

Seguros

elEconomista

Revista mensual

8 de marzo de 2018 | Nº 55

¿SON LAS RENTAS VITALICIAS LA SALVACIÓN DE LAS PENSIONES?

Con los pensionistas en pie de guerra, el seguro puede tener la llave para su sostenibilidad | P21



Las compañías tiran de 'big data' para luchar contra el fraude | P8

Los vehículos eléctricos se lanzan a la conquista del espacio | P32



Pilar González de Frutos
Presidenta de Unespa

“Las pensiones públicas son imprescindibles, existen y van a existir siempre” | P18

4. ¿Sabía qué...?

Más opciones de empleo seguro y estable

El sector asegurador ofrece un amplio abanico de posibilidades de empleo

12. Actualidad

'Forinvest' reúne de nuevo al sector financiero

La décimo primera edición de la feria vuelve a citar a los profesionales de las finanzas en Valencia

30. Seguro y deporte

Generar cultura de bici a golpe de pedal

El cicloturismo combina deporte, aire libre y ocio de forma saludable y segura

36. Innovación

'Mobile World Congress 2018': potencia y 5G

Descubra las principales novedades de la mayor feria de tecnología del mundo

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

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

Reportaje

El 'big data', aliado de las compañías contra el fraude

Cada año, el sector asegurador detecta casi medio millón de intentos de fraude en España



08



21

Especial pensiones

¿Y si el seguro tuviera la solución al problema?

El sector ha puesto en marcha una campaña para promocionar las bondades de las rentas vitalicias

Entrevista

Pilar González de Frutos, presidenta de Unespa

"Las pensiones públicas son imprescindibles, existen y van a existir siempre"



18



32

Motor

Los vehículos eléctricos conquistan el espacio

Hace poco que Space X lanzó al espacio un 'Tesla Roadster', pero no es el primer coche eléctrico en viajar al espacio



Es necesario implicar a los más jóvenes en el debate

Las generaciones más jóvenes deben implicarse a fondo en el debate de las pensiones de jubilación y en el impulso de las posibles soluciones que garanticen la sostenibilidad del sistema público a medio y largo plazo

Parece una paradoja, los que más preocupados están por el futuro de las pensiones son, precisamente, los millones de españoles jubilados que ya están cobrando una pensión pública. Ellos son los que han iniciado un movimiento de protestas en las calles para pedir que las pensiones se revaloricen más del 0,25 por ciento establecido por ley. El debate de las pensiones ha vuelto a saltar a la calle, pero debería implicar a las generaciones más jóvenes, aquellas que sí verán mermada de una forma importante su poder adquisitivo una vez que se jubilen.

El efecto de la longevidad y de los menores salarios, unido a una tasa demográfica cada más preocupante hace necesario informar a los jubilados del futuro que su pensión pública tendrá que ser necesariamente complementada con ahorro para poder mantener un ritmo de vida similar al que tenían cuando cobraban un salario.

Pero no se hace. No se informa, no se aplica la transparencia debida para que la sociedad pueda tomar decisiones conscientes e informadas. Ahorro hay, los recursos existen, sólo hay que conocer los mecanismos que permitan hacerlos líquidos. Por eso, el sector asegurador,

abanderado por Unespa, su patronal en España, ha iniciado una campaña para promocionar las rentas vitalicias. Estos productos permiten convertir elementos patrimoniales -desde una vivienda hasta un fondo de inversión- en dinero contante y sonante que se recibe mensualmente con un tratamiento fiscal, de momento, muy ventajoso.

Nos lo explica Pilar González de Frutos, presidenta de Unespa, en una entrevista que forma parte de un reportaje especial en el que analizamos el problema presente y futuro de las pensiones, así como las posibles soluciones que ofrece el sector asegurador.

Además, ahondamos en el esfuerzo que están realizando las compañías de seguros en la prevención del fraude. Se calcula que cada año el sector gestiona en España alrededor de medio millón de siniestros fraudulentos, con un coste de cerca de 2.000 millones de euros. El *big data* y el análisis de la información permite al sector detectar cada vez más reclamaciones dudosas. De lo que no hay duda es que la Semana Santa está a la vuelta de la esquina. Les proponemos dos tentadores destinos que podrán descubrir en las secciones *Con Pasión* y *Ocio*, porque, ya saben, no todo es trabajar. Feliz lectura.



ISTOCK

CADA VEZ MÁS OPCIONES DE EMPLEO SEGURO Y ESTABLE

El sector asegurador emplea a cerca de 50.000 personas en España de manera directa y da trabajo a 600.000 almas de forma indirecta. Son datos de Unespa, la patronal del seguro. Números que explican la gran capacidad del sector para generar trabajo estable, con muy baja temporalidad y en continuo crecimiento, incluso durante la crisis

DIEGO FERNÁNDEZ TORREALBA

Pero, por encima de todo, el sector da cobijo a un amplio y variado ramillete de profesionales, mucho más heterogéneo de lo que pudiera pensarse en un primer momento. Si pretende apostar por este ramo hay miles de opciones laborales para la búsqueda de empleo.

Comenzamos por el campo de la mediación, el que se encarga de asesorar a quienes han contratado o pretenden contratar un seguro. Dentro de este terreno podemos destacar dos figuras, la del agente y la del corredor. Los primeros tienen un contrato directamente firmado con una aseguradora -los exclusivos- o con varias -los vinculados-; los segundos son independientes y ofrecen una asesoría imparcial al no estar vinculados a ninguna compañía. En ambos casos deben ser profesionales con amplios

conocimientos del ramo en el que operan, poseer un claro perfil comercial y ser buenos relaciones públicas.

Por supuesto, las compañías de seguros no podrían prosperar sin la labor de los administrativos, encargados de resolver -en persona, telefónicamente u *online*- los trámites, desde las solicitudes de los clientes hasta operaciones como renovaciones, cancelaciones o cambios en las pólizas. Deben ser personas eficientes, productivas, conocedoras de la política de su compañía y a menudo con una gran dosis de paciencia y resistencia al estrés.

Los peritos de seguros también desempeñan una labor crucial. Se trata de técnicos expertos, encargados de realizar una valoración de los daños y determinar si corresponden indemnizaciones al cliente y la cuantía de las mismas. A sus conocimientos técnicos deben añadir una disciplina de trabajo metódica e imparcial y su disponibilidad para trabajar, durante gran parte del día, por cuenta propia y de manera autónoma.

Más desapercibidos pasan los grandes desconocidos del seguro, los actuarios. Pero su tarea también es necesaria. Especializados en matemática y estadística, estos profesionales de las Ciencias Económicas analizan y estiman los riesgos, fijando los precios de los contratos de seguros.

Los encargados de tomar las grandes decisiones, claro, son los cargos directivos, bien los CEO y otros altos ejecutivos o los responsables de cada departamento. Además de una extensa experiencia en el sector y un conocimiento especializado del área que capitaneen se les presupone capacidad de liderazgo, de gestión de equipos y solvencia en otros terrenos como las finanzas, el marketing o las relaciones públicas.

