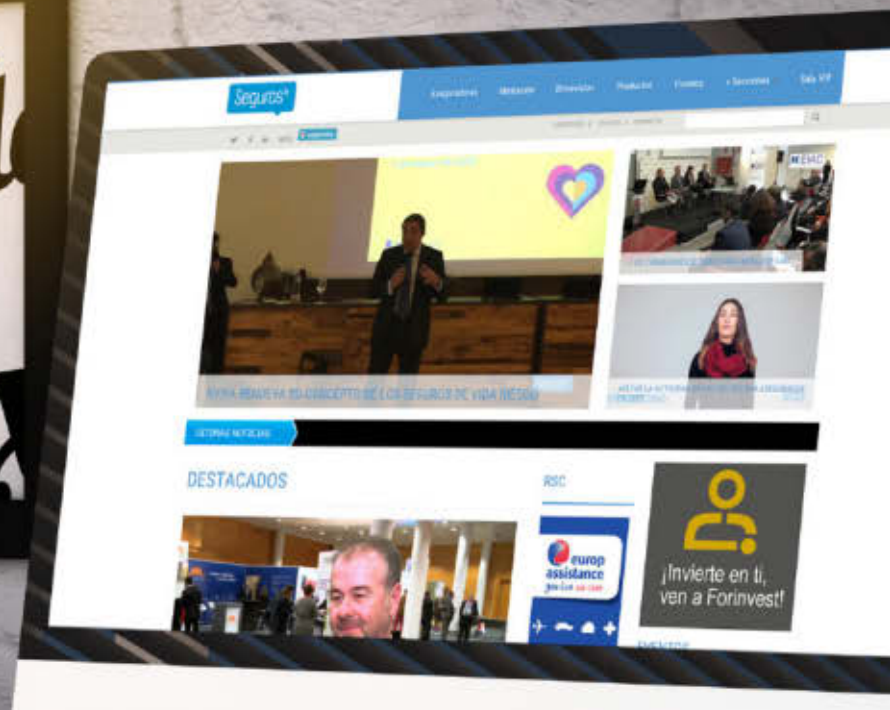
ayuda de Preventiva Seguros, entre otras compañías. La aseguradora ha apostado por apoyar estos programas cuyo objetivo es mejorar su calidad de vida de estos pequeños.

La Asociación de Padres de Niños con Cáncer de la Comunidad Valenciana (Aspanion) también desarrolla una serie de programas de convivencia en forma de campamentos nacionales e internacionales, y organiza excursiones, viajes y visitas para que los niños puedan disfrutar de estímulos externos y promover la normalización de los niños. La asociación cuenta con el apoyo de la Fundación Caser Seguros.

De igual forma la Fundación Aladina desarrolla, desde 2006, con la Fundación Serious Fun Children's, unos campamentos gratuitos de verano para que unos 140 niños vivan "una semana mágica" en Barretstown, Irlanda y Dynamo, Italia. Para que la Fundación Aladina pueda centrarse en desarrollar este tipo de iniciativas, cuenta con el apoyo de Fundación Mapfre que ha promovido por otro lado, un proyecto solidario para reformar la UCI Aladina del Hospital Niño Jesús de Madrid y dotarla de camas, cunas, atriles y la última tecnología.

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.

VA DE RETRO: UNA ODA AL PASADO

Y al diseño. Porque de eso va esta historia sobre la innovación. De la tecnología más revolucionaria enterrada en esa estética 'vintage' que tanto nos gusta

ANA M. SERRANO



Y es que cuando parecía que la tecnología digital iba a matar a la estrella de la radio, ¡zas! El retro regresó con las peores intenciones: desbancar a los intrusos que proclamaban su exterminio. El diseño, el mobiliario, la fotografía, la decoración... Volver a los 50, 60, 70, incluso a los 80 está más de moda que nunca. Las primeras incursiones en el pasado llegaron de la mano de lo audiovisual.

Si los vinilos hace tiempo que recuperaron el liderazgo que los cedés les quisieron arrebatarse, las viejas *cassetes* parece que se aplican el cuento. Si no que se lo pregunten a los creativos de Marvel, quienes en 2015 arrasaron con la banda sonora de *Guardianes de la Galaxia* en versión cinta -dicen por ahí que están a punto de lanzar un nuevo volumen-. Visto el panorama, los de BrainMonk acaban de patentar un nuevo artilugio que emula los viejos *walkman*, pero en versión contemporánea. Su nombre es *Elbow*.