En el mundo actual es vital la comunicación, y los especialistas en esta área -periodistas, publicistas, *community managers*- realizan una labor esencial también en el sector asegurador. Y, encontrándonos en la era de la digitalización se hace imprescindible contar con verdaderos expertos en las nuevas tecnologías que están destinadas a impulsar la experiencia del cliente: *big data*, *blockchain*, inteligencia artificial, etc. Diferentes ramas de un árbol, el asegurador, con una base muy firme y cuya superficie no para de crecer.

LA BATALLA DEL AHORRO SE DISPUTA A TRES BANDAS

VidaCaixa, Zurich y Mapfre se coronaron como líderes del seguro de vida en el mercado español, con un 49% de cuota de mercado conjunta. El reabierto debate de las pensiones puede beneficiar al desarrollo del ramo de vida

V. M. Z.

Al cierre del pasado ejercicio, el seguro de vida registró una facturación de 29.406 millones de euros en primas, un 5,56 por ciento menos que un año antes. Esta caída en el volumen de negocio se debe a que en 2016 se produjo un crecimiento extraordinario de las ventas de productos de ahorro a prima fija que no se ha repetido en 2017. Así al menos explican los responsables de Investigación Cooperativa entre entidades de Ahorro (Icea) y de Unespa, la patronal del sector asegurador español, esta caída de las cifras. Más allá de los números y sus interpretaciones, el sector asegurador es optimista acerca de la evolución en los próximos meses de un ramo que puede ser vital para ayudar a garantizar la sostenibilidad del sistema público de pensiones.



EFE



EE



EE

Por varias razones, la primera, porque el ahorro gestionado no para de crecer. En 2017 lo hizo un 3,79 por ciento, hasta alcanzar los 226.457 millones de euros en ahorro gestionado. De esta cifra, 183.606 millones corresponden a productos de seguro, un 3,25 por ciento más. El resto, 42.852 millones de euros constituyen el patrimonio de los planes de pensiones gestionados por entidades del sector. Esta partida crece un 6,11 por ciento en 2017.

La segunda es que el sector confía en que el ramo de vida crezca un 5 por ciento en 2018, gracias a la recuperación económica y a la esperada subida de los tipos de interés. Así lo indicó recientemente Andrés Romero, director general de Santalucía. Según sus previsiones, el seguro de vida riesgo podría avanzar un 5 por ciento y el de ahorro un 4 por ciento.

La tercera razón es el debate del futuro de las pensiones y las diferentes medidas que los ciudadanos pueden tomar para evitar la pérdida de poder adquisitivo de las pensiones, esperada a medio y largo plazo. De acuerdo con datos de Inverco, el 16,8 por ciento del ahorro de las familias españolas se destina a seguros y fondos de pensiones, frente a la media del 38 por ciento de los países de la Unión europea.

En este contexto, la *batalla* por captar el ahorro parece ser cosa de tres entidades. VidaCaixa continúa imbatible al frente del ramo de vida, con un ahorro captado en 2017 de 9.646 millones de euros, un 1,83 por ciento más que un año antes y una cuota de mercado del 32,8 por ciento. Esto significa que uno de cada tres seguros de vida se comercializa a través de la compañía de banca seguros de Caixabank.

El segundo puesto lo ocupa Zurich, con 2.804 millones de euros captados en 2017, un 38,27 por ciento menos que un año antes. La compañía tiene una cuota del 9,54 por ciento gracias, en parte, a la alianza de banca seguros firmada con el Sabadell. Mapfre ocupa el tercer puesto del podio, con un volumen de primas en 2017 de 1.903 millones de euros, un 2,26 por ciento menos, de acuerdo siempre con los datos de Icea. El grupo asegurador que preside Antonio Huertas acumula una cuota de mercado del 6,47 por ciento. Estas tres entidades suman una cuota del 48,81 por ciento.

INNOVACIÓN

ASÍ ES LA REVOLUCIÓN DE LAS 'INSURTECH'

El 'Observatorio de Vigilancia InsurTech de Finnovating' muestra que el 47 por ciento de las 'insurtech' en España han recibido algún tipo de financiación y el 81 por ciento colabora con empresas del sector asegurador

REDACCIÓN

En un mundo cada vez más interconectado, el Internet de las cosas y el *big data* han cambiado las reglas del juego. En este contexto, el sector asegurador se enfrenta a múltiples desafíos que abren la puerta a un nuevo escenario con grandes oportunidades. Uno de estos retos es gestionar la fidelización de forma eficaz y rentable, por lo que la innovación será fundamental a la hora de ofrecer propuestas de valor relevantes. La clave para conseguir generar un *customer engagement* significativo podría estar en la utilización de canales digitales para mejorar la accesibilidad, las comunicaciones, la velocidad y la confianza, incrementando la fidelización a través de una experiencia memorable. Es aquí donde las *insurtech* pueden marcar la diferencia.

Insurtech es el nombre con el que se denomina al grupo de empresas jóvenes que aplican innovaciones tecnológicas al negocio de los seguros, utilizando plataformas digitales, Internet de las cosas, telemetría, *big data*, asesores virtuales, inteligencia artificial, seguros bajo demanda o esquemas *p2p*.

Eduardo Esparza, *vp country manager* de Affinion España, confía en que "la innovación



digital nos va a permitir comunicarnos de una manera diferente con el cliente, de la forma, en el momento y para lo que él quiera. Tenemos que ser capaces de ofrecer unos productos de verdadero valor añadido con los que el cliente pueda vincularse emocionalmente".

Los resultados del *Observatorio de Vigilancia Insurtech de Finnovating* muestra que existen 92 *startups insurtech* en España. El 47 por ciento de ellas han recibido algún tipo de financiación y el 81 por ciento colabora con empresas del sector, lo que las convierte en una gran oportunidad de negocio. Trov -que permite la contratación de

microseguros bajo demanda desde el móvil y cuyas reclamaciones funcionan a través de un chat *online*- o Snapsheet -valora de manera virtual los siniestros de coche mediante una foto o vídeo- son ejemplos del éxito de las *insurtechs* a la hora de fidelizar a sus clientes y generar *customer engagement*. "El sector seguros parece estar experimentando la revolución de las *insurtech*, que se presentan como una oportunidad para colaborar, repositionarse, hacer cosas nuevas y liderar la transformación antes de que otros lo hagan", sentencia Rodrigo García de la Cruz, vicepresidente de la Asociación Española de Fintech e InsurTech.

SEGUROS DE SALUD

GENERALI TRAE SERVICIOS DE 'E-HEALTH'

La digitalización y el servicio de calidad son dos de las grandes apuestas de Generali España. La compañía innova cada día para presentar servicios como *Doctor Online 24 horas*, una herramienta que permite a sus usuarios mantener el contacto directo y fluido con su médico.

A través del área personal *e-Cliente*, *Doctor Online 24 horas* integra funcionalidades como la posibilidad de solicitar que te llame un médico (*Call-back*), servicio telefónico de urgencias 24 horas y petición de video consulta médica de 9:30 h a 20 h, con una antelación de sólo tres horas.

Doctor Online 24 horas permite igualmente compartir ficheros, incluidas imágenes, pintar o resaltar sobre ellas mientras se realiza la video consulta, acceder al histórico e intercambiar comentarios y notas con el profesional.