El sistema, un brazo biaxial que se coloca sobre la cinta -sí, como el de los antiguos tocadiscos- que, gracias a una cabeza magnética, es capaz de reproducir toda la música de cualquier cinta. Además de innovador, su diseño es una *cucada*, diminuto y discreto. Aunque su tamaño nada tiene que ver con los reproductores de cintas de hace tres décadas, su funcionamiento es similar: un sensor óptico se encarga de hacer girar la cinta, garantizando una velocidad constante.

La diferencia reside en el interior. *Elbow* cuenta con una batería recargable de hasta siete días de autonomía que se carga mediante un puerto USB. El mismo que permite transmitir la música al ordenador. Por supuesto, dispone de un *jack* de 3,5 mm para audífonos, además de un pin para sujetarlo a la ropa. Aún se desconoce la fecha de su lanzamiento al mercado, pero sus creadores afirman que están trabajando en ello.

Los nostálgicos de la radio también están de enhorabuena. La culpa es de Tivoli Audio y sus nuevas versiones de las deliciosas radios portátiles de nuestra infancia. Se trata de la *Model One Digital*, una radio compacta con DAB/DAB+, FM, *wifi* y *Bluetooth*. Lo mejor es su diseño: de líneas sencillas y acabados en madera al más puro estilo *Mad Men*. Lo único retro de este aparato diseñado por Paul De Pasquale que, además de la programación de emisoras locales, permite la escucha de servicios de *streaming* como



Si no se ha desprendido de su colección de cassetes, Elbow de BrainMonk es su opción. EE



Los nuevos relojes inteligentes de Garmin vuelven a la estética 'de toda la vida'. EE



Hogeun Jang viste a esta moderna pantalla de televisión con el 'look' de los años 60. EE



La radio 'Model One Digital' de Tivoli Audio combina el diseño 'vintage' con la alta fidelidad. EE

Spotify o Deezer. La *Model One Digital*, que encuentra el equilibrio entre una tecnología elegante y la calidad de audio, es una radio para la vida moderna. ¿Su precio? 299 euros.

En el apartado de la alta fidelidad jamás pueden faltar unos altavoces en condiciones. Sonus Faber, el más prestigioso fabricante italiano de cajas acústicas de alta calidad, presenta la serie *Homage Tradition*. Una exquisita familia con forma de laúd que conecta directamente con sus creaciones más emblemáticas. Diseño impecable y elegancia italiana se conjugan en estos modelos de línea retro y tecnología punta.

La colección consta de cuatro modelos: *Amati* -columna de 3,5 vías y 4 altavoces-, *Guarneri* -monitor compacto de 2 vías y 2 altavoces-, *Vox* -caja acústica central de 3 vías con 5 altavoces- y *Serafino*, una columna de 3,5 vías y 4 altavoces, cuya denominación enlaza con el pasado más lujoso de la casa italiana. Madera de nogal, cuero y titanio envuelven los sonidos más sofisticados y puros de la firma. Claro que esta belleza no es precisamente

El diseño con aire retro se adueña de la tecnología para dar a los hogares un toque diferente

asequible. Los precios oscilan entre los 13.890 y los 24.290 euros.

En sintonía con la ecología, la sostenibilidad, la potencia y la última tecnología, la compañía Computer Direct Outlet presentó en marzo el primer ordenador de madera. Sí, como lo lee. *Volta V* es un *pc* de sobremesa de líneas minimalistas, estética escandinava y una carcasa artesanal realizada íntegramente en madera de color bambú o nogal. Su estética evoca los muebles de TV de los años 50, pero en tamaño mini. 516 x 302 x 100 mm son las medidas que guardan en su interior el secreto de la tecnología más avanzada.

Cuenta con un sistema de filtración del polvo, evitando el calentamiento mediante un sistema de refrigeración líquida y ventiladores silenciosos. Al ser totalmente personalizable, las posibilidades en cuanto a potencia son infinitas y su precio, que parte de los 1.862 euros, varía en función de la configuración elegida. Cualquier versión incluye soporte técnico y garantía de por vida.