Este proyecto muestra el esfuerzo de Generali por satisfacer las necesidades de sus clientes, incluso adelantarse a las mismas y pone de relieve su carácter innovador y enfoque digital en línea con su estrategia *simpler, smarter and faster* -más simple, más inteligente y más rápido-, según explica en un comunicado la compañía que en España dirige Santiago Villa.



Preventiva 75
Seguros años

AFIN.2

Asistencia Familiar Integral

- Decesos o
- Accidentes o
- Hogar o
- Vida o

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



preventiva.com

'BIG DATA' PARA FRENAR EL FRAUDE A LAS COMPAÑÍAS

El sector asegurador está afilando sus técnicas para detectar los intentos de fraude gracias a las nuevas tecnologías. De acuerdo con Icea, por cada euro invertido, el sector se ahorra 35 en el pago de indemnizaciones fraudulentas

V. M. Z.

Desde fingir accidentes de tráfico, mentir en los partes o engordar la lista de desperfectos hasta fingir una enfermedad o el propio fallecimiento. Los intentos de engañar al seguro son múltiples y algunos incluso parecen sacados del guion de una película. Pero el sector asegurador ha mejorado sus técnicas para detectar el fraude gracias, principalmente, a la introducción en la ecuación de nuevas tecnologías de análisis, como el *big data*.

Arturo López-Linares, director de Siniestros de AXA, explica que "las técnicas en sí son muy variadas, y dependen de la naturaleza del fraude". El grupo asegurador invirtió en 2017 cerca de 3 millones de euros en prevención del fraude, lo que le permitió detectar cerca de 20.000 reclamaciones engañosas, un 9,3 por ciento más que un año antes. El esfuerzo realizado permitió a la compañía ahorrar 62,7 millones de euros en pagos de indemnizaciones fraudulentas, según afirmó López-Linares en la presentación del *V Mapa AXA del fraude en España*.

De acuerdo con datos de Icea, en 2016, por cada euro que las compañías de seguros invirtieron en investigación de presuntos fraudes se consiguió un

ahorro de cerca de 35 euros en reclamaciones fraudulentas.

Los intentos de defraudar a la compañía del seguro han llegado para quedarse. De acuerdo con el estudio de AXA, la tasa de engaño a la compañía de seguros creció el pasado ejercicio hasta el 1,73 por ciento, lo que significa que en casi dos de cada cien siniestros el asegurado trata de sacar provecho -económico o material- de la compañía de seguros.

El fraude más habitual se produce en el seguro de autos, que supone cerca del 60 por ciento de todos los casos de fraude detectados anualmente. Aunque contar con datos de todo el sector es complicado, cada año se logran detectar más intentos de fraude y evitar así el pago de indemnizaciones que no corresponden.

El director de siniestros de AXA explica a esta revista que el fraude que afecta a los daños materiales es el 73 por ciento de los casos detectados. Los que implican daños corporales son solo el 27 por ciento, pero suponen el 58,5 por ciento del importe que se intenta defraudar al seguro. El importe medio en estos casos cayó un 19 por ciento en 2017, hasta los 6.500 euros, una cifra aún muy atractiva para quien intenta engañar al seguro.

El engaño al seguro de vida crece un 18%

Arturo López-Linares explica que vida es uno de los ramos que ha experimentado un mayor crecimiento en el número de casos de fraude. “creció un 18 por ciento en 2017 después de aumentar un 35 por ciento en 2016”, señala. La cuantía de lo defraudado se disparó un 21 por ciento, hasta los 7,6 millones de euros. “Este dato es consecuencia, también, del mayor esfuerzo de AXA en la lucha contra el fraude, al aplicar técnicas cada vez más perfiladas, con una sólida coordinación de profesionales externos”.

Desde la ocultación de patologías previas, pasando por fingir enfermedades para conseguir una incapacidad e incluso fingir la muerte para cobrar el seguro son las prácticas más habituales de aquellos que intentan sacar un macabro provecho de su seguro de vida.

El sector insiste siempre que habla de fraude en destacar que se trata de un delito tipificado que puede suponer incluso penas de cárcel. A pesar de ello, continúan proliferando redes delictivas profesionales especializadas en defraudar importantes cantidades económicas a las aseguradoras.

De acuerdo con el cuarto *Barómetro del Fraude* en el seguro de autos de Línea Directa, en los últimos cinco años este tipo de organizaciones criminales ha crecido un 152 por ciento en España. En este sentido, el director de siniestros de AXA advierte de que este tipo de fraude “es sin duda el más peligroso, representa un gran riesgo por su profesionalización. Los casos detectados por AXA mantienen una senda ascendente. El número de siniestros llevados a cabo por las tramas organizadas el año pasado creció un 19 por ciento respecto a 2016. En su conjunto, el fraude organizado al seguro supone ya el 3,2 por ciento del total, frente al 1 por ciento en 2015”.

Arturo López-Linares está convencido de que “el empleo de herramientas



ISTOCK

El fraude cometido por tramas organizadas ha crecido un 152% en los últimos 5 años

tecnológicas está favoreciendo la detección de este tipo de situaciones, al permitir combinar grandes volúmenes de datos y tratarlos a través de metodologías matemáticas avanzadas”. De esta manera, explica, “el incremento de una criminalidad organizada y compleja, que en ocasiones se suma a otras actividades delictivas, complica el reto para el mercado asegurador y exige un mayor esfuerzo y *expertise* para afrontarlo, así como una estrecha colaboración con los Cuerpos y Fuerzas de Seguridad del Estado para evitarlo”.

El sector asegurador, a través de Unespa, la patronal del seguro en España, firmó en noviembre de 2015 un acuerdo con la Guardia Civil para establecer un procedimiento operativo de colaboración para la investigación de los casos de fraude. Este acuerdo, firmado por el director general de la Guardia Civil, Arsenio Fernández de Mesa, y la presidenta de Unespa, Pilar González de Frutos, ha permitido reforzar la lucha contra el fraude que realizar estas tramas profesionales y organizadas.

EN VACACIONES, VIAJE SEGURO Y CÓMODO CON SU MASCOTA

Ya sea una escapada de fin de semana, un puente o de vacaciones, si viaja con su mascota no se olvide de su seguridad y su bienestar. Haga que cada trayecto resulte una buena experiencia para todos

CARMEN LANCHO

Viajar con su mascota no tiene por qué suponer un problema, más bien todo lo contrario. Cada escapada de vacaciones debe ser igual de positiva para todos los viajeros. Recuerde que su mascota es uno más de la familia. Y para que todos disfruten por igual, deberá tener en cuenta dos aspectos fundamentales: la seguridad y la comodidad.

Según datos ofrecidos por la Dirección General de Tráfico (DGT), el 82 por ciento de las mascotas viaja en turismo, siendo los más viajeros, los perros y los gatos. ¿Sabía que en caso de accidente, a 50km/h, el peso de su mascota se multiplica por 35? Por eso es tan importante llevarlos bien sujetos. Además, de esta forma evitará que el animal pueda crear distracciones al volante. Y es que, desde la DGT también destacan que más de la mitad de los conductores vive situaciones de peligro por no llevar a sus mascotas bien sujetas en sus vehículos.

Para viajar en coche lo mejor es optar por el uso de transportines, especialmente en el caso de pequeños



animales como ratones, hámsteres, cobayas, conejos, hurones, gatos, etc. Siempre que le sea posible, sitúe el transportín en el suelo, en lugar de llevarlo sobre el asiento y sujeto con el cinturón de seguridad.

Si su mascota es un perro de gran tamaño, entonces una buena opción es llevarlo en un transportín adaptado a su tamaño, pero en el maletero. Además, la DGT recomienda combinar esta opción con una barra divisoria entre el maletero y el habitáculo.

Por último, desde el mismo organismo también destacan la opción del arnés, y recomiendan el de doble enganche si usted prefiere llevar a su perro en el asiento trasero del vehículo. Con todas estas opciones viajará seguro y cumpliendo con lo que marca la normativa de tráfico, es decir, evitará que su mascota *interfiera* con la conducción.

Tenga en cuenta que viajar en coche suele provocar ansiedad a los animales. Si su animal se maree consulte con su veterinario, él le puede ayudar con algún medicamento. Antes de viajar no alimente a su mascota para evitar el vómito, y manténgala hidratada y con el coche ventilado. Puede llevar algún juguete que ayude a distraer al animal y evite situaciones o ruidos que aumenten el estrés del viaje.

Cuando pare para descansar del viaje, nunca deje al animal solo en el coche, menos aún si hace calor, ya que podría morir de deshidratación o de un golpe de calor. Si hace frío, manténgalo protegido de corrientes de aire, especialmente si se trata de pequeños animales como aves o roedores. Recuerde llevar consigo la documentación de su mascota.

Si va a viajar en otro medio de transporte, consulte con antelación las condiciones de cada compañía para el transporte de mascotas.

‘SHOPIFY’ Y LA REVOLUCIÓN DEL ‘ECOMMERCE’

Si aún no han escuchado este término, recuérdenlo: ‘drop shipping’. Para algunos será como tener una tienda multimillonaria sin inventario ni empleados, desde cualquier parte del mundo y sin tener que lidiar con los dolores de cabeza de canales más complicados, como Amazon, para montarla

Es esto posible? Yo misma acabo de montar una para ver cómo es el proceso y contarles. ¿Los millones? Aún es pronto para saberlo en mi caso pero el video de un coreano que ganó 6 millones de dólares vendiendo relojes de 10 euros el año pasado, más el bajo coste de montar este negocio, hacen que merezca la pena al menos intentarlo. En 2004, Shopify nació con la intención de dar una oportunidad a pequeños y medianos negocios después de que sus fundadores pasasen toda clase de frustraciones montando una tienda online para apasionados del snowboard.

Hoy, el multicanal de comercio electrónico soporta más de 400.000 tiendas online. Con un valor de 34.000 millones de dólares se están llevando internet por bandera y dando a muchos la oportunidad de vivir la vida que quieren desde cualquier parte del mundo. Un 70 por ciento de las tiendas están registradas en Estados Unidos, donde uno de cada tres americanos ya compra en la plataforma. Pero, lo más interesante para ustedes es que España solo tiene un 0,6 por ciento. Esto significa que aún no se ha explotado y ustedes, mis queridos lectores, podrían ser los siguientes millonarios del comercio electrónico español. ¿Como funciona? Es sencillo. Shopify te da una serie de opciones gratuitas o de pago de diseño web donde solo hay que pegar texto y algunas fotos y trabaja con proveedores como Alibaba u Oberlo para darle a elegir los productos que quiera comprar. Eliges lo que quieres y lo añades a tu tienda por un valor mayor de lo que te costaría comprarlo. Normalmente este valor es entre un cien o un 150 por ciento superior al precio que te cobrarán a tí por el



ISTOCK

producto. Lo mejor de todo es que solo te cobran si alguien lo compra. Es decir, cuando alguien hace una pedido, recibes dinero y el proveedor te cobra su parte y el envío y lo manda directamente al comprador. Tú no ves el producto, no haces nada más que manejar la tienda desde el móvil o el ordenador.

Pero no es oro todo lo que reluce. La gente tiene que llegar a la tienda de alguna manera. Y a no ser que tenga un millón de seguidores en su perfil de Instagram, tiene que saber un poco de SEO, cómo utilizar Google Adwords y cómo manejar las redes sociales para lograrlo. Gracias a los dioses de Internet, existe una cosa llamada Youtube que le puede

enseñar en un día todo lo que necesita saber sobre cómo hacer esto por poco dinero y cómo montar su tienda en Shopify si se queda atascado. Veremos cómo va mi experimento. Quién sabe, a lo mejor en unos meses les escribo desde una mansión en Hawaii. Mientras, les animo a que lo prueben porque, sea o no el negocio que les interesa, está revolucionando la manera de vender online.

JULIE NO

MANAGER DE DESARROLLO DE NEGOCIO PARA ATRIUM STAFFING
Y CORRESPONSAL DE SEGUROS TV EN EEUU
@julie_no



‘FORINVEST’ REÚNE DE NUEVO AL SECTOR FINANCIERO

Valencia vuelve a convertirse en la capital de los servicios financieros y el seguro los días 7 y 8 marzo en la undécima edición del el mayor espacio de ‘networking’ financiero-empresarial del país

REDACCIÓN

Feria Valencia celebra la undécima edición de Forinvest, el mayor espacio de *networking* financiero que se celebra en España en el que reunirá a los principales protagonistas del mundo económico y financiero del país. A lo largo de dos intensos días, se analizará el futuro del sector asegurador, el mundo de las finanzas personales y el asesoramiento financiero, entre otros muchos ámbitos del mercado financiero. Jordi Gual, presidente de CaixaBank; José Luis Aguirre, presidente de Ibercaja; Jaime Guardiola, consejero delegado del Banco Sabadell; Carlos Tusquets, presidente de Banco Mediolanum; Amalia



Una de las jornadas del Foro Internacional del Seguro. A. SÁIZ



Una de las citas de 'Forinvest'. A. SÁIZ



Josep Ajram, uno de los ponentes de la X edición de 'Forinvest'. A. SÁIZ



'Forinvest' reunió a más de 6.400 visitantes en 2017. ALBERTO SÁIZ

Más de 6.400 visitantes registrados en 2017

La décima edición de Forinvest, celebrada los días 8 y 9 de marzo de 2017 contó con un record de participantes, al superar los 6.400 visitantes registrados entre profesionales del sector financiero e interesados por el mundo de las finanzas personales y el seguro. En el Foro participaron cerca de 120 empresas expositoras y 240 ponentes se dieron cita en múltiples foros y reuniones profesionales. El comité organizador de Forinvest, feria que dirige Alejandro Roda, espera superar estas cifras en 2018.

Blanco, directora general adjunta de Comunicación y Relaciones Externas de Bankia; Sebastián Albella, presidente de la CNMV (Comisión Nacional del Mercado de Valores); y Pablo Zalba, presidente del ICO (Instituto de Crédito Oficial) son algunos de los nombres propios que forman parte del programa de Forinvest 2018. La celebración comenzó con La Noche de las Finanzas, con la ponencia magistral del exvicepresidente económico Pedro Solbes y la entrega de los *Premios Forinvest*, que este año han recaído en el propio Solbes; Adolfo Utor, presidente de la naviera Balearia; Joan Castells, presidente ejecutivo y consejero delegado de FIATC; y el emprendedor tecnológico Iñaki Berenguer. Entre los temas tratados destacan, el presente y futuro de la banca y la situación del sistema financiero en España; los retos de la comunicación en el sector; el modelo territorial; la sostenibilidad del sistema actual de Seguridad Social; los nuevos instrumentos de financiación e inversión; y las perspectivas económicas.