A pesar de los plasmas, las pantallas planas, las dimensiones colosales y la alta definición, la televisión tampoco escapa a la moda retro. Buena prueba de ello es el coqueto prototipo impulsado por PDF Haus. Corría el año 1966 cuando el diseñador Roger Tallon creó para Thomson la célebre tele portátil *Teleavia P111*. Una revolución tecnológica en la época, cuyo diseño atractivo e innovador se imitó durante décadas.

Inspirado en aquel modelo, Hogeun Jang recupera las formas vintage y el carácter minimalista de aquella televisión para diseñar un modelo ultramoderno, con pantalla plana a color, sin marcos y alta resolución; conectores HDMI, puertos USB y el sistema visual y de sonido del siglo XXI. De momento es sólo un prototipo, pero seguro que si al fin sale al mercado, más de uno se apuntará a la estética nostálgica de la *Teleavia Retro*.

Tras los primeros diseños futuristas y descomunales, los *smartwatches* se suman a la estética *vintage*. De lujo, inteligente y para deportistas es el *Garmin Fenix Chronos*. Un modelo de finales de 2016 cuyo diseño retro nos devuelve a los 80, las proporciones clásicas y las líneas elegantes. En apariencia, claro. Pues dentro de esa caja de acero 316L de 1,2 pulgadas, protegida con cristal de zafiro, se esconde la tecnología más avanzada: sensor cardíaco, GPS, brújula digital y barómetro.

Además, el reloj es sumergible hasta 100 metros de profundidad y se empareja con cualquier *smartphone* gracias a su conectividad tanto vía *wifi* como Bluetooth. El precio de este Garmin depende del modelo. El de caja de acero y correa de cuero se acerca los 1.000 euros y el de acero 316L a los 1.100 euros, mientras que el fabricado en titanio alcanza los 1.300 euros.



Santalucía estrecha lazos con la Federación de Baloncesto

Santalucía ha firmado un acuerdo de colaboración con la Federación Española de Baloncesto (FEB), convirtiéndose así en patrocinador oficial de la entidad. Emilio David Jiménez, subdirector general de marketing de la aseguradora, y Jorge Garbajosa, presidente de FEB, fueron los encargados oficializar el acuerdo.



El 58% de los españoles saldrá de vacaciones este verano

Este año más europeos se irán de vacaciones, aunque durarán menos días y se gastarán menos dinero. Esta es una de las conclusiones de la 17ª edición del estudio Ipsos/Europ Assistance sobre vacaciones en verano. El 58 por ciento de los españoles saldrán de vacaciones en verano con un presupuesto familiar medio de 1.651 euros.



Preventiva Seguros celebra su sexto torneo de golf

Preventiva Seguros ha celebrado su VI Torneo de Golf anual en el Campo Retamares Casino Club de Golf. El evento contó una gran participación de asistentes entre los que destacaron en su mayoría profesionales de la mediación, así como empresarios del sector, explica la compañía aseguradora en un comunicado.



Javier Reina es nombrado director de seguros de Vass

Javier Reina es el fichaje más reciente de Vass. Tras 18 años trabajando en diferentes puestos de responsabilidad en Informática El Corte Inglés, Reina se incorpora a la consultora IT con el objetivo de “crear soluciones innovadoras que satisfagan a los clientes y ayuden a posicionar a la compañía como líder en seguros”, explica la consultora.



Pelayo apoya a las chicas de 'La Roja' con 'Todofutboleras.com'

Pelayo se une a AR10 Sports para lanzar *Todofutboleras.com*, un portal web de información y apoyo a la Selección Española de Fútbol Femenina, que en julio participará en la Eurocopa de Holanda. La compañía aseguradora reafirma de esta manera su “compromiso incondicional con la selección española de fútbol y la Federación”.



MGS Seguros gana 13,9 millones de euros en 2016

MGS Seguros ha celebrado su Junta General Ordinaria 2017. En la reunión la mutua presentó las cifras de 2016. La mutua registró un beneficio de 13,9 millones de euros y destaca “la consolidación del crecimiento en la cartera de primas, alcanzando, a 31 de diciembre de 2016, una facturación total de 273,7 millones de euros”.