El Foro Internacional del Seguro se centra en su undécima edición en los nuevos modelos de negocio de compañías y mediadores de seguros y en los

profundos cambios legislativos para los que se está preparando el sector, desde la nueva Ley de Distribución hasta la inminente entrada en vigor del reglamento europeo de protección de datos. Este foro cuenta con el respaldo del Consejo de Colegios Profesionales de Mediadores de Seguros de la Comunidad Valenciana. En él se reconocerá a la figura de Mariano Hernanz, vicepresidente del Colegio de Mediadores de Seguros de Alicante, con el Premio a la Mediación 2018, un galardón que reconoce el trabajo de los profesionales en favor de la mediación profesional de seguros.

Otra cita destacada de Forinvest es el Foro del Asesor, promovido por la Asociación Profesional de Asesores Fiscales de la Comunidad Valenciana (APAFV), que abordará las novedades normativas en el ámbito de la fiscalidad, y el Foro de Finanzas Personales, en el que Hervé Falciani hablará de la transferencia de riesgo con las criptomonedas.

En su undécima edición, Forinvest estrena dos foros, uno dedicado a la inversión en el ámbito de la franquicia -Foro de la Franquicia- y otro espacio dedicado a la innovación y la tecnología: *Innovation & Fintech Forum*.

AYUNE SOLO BAJO SUPERVISIÓN MÉDICA

Con la mirada puesta en el buen tiempo comienzan a circular dietas para lucir 'tipazo'. La práctica del ayuno es una de ellas. Esta corriente dietética cuenta ya con un gran número de seguidores, pero no siempre es recomendable y debe contar con la vigilancia de un médico o de un nutricionista cualificado

CARMEN LANCHO

El ayuno está cada vez más de moda y las llamadas *celebrities* son su cara más visible. A continuación le vamos a dar algunas claves que debe conocer y tener en cuenta sobre esta corriente, ya que no se trata de una dieta como tal. En realidad es una forma de alternar períodos de consumo de alimentos con períodos de privación total en el consumo de alimento sólido. Hay que tener en cuenta que, cuando el enfoque y la motivación es la pérdida de peso, si durante el período de tiempo en el que se ingieren alimentos, no se aplica una pauta de alimentación equilibrada, un estilo de vida saludable y un control y reducción del consumo de calorías habitual sin ayuno, no se obtendrán los resultados esperados.

Aún es pronto para conocer realmente los beneficios de esta práctica. La comunidad científica todavía no cuenta con datos concretos para conocer a largo plazo los posibles riesgos para la salud, aunque los estudios realizados comienzan a indicar evidencias de que la práctica del ayuno intermitente ofrece ciertos beneficios para el organismo. Según Cristina Morillo, nutricionista de Blua de Sanitas el ayuno intermitente puede llegar a favorecer la bajada de peso sin pérdida de masa muscular, favorece la autofagia y el autocontrol, potenciando que se diferencie si se trata de hambre real o no, reduce los indicadores de inflamación, mejora el perfil lipídico de la sangre, reduciendo el colesterol LDL y los triglicéridos, mejora la resistencia a la insulina, aumentando la sensibilidad a la misma y limita la proliferación de células cancerígenas.

Quienes lo practican de forma regular experimentan habitualmente sensación que algunos describen como



ISTOCK

desintoxicación a través de síntomas como náuseas, dolores de cabeza, aumento del olor corporal, boca seca, etc.

Lo que sí está claro señala Morillo, es que el ayuno nunca debe practicarse "sin la supervisión de un facultativo y de un nutricionista que proporcionen la pauta más adecuada para cada persona". La nutricionista de Blua Sanitas además subraya que "el ayuno no será beneficioso si la persona no mantiene un estilo de vida saludable; para lo cual es

fundamental alimentarse de forma adecuada, practicar ejercicio y tener un descanso de calidad", más allá de los períodos de régimen. Morillo destaca que el ayuno no deben practicarlo personas con hipoglucemias frecuentes, diabéticos, ni que padezcan cualquier otra patología. Tampoco es adecuada su práctica "en niños, mujeres embarazadas o lactantes, ancianos ni, por supuesto, en personas con algún tipo de desorden alimenticio, ya que puede agravar su situación".



ISTOCK

DISFRUTE DE UNAS MERECIDAS VACACIONES SIN GASTAR DEMASIADO

Si todavía no ha elegido un destino de vacaciones, pero necesita unos días para descansar y alejarse de su rutina, le damos algunas claves para desconectar sin gastar mucho. No hay tiempo que perder

CARMEN LANCHO

Se acercan las vacaciones y quizá todavía no tenga claro qué hacer con esos días de descanso. Pocos días, que hay que exprimir al máximo. Sin embargo, el reto se plantea en disfrutar sin gastar en exceso en unos días que son clave para el sector turístico español, que cada año bate récords. Tenga en cuenta que, en 2017, el período de Semana Santa se cerraba con cifras más que positivas, con un 90 por ciento de ocupación, y se espera que este año no sea menos.

Si todavía no ha elegido destino, estudie las mejores opciones. Tal y como indica Exceltur, los españoles eligieron destinos en el extranjero debido a los buenos precios del transporte,

principalmente aéreo. Utilice los comparadores de viajes, le ayudarán a tener, de un solo vistazo, las mejores tarifas de vuelo. Valore la posibilidad de combinar distintos medios de transporte. En ocasiones sale más rentable incluso optar por un coche de alquiler en el destino que viajar con su propio automóvil. Las empresas de alquiler de coches lanzan buenas ofertas.

Si opta por quedarse en el país, elija destinos menos demandados. En Semana Santa los más solicitados son los de costa y aquellos que albergan las celebraciones religiosas propias de la época. El norte y el interior del país ofrecen rincones maravillosos y la oportunidad de descubrir otras localidades que guardan auténticas joyas entre sus calles, iglesias y museos.

Elija otras alternativas a los hoteles. Por ejemplo, casas rurales, apartamentos, campings o viviendas en alquiler. Comparta gastos. Siempre puede plantear una escapada en grupo. Así podrá compartir gastos en el alquiler de una vivienda de vacaciones, en la compra de alimentos e incluso gastos en el transporte. Infórmese sobre los programas de fidelización de las compañías de transporte, le pueden ayudar a obtener ventajas en sus próximos viajes. Aproveche estos días para disfrutar de su ciudad. Siempre hay mucho que hacer: visitar un museo, descubrir las novedades de la oferta gastronómica local o pasar un agradable día en algún parque de ocio.

No siempre hay que viajar lejos. Puede organizar excursiones de un día y, con pequeños trayectos, conocer los alrededores de su ciudad. Si su familia es numerosa y tiene el carnet que lo acredita, recuerde que se puede beneficiar de descuentos en algunos servicios a la hora de viajar. Aunque los descuentos no sean elevados, siempre suponen una ayuda.

Y no se olvide de buscar ofertas de última hora en internet. Siempre puede encontrar una buena oferta en este tipo de webs especializadas. En ocasiones los hoteles, así como los responsables de otros establecimientos vacacionales sacan a la venta aquellas plazas que han quedado por ocupar, a precios más competitivos, o intentan dar salida a las que han quedado libres debido a las cancelaciones realizadas en el último momento. En ocasiones, quedarse rezagado tiene premio. Aproveche estas oportunidades.

MUTUA EXTIENDE LA MEJORA DE PRECIO DE SUS SEGUROS A HOGAR Y VIDA

La aseguradora mejora la prima a clientes de otras compañías no solo en auto y moto, sino también en seguros de vivienda y vida-riesgo

EL ECONOMISTA

Mutua Madrileña ha puesto en marcha su nueva campaña multirramo de seguros, a través de la cual ofrece una mejora del precio de renovación de las pólizas de coche, moto, hogar o vida a clientes de otras compañías que no están satisfechos con sus seguros o con la prima que pagan y desean mejorar su precio.

Con el mensaje central *Coche, moto, hogar, vida... Vente a la Mutua con cualquiera de tus seguros. Te bajamos su precio, sea cual sea*, la aseguradora pone énfasis en su capacidad para ofrecer el mejor precio en cualquiera de estas pólizas y favorecer así un ahorro para sus nuevos clientes.

A la campaña pueden acogerse asegurados en otras compañías en cualquiera de los cuatro ramos del seguro mencionados, coche, moto, hogar o vida, que deseen tener los precios y servicios de los que ya disfrutaban los asegurados de Mutua Madrileña. Del mismo modo, a la campaña pueden acogerse asegurados de Mutua que deseen traerse los seguros de algún ramo que todavía tienen en otras compañías.



Completa oferta en seguros de hogar

Mutua Madrileña quiere hacer extensible la mejora de precio que ya ofrece desde hace varios años en seguros de auto y moto al ámbito del hogar, donde cuenta con una completa gama de productos, entre los que destacan los siguientes:

MM Hogar Global Plus, un seguro con coberturas para que los más exigentes puedan disfrutar de su vivienda con total tranquilidad. Cuenta con coberturas como daño accidental, garantía de avería de electrodomésticos, Protección Jurídica Plus, servicio Manitas Plus, cobertura de mantenimiento que protege los daños en persianas y los producidos por el agua, entre otros.

MM Hogar Global, un seguro que estará protegido ante los incidentes que ocurran tanto dentro como fuera de su hogar, daños estéticos, atraco fuera de la vivienda o reposición de llaves y cerraduras.

MM Hogar Básico, diseñado con las diez coberturas preferidas por los clientes. Incluye daños por agua, incendio, responsabilidad civil, etc.

MM Hogar Segunda Vivienda está dirigido para cubrir su lugar de descanso con una gran cobertura de responsabilidad civil.



ISTOCK

MM Hogar Alquiler, dirigido tanto a inquilinos como a propietarios. En concreto, MM Hogar Alquiler Propietario ofrece cobertura por los gastos derivados de los conflictos judiciales que se puedan producir por el contrato de arrendamiento, como pueden ser los juicios de desahucio por falta de pago y la reclamación judicial al inquilino de las rentas no percibidas o por obras no consentidas.

MM Hogar Alquiler Inquilino, por su parte, cuenta con una garantía de protección jurídica que cubre los posibles conflictos contractuales con el arrendador, entre otras garantías.

‘La silla de pensar’

Para dar a conocer su nueva promoción, Mutua Madrileña ha creado una nueva campaña de publicidad, bajo el lema *La silla de pensar*, con varios anuncios que se difundirán a lo largo de los próximos meses en televisión, radio, prensa escrita y digital. Todos ellos invitan a la reflexión y a plantearse la opción de cambiar de otra compañía a Mutua Madrileña para beneficiarse de un ahorro en el coste de los seguros y de los numerosos servicios diferenciales que ofrece la compañía.

Seguros de vida riesgo para toda la familia

Contar con un seguro de vida es un respaldo que ofrece una gran tranquilidad a una familia y práctica que cuenta con una demanda creciente. En 2017, por ejemplo, los seguros de vida riesgo experimentaron un crecimiento del 2 por ciento en asegurados, hasta superar los 20 millones. Consciente de este interés creciente y siempre con el ánimo de ofrecer los mejores productos en las mejores condiciones, Mutua ha decidido también mejorar el precio de estos seguros para sus nuevos clientes.

La aseguradora cuenta con dos seguros en este segmento: Vida Familia y Vida Familia Plus. Ambos ofrecen cobertura económica no sólo en caso de fallecimiento del titular del seguro (habitualmente el cabeza de familia) sino también en caso de invalidez o enfermedad, lo que permitirá proteger a las personas que actualmente tiene a su cargo.

El Seguro Vida Familia es, en concreto, un seguro de vida con una cobertura básica de fallecimiento mínima de 30.000 euros. Se suscribe sin la necesidad de realizar pruebas médicas.

El Seguro Vida Familia Plus, por su parte, incluye coberturas tanto de fallecimiento como de invalidez. Se puede



suscribir por un capital mínimo de 30.000 euros y máximo de 500.000 euros. De forma adicional, ambos productos ofrecen la posibilidad de contratar de forma

opcional la cobertura de enfermedades graves, que anticipa hasta el 100% del capital en caso de sufrir enfermedades como un cáncer, infarto de miocardio o

accidente cerebro vascular.

De igual modo, al contratar estas pólizas, el asegurado adquiere de forma gratuita la Tarjeta SOY, que permite disfrutar de promociones exclusivas y de descuentos en numerosos establecimientos. Ambos seguros permiten el fraccionamiento de la póliza de forma mensual, trimestral o anual.

Los seguros de vida de Mutua Madrileña están especialmente pensados para familias. Su cobertura económica permitiría hacer frente a gastos por educación de los hijos (carreras universitarias, máster, cursos de posgrado...), manutención, atención sanitaria... en el caso de que uno de los miembros generadores de ingresos faltara.



PILAR GONZÁLEZ DE FRUTOS

Presidenta de Unespa

VIRGINIA M. ZAMARREÑO

Licenciada en Derecho e inspectora de Seguros del Estado, preside la patronal del seguro, Unespa, desde 2003. Antes fue directora general de Seguros entre 1997 y 2002. Hablamos con ella del futuro de las pensiones y del impulso que la patronal del sector asegurador está dando a las rentas vitalicias como el producto asegurador más adecuado para complementar las pensiones públicas de jubilación. La patronal del seguro ha publicado recientemente junto a Afi el informe *Soluciones para la jubilación.*

Naturaleza, ventajas, defensa y fomento de las rentas vitalicias en España, en el que se advierte de que las últimas reformas del sistema público, aprobadas en 2011 y en 2013, reducirán la pensión media en 350 euros mensuales para una persona que se jubile hoy a los 67 años.

¿Por qué apuesta Unespa por las rentas vitalicias?

Creemos que es el mejor producto para complementar las pensiones y, en ese sentido, nuestra tarea no solo es hacer negocio, que ya es suficientemente digno, sino además contribuir a crear una cultura financiera.