ISTOCK

UNA OFERTA FLEXIBLE Y ECONÓMICA A PRUEBA DE ACCIDENTES

Todos estamos expuestos a sufrir un accidente. ¿Queremos cubrirnos la espalda ante esta posibilidad? ¿Qué opciones tenemos a nuestra disposición? Vamos a ver algunas ofertas de las compañías aseguradoras con respecto al seguro de accidentes, un producto por lo general económico y flexible

DIEGO FERNÁNDEZ TORREALBA

Mal que nos pese, y sin pretender ser cenizo, el riesgo nos acompaña a cada paso que damos, en mayor o menor medida: en casa, realizando deporte, de viaje e incluso paseando. Por eso cobran sentido los seguros de accidentes, con los que los tomadores se sienten protegidos sea cuál sea la actividad que lleven a cabo, sabiendo que en caso de que les suceda algo imprevisto contarán con un apoyo complementario a las indemnizaciones que pueden percibir de organismos como la Seguridad Social.

Al igual que en otros ramos del sector, las compañías establecen una feroz batalla por brindar el producto más competitivo al cliente, ofreciendo seguros adaptados a su situación y económicos. ¿Está interesado en la contratación de un seguro de accidentes? Vamos a ver algunas de las propuestas que realizan las aseguradoras.

Axa apuesta por su modelo flexible, que tiene la ventaja de que es válido sea cuál sea la profesión del tomador. Lo habitual es que las compañías establezcan unos baremos en función del sector profesional en el que desempeña su actividad el cliente, pues no todas las profesiones presentan el mismo riesgo. Pues bien, esta firma ofrece un seguro de accidentes para todos a partir de 30 euros al año, garantizando indemnizaciones por 30.000 euros tanto en caso de fallecimiento como de invalidez permanente.

En cuanto a la flexibilidad anunciada por la aseguradora, se traduce en la posibilidad que tiene el cliente de participar en el diseño del seguro a partir de unas garantías básicas. Cubre en casos de muerte e invalidez por diferentes causas -accidente, infarto de miocardio o derrame cerebral, accidente de circulación- y ofrece además otras coberturas, como por ejemplo gastos médicos -ilimitados en centros concertados-, gastos quirúrgicos, incapacidad temporal, subsidio diario por hospitalización, asistencia familiar y asistencia psicológica.

Santalucía incide en el mismo punto que Axa, en la posibilidad de hacer un seguro de accidentes *a medida* y adaptado al perfil de cada uno. La aseguradora divide para ello su oferta en tres productos: accidentes general -para personas sin riesgos específicos, pero que quieren protegerse económicamente ante la posibilidad de un imprevisto-, accidentes dinámico -para profesionales autónomos- y accidentes amas de casa.

Esta compañía opta además por la revalorización, tanto del capital como de las primas, en función del IPC. Si éste sube, las primas y el capital ascienden, y si baja descienden. De esa manera el seguro se adapta a la situación económica en cada renovación de la póliza.

GUÍA DE 'NETWORKING' PARA EMPRESAS



ISTOCK

'NETWORKING' EN LA EMPRESA: MÁS INGRESOS Y MENOS COSTES

El concepto de 'networking' muchas veces se entiende de forma errónea pensando que solo es aplicable a aquellos que tienen negocios o funciones comerciales, y eso es un grave error. Vamos a dar un nuevo y diferente enfoque: este mes hablamos sobre el 'networking' en la empresa.

ANTONIO DOMINGO

Para los asalariados, el *networking* puede ser un factor clave. Desde el punto de vista del empleado hay dos posibilidades. La primera es convertirnos en seres *grises* y pasar desapercibidos, limitándonos a realizar el trabajo por el que nos pagan. O podemos trabajar con un enfoque de *networking* procurando crear relaciones con todas las personas que trabajan en la empresa o le prestan servicio. Todos ellos tienen círculos de relaciones muy valiosos. De media, cada persona conoce a unas 1.500 personas que nosotros no conocemos. Pero si de verdad queremos hacernos valiosos es necesario que esas relaciones sean reales y las fortalezcamos,

de tal manera que conozcamos el tipo de contactos que tienen, en qué empresas han trabajado antes, a qué sector se dedican sus familiares o amigos, qué proyectos tienen, etc., ya que esos círculos de segundo nivel pueden ser de mucha utilidad personal y profesionalmente.