¿Cómo pueden los españoles compensar la futura caída de 350 euros mensuales de la pensión pública?

“Las pensiones públicas son imprescindibles, existen y van a existir siempre”

El cálculo está hecho con la legislación hoy vigente, con las medidas que se adoptaron en las reformas de 2011 y de 2013. En una proyección de sus efectos, para una persona de 67 años que se jubilase hoy y que va a tener una esperanza de vida de cobro de pensión de unos 22 años, el efecto combinado y anualizado llega a una pérdida mensual media de unos 350 euros. El problema que tenemos es que no ha habido suficiente información transparente hacia la sociedad para que esto ahora no nos sorprenda. Si lo que pretendemos es mantener nuestra capacidad de compra en función de la primera pensión, necesariamente vamos a tener que ahorrar para poder comprar una renta que al menos nos cubra esos 350 euros.

¿Se puede hacer?

Sí, se puede hacer porque ese ahorro ya lo tenemos. El Banco de España publica el balance financiero de las familias españolas, en el que se indica que el patrimonio medio de una familia española está en torno a 240.000 euros, mientras que para comprar esa renta de 350 euros, un ciudadano de 67 años necesitaría unos 63.000 euros. Por tanto, patrimonio hay, capacidad sí tenemos. Lo que tenemos es que difundirlo y poner en la mentalidad de los ahorradores que hay un producto que es el más complementario y flexible y les garantiza que van a tener una renta todo el tiempo que vivan. Además, cualquier elemento patrimonial se puede convertir a líquido y con eso comprar una renta vitalicia. En el caso de los mayores de 65 años existe un especial tratamiento fiscal que permite liberar de tributación cualquier incremento patrimonial o plusvalía que se produzca al hacer líquido un elemento patrimonial hasta un límite de 240.000 euros si se reinvierte en una renta vitalicia. Lo que necesitan las rentas es mayor difusión.

¿Existen productos alternativos, por ejemplo, las hipotecas inversas?

Son similares, pero tienen diferencias significativas. La hipoteca inversa es una hipoteca que se va constituyendo a base de pagos mensuales hasta que se alcanza un límite máximo en porcentaje sobre el precio de la vivienda que se hipoteca. Cuando se llega a ese límite, los pagos se suspenden. Una renta vitalicia no suspende nunca los pagos, llega hasta el final de nuestra vida, esa es una diferencia esencial, porque cuando más vamos a necesitarlo, justo en los últimos años, cuando más dificultades tenemos para valernos por nosotros mismos, otros productos no llegan, la renta vitalicia sí.



VMZ

“La hipoteca inversa no llega donde sí llegan las rentas vitalicias”

“Los sistemas complementarios son inocuos al riesgo demográfico”

“Lo que necesitan las rentas vitalicias es mayor difusión”

¿Qué papel juega el seguro en la sostenibilidad del sistema público?

Creo que lo primero que necesitamos es hacer un análisis global del sistema de pensiones. El sistema público es muy sensible al riesgo demográfico a medida que la población tiene mayor esperanza de vida, algo de lo que solo podemos alegrarnos, y los jóvenes que se incorporan al mercado laboral son muchos menos, hay una gran presión sobre el sistema de pensiones. En cambio, son poco sensibles al riesgo financiero. Por el contrario, los sistemas de pensiones complementarios son prácticamente inocuos al riesgo demográfico y tienen bastante sensibilidad al riesgo financiero.

Si colocamos todo el interés es un solo sitio, tendremos una gran exposición a ese riesgo. Si los combinamos, probablemente nuestra exposición a ambos riesgos es más limitada. Por eso, defendemos un planteamiento general donde entren las pensiones públicas. Son imprescindibles, existen y van a existir siempre, no hay por qué llegar a pensar que alguna generación no va a cobrar pensión pública, no es verdad. Una cosa distinta es qué nivel van a poder alcanzar. Y después están las pensiones complementarias. Ahí describiríamos un primer escalón, los sistemas de pensiones colectivos vinculados al mundo laboral, en el que en el sector asegurador, por experiencias de mercados internacionales, apostamos por sistemas de adscripción por defecto: los empresarios quedan obligados a proponer un sistema de ahorro complementario.

Y un tercer pilar, el del ahorro individual voluntario, en el que tener una información transparente de cuál puede ser la pensión pública también le va a ayudar a tomar sus decisiones de consumir hoy o de ahorrar hoy y consumir en el futuro.

¿Se puede importar algún modelo de otro país para solucionar el problema de las pensiones?

Hemos estudiado todos los sistemas de pensiones de nuestro entorno, en Europa y en el ámbito de la OCDE, cada uno de ellos tiene sus características propias y no hay ninguno que pueda ser directamente exportable, todos necesitan una adaptación a las circunstancias de nuestro país. Sinceramente, creo que de todos ellos tenemos muchísimos conocimientos y muchas experiencias que poder aclimatar a la sociedad española siempre y cuando exista auténtica voluntad de analizar este tema y exista suficiente transparencia con los ciudadanos en relación con los efectos que cada una de las soluciones genera.



ISTOCK

¿Si la sociedad tuviera información del importe de su pensión futura ahorraría mejor?

Yo sinceramente creo que sí. Es curioso, tenemos un doble efecto. En este tema, generalmente los que tienden a preocuparse son las personas mayores, incluso los que ya están jubilados y cobran una pensión y probablemente son las generaciones que no tienen que preocuparse tanto como los jóvenes, que están prácticamente ausentes de este debate. Creo que para todos nosotros, contar con esa información transparente nos va a permitir tomar decisiones informadas que de otra manera son meramente intuitivas y en las que la información es imprescindible.

Un trabajador de 60 años con más de 30 años cotizados, ¿debe preocuparse?

Tiene que ocuparse, pero no preocuparse. Primero porque todavía le quedan unos años de vida activa y tiene cierta capacidad de análisis y de

“El lenguaje del seguro hace que se generen barreras con la sociedad”

“El objetivo de ‘Estamos Seguros’ es ganar en transparencia”

ahorro para tomar la decisión de qué hacer con sus salario. Después tiene que decidir necesariamente cuál quiere que sea su nivel de vida durante la jubilación y adaptar a ese nivel de vida sus ahorros. Como va a estar, efectivamente, sujeto a una cierta erosión de su pensión a lo largo de los años que va a estar cobrándola, la recomendación es que compre una renta vitalicia que le permita completar esa erosión.

2017 ha sido un buen año para el seguro, ¿cómo esperan que sea 2018?

La actividad aseguradora depende bastante de cómo se comporte la actividad económica y en la medida en que las previsiones de crecimiento del PIB español son buenas -incluso hay instituciones internacionales que acaban de revisarlas al alza-, creemos que vamos a tener un comportamiento en 2018 equivalente al de 2017, con crecimientos en torno a un 3,5 ó 4 por ciento para las coberturas de riesgos del patrimonio; y un buen comportamiento del ahorro que el pasado año 2017 ha crecido un 3,21 por ciento y, probablemente, esa es una cifra a la que podemos aspirar también para 2018.

¿Qué le falta al seguro para que su utilidad y su necesidad cale en la sociedad?