Desde el punto de vista de la empresa, si somos el dueño de una compañía media y tenemos un empleado con fama de ser muy empático y de conocer a todo el mundo, ¿podríamos pensar que esa persona es valiosa para nuestra empresa? Estamos convencidos de que sí. Por ejemplo, si los comerciales necesitan conseguir una reunión en una empresa concreta y él les facilita el contacto, ahorraría costes por el tiempo que tardarían en lograr dicha reunión. Si necesitamos un proveedor y nos ayuda a encontrar uno que dé mejores servicios o a menor coste, habremos ahorrado gracias a él.

Es evidente que esa persona es muy valiosa, pero ¿qué tal si diseñamos un plan de incentivos por *networking* para todos los departamentos de la empresa? ¿Y si ese plan les ofrece apoyos e incentivos para desarrollar su carrera? ¿Y si creamos una filosofía de compartir y conectar para fomentar el enriquecimiento mutuo y el de la empresa?

Está claro que esto no ocurre de la noche a la mañana ni se puede forzar a que nadie haga este tipo de funciones, pero ofrecer un plan con estas prácticas fidelizará el talento que haya en la empresa y atraerá a los mejores. Animamos a las empresas a que piensen cómo incorporar este tipo de estrategias cuanto antes, ya que ahorrarán costes y generarán ingresos.

En los próximos capítulos iremos viendo otros aspectos importantes del *networking* aplicado a la empresa. Mientras tanto, disfrutemos del *networking* 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>

'FURANCHOS' GALLEGOS: COCINA TRADICIONAL Y ENTORNO RURAL

Los 'furanchos', casas particulares en las que se sirve comida casera al visitante, son un importante incentivo gastronómico a tener en cuenta en una ruta por Galicia. Ubicados casi siempre en zonas rurales, ofrecen cocina tradicional con productos de la tierra a precios módicos y en un entorno relajado. ¿Qué más se puede pedir? Vamos a conocer un poco más acerca de estos lugares

DIEGO FERNÁNDEZ TORREALBA

Pongamos en nuestra coctelera particular tres conceptos: cocina casera, cocina tradicional y cocina gallega. Agitamos bien y... ¿qué nos sale? Sin temor a equivocarnos, una comida exquisita, natural, sencilla, económica, consistente, basada en unos ingredientes de primera y de un sabor extraordinario.

Esa es la razón de ser de los *furanchos* gallegos, casas particulares de esta preciosa comunidad autónoma del noroeste de España en las que se sirve comida tradicional basada en productos propios. Una promesa de calidad gastronómica procedente de una de las regiones con una de las mejores cocinas del país, que presume a su vez de tener una de las mejores cocinas del mundo.

Muchas de estas casas particulares, la mayoría afincadas en el medio rural, ofrecen una propuesta de calidad, de comida sabrosa y reposada en un entorno agradable y familiar. Junto con un buen vino de la tierra sirven tanto tapas frías -empanadas, embutido, queso, tortilla de patatas- como platos calientes, desde el caldo gallego al lacón con grelos, pasando por la ternera asada.

Varios de estos lugares cuentan, además de con su bar y terraza correspondientes, con una pequeña tienda que sirve

para complementar la visita. El trato no suele ser el de un restaurante tradicional, sino algo más sencillo y cercano. Y la carta -en el caso de que la hubiera, pues normalmente allí simplemente se sirve la comida del día- suele ser reducida, pero siempre garantía de calidad.

También hay que resaltar que es habitual que al estar estos sitios poco -o nada- publicitados y encontrarse a menudo en zonas recónditas, debemos dar un par de vueltas con el coche hasta dar con uno de ellos. En estos casos, siempre es mejor preguntar a cualquier local por un buen *furancho* cercano que estar perdiendo el tiempo al volante. ¡Que a ciertas horas el estómago azuca! Esa pequeña dificultad, además de un reto, es por otro lado la promesa de comer con tranquilidad en un entorno agradable en medio de la naturaleza, un aliciente más a la experiencia *furancheira*.

Con el fin de promocionarse, siempre sin perder la esencia de su oferta, varios de los propietarios de *furanchos* en Galicia se han unido creando una web: <http://www.defuranchos.com>. En ella, además de explicar al interesado cómo nacieron estos establecimientos, en qué consisten y qué servicio prestan, existe un mapa con muchos de estos locales repartidos por toda la geografía gallega. No están todos los que son, pero pueden servir de guía al *furancheiro* novato que esté de



turismo por la zona.

La visita a un *furancho* -o a varios- puede suponer un gran añadido a los muchos incentivos que ya de por sí presenta una ruta por Galicia. Promesa de paisajes increíbles, verde y agua por todas partes, playas perdidas, bosques de cuento, arraigo a la tradición y un extenso patrimonio artístico y cultural.

'MOCKTAILS', O BEBER POR LO SANO

Son frescos, sanos y sabrosos. Combinan lo mejor de los cócteles sin dejar de lado la tendencia de la alimentación sana y orgánica. Se trata de los 'mocktails', la nueva tendencia que está colonizando terrazas y 'afterworks' de todos los rincones de España. ¿Se atreve a probarlos?

ANA M. SERRANO

Cada vez comemos y cocinamos mejor: verde, orgánico, saludable y natural, pero sin renunciar al sabor. Incluso, a veces, aplicamos eso del *mindfoodness* para disfrutar de la comida con la mente igual que con el paladar. Es cierto que la dieta sana está recuperando el lugar privilegiado que le arrebataron los precocinados y la terrible moda de la comida rápida. Sin embargo, hay que ser realista. En cuanto explota la primavera, sacamos la sandalia, la manga corta, la sonrisa y el buen humor. Así armados nos dedicamos a colonizar terrazas y multiplicar noches de fiesta.

Cualquier excusa sirve para tomar unas cañas o conocer la nueva terraza *afterwork* de turno. Y ahí empieza el dilema. Porque sobrevivir a base de cerveza y vino, como mínimo hasta septiembre, además de arruinar la cultura de lo saludable e hincharnos como boyas, puede hacernos perder la sobriedad -y los papeles-. Claro que las colas, zumos industriales y demás bebidas azucaradas son casi peor. El asunto se complica todavía más cuando nos adentramos en el universo de los destilados, pues la opción de quitar el ron al mojito es, para muchos, como arrancar las ruedas a una bici.

Eso era antes de que aparecieran los *mocktails*. Es decir, los cócteles simulados. Combinados *healthy* para adultos exigentes -poco calóricos, nutritivos, antioxidantes, la mayoría libres de alcohol o con poca graduación- que aportan beneficios nutricionales y un extra de energía. Una auténtica revolución que ha desbancado al clasicote -y empalagoso- San Francisco con propuestas creativas a base de especias, frutas exóticas y refrescos *premium* que permiten cuidarse sin



1, 2 y 3. El Blue Sky Bar del hotel Barceló Hamilton Menorca es un lugar paradisiaco para disfrutar de estos cócteles sanos. Gracias a sus expertos mixólogos, Ilan Arca y Pablo Pelatti, podrán disfrutar de las creaciones más exóticas y divertidas, sin perder de vista los ingredientes naturales y saludables. 4. Los zumos naturales conquistan las tardes de verano en todo tipo de terrazas y 'afterworks'. EE

prescindir de la experiencia del cóctel. ¿Dónde? Por ejemplo en Arte. Un espacio experimental donde tomar un cóctel en pleno corazón de Barcelona. Además de los clásicos y los de autor, los mixólogos Ilan Arca y Pablo Pelatti proponen combinado tan singulares como su *Super-Grass*. O al borde del mar, en el Blue Sky Bar del hotel Barceló Hamilton

Menorca. Un paraíso con aromas isleños, vistas a la bahía de Mahón y una carta inspirada en las últimas tendencias anglosajonas como el *booze-free* o el *dryathlon británico*.

Si prefieres celebrar en casa sin complicarte la existencia ni ir al mercado, pero con los ingredientes exactos, *Foodinthebox* te lo pone en bandeja. Mejor dicho, en caja.