Entre otras cosas creo que le faltaba poder hablar a la sociedad con palabras fácilmente entendibles. Por tradición histórica se había conformado un lenguaje muy especial para el mundo asegurador que hace que se generen ciertas barreras en relación con la sociedad. No tiene mucho sentido que nosotros hablemos de póliza pudiendo hablar de contrato, o de prima pudiendo hablar de precio. Nuestro objetivo es llegar más y que se nos entienda mejor en el ámbito de la sociedad.

¿Qué balance hace del primer año de ‘Estamos Seguros’?

El balance es muy bueno. Estamos muy satisfechos de cómo se ha comportado el proyecto. Nuestro objetivo fundamental era ganar en transparencia, llegar a la sociedad y mejorar el nivel de reputación que la sociedad nos otorgaba. Salimos con un 6,05, que no estaba mal, pero nuestro objetivo es la excelencia. Hemos continuado haciendo mediciones y en el primer año ya habíamos superado el 6,5, así es que nos hemos fijado nuevos objetivos para los próximos años y es una campaña que vamos a seguir abonando.



EL SEGURO OFRECE LA SOLUCIÓN AL PROBLEMA DE LAS PENSIONES

Con los pensionistas en pie de guerra, el sector asegurador está convencido de que las rentas vitalicias son la solución al problema presente y futuro del sistema público de pensiones. El ahorro para complementar la pensión pública existe, solo hay que hacerlo líquido

V.M.Z.

Con cerca de 9 millones de pensionistas descontentos, el Gobierno de Mariano Rajoy se enfrenta a uno de sus principales escollos en lo que va de legislatura. Las pensiones siempre han sido un arma arrojadiza política, una baza electoral que los dos partidos mayoritarios han sabido jugar para su beneficio. Tanto es así que, con el Pacto de Toledo prácticamente

Una de las protestas por las pensiones a las puertas del Congreso. EFE

anulado, el debate acerca de la sostenibilidad del sistema público de pensiones ha saltado a la calle, pero de forma abrupta, en forma de pensionistas indignados que claman por unas pensiones dignas.

La última reforma del sistema público de pensiones aprobada establecía un índice de revalorización de la pensión de un 0,25 por ciento anual, frente a su vinculación con el IPC, como sucedía antes. En los años de la crisis parecía una opción razonable pero, ahora, en plena recuperación económica y con los precios creciendo a un ritmo superior al 1 por ciento anual, la pérdida de poder adquisitivo de los pensionistas se hace evidente, especialmente para aquellos que reciben pensiones no contributivas.

Lo que los futuros pensionistas no saben -o no quieren saber- es que las reformas paramétricas aprobadas en los años 2011 y 2013 provocarán un descenso aún mayor de su futura capacidad de compra. En concreto, para una persona que se jubile hoy a los 67 años, aplicando estas reformas, la reducción será de 350 euros mensuales durante toda su vida de jubilado, que según las proyecciones de esperanza de vida serán unos 22 años, de acuerdo con las conclusiones del informe *Soluciones para la jubilación. Naturaleza, ventajas, defensa y fomento de las rentas vitalicias en España*, realizado por Afi para Unespa, la patronal del sector asegurador español.

Con estos datos en la mano, la necesidad de contar con una base de ahorro que complemente la pensión y permita compensar esta pérdida de poder adquisitivo es fundamental. En el informe, Afi propone el uso de las rentas vitalicias como la solución a este problema.

Ahorro en forma de vivienda

Una de las características propias de la sociedad española es el afán por tener una vivienda en propiedad. De acuerdo con los datos de la última edición de la *Encuesta Financiera de las Familias* elaborada por el Banco de España, más del 80 por ciento de los hogares españoles cuenta con una vivienda en propiedad. El patrimonio medio actual de los hogares cuya cabeza de familia es mayor de 65 años y ronda los 240.000 euros. Constituir una renta vitalicia que le permita compensar esa pérdida de poder adquisitivo de 350 euros mensuales supondría un coste de 63.000 euros, de acuerdo con los cálculos de Afi.

Tanto Pilar González de Frutos, presidenta de Unespa, como José Antonio Herce, profesor de Afi Escuela de Finanzas y codirector del estudio, señalaron durante la presentación del informe que las familias ya cuentan con los recursos suficientes para hacer frente al deterioro de las pensiones públicas, pero el ahorro acumulado está en forma de patrimonio y "las rentas



Pilar González de Frutos, presidenta de Unespa, durante la presentación del estudio.

PABLO MORENO



José Antonio Herce, profesor de Afi Escuela de Finanzas y codirector del estudio.

PABLO MORENO

1.611

Al cierre de 2017 las rentas vitalicias acumulaban un patrimonio de 1.611 millones de euros

vitalicias son la mejor manera de hacerlo líquido”.

En este sentido, no es necesario deshacerse de la vivienda habitual o de la residencia de vacaciones para constituir una renta vitalicia. Los recursos que se pueden destinar son muy variados, señalan los expertos, desde un depósito bancario a un fondo de inversión o acciones. También constituyen un activo susceptible de convertirse en una renta vitalicia derechos como traspasos de negocios y licencias. Su objetivo es que el pensionista sea capaz de mantener su nivel de vida en sus últimos años con el ahorro y el patrimonio que ha ido generando a lo largo de su vida activa, sin tener que renunciar a nada una vez retirado.

Unespa, la patronal del seguro, ha iniciado en 2018 una campaña activa para promocionar las bondades de las rentas vitalicias entre la población. Su presidenta nos explica en una entrevista -que puede leer en esta misma edición- que “creemos que es el mejor producto para complementar las

pensiones públicas y, en ese sentido, nuestra tarea no solo es hacer negocio, que ya es suficientemente digno, sino además contribuir a crear una cierta cultura financiera. Estamos convencidos de que las rentas vitalicias, siendo el mejor producto de ahorro para complementar la pensión pública, no es habitual que se encuentre en la mentalidad de los ahorradores cuando piensan qué hacer para su jubilación”.

A pesar de su falta de difusión, al cierre del pasado ejercicio, 17.754 personas mayores de 65 años transformaron el dinero logrado con la venta de algún elemento patrimonial “en una fuente garantizada de ingresos de por vida”, es decir, una renta vitalicia. Estos productos financieros acumulan un volumen de ahorro bajo gestión de 1.611 millones de euros.

Una de sus principales ventajas -y el gancho del que el seguro quiere colgar su apuesta por este tipo de seguros de vida- es el tratamiento fiscal beneficioso que tienen. Según la normativa del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF), las ganancias patrimoniales -plusvalías- realizadas en la transmisión de elementos patrimoniales -hasta un límite de 240.000 euros- están exentas de tributación siempre que se dediquen íntegramente a la adquisición de una renta vitalicia, el titular de dicho patrimonio tenga 65 o más años y dicha renta se adquiera en su favor. Además, el tratamiento fiscal de la renta mensual una vez que se comienza a percibir es muy beneficioso y se calcula en función de la edad del titular.

Otro de sus puntos fuertes es que la renta es para toda la vida, nunca se suspende el pago, el ahorrador recibirá mensualmente la renta contratada sin interrupción, hasta el último de sus días. Otros productos similares, como las hipotecas inversas, no logran ese objetivo y puede ser que el titular de la hipoteca inversa sobreviva al producto, con los perjuicios que eso implica para el propio jubilado y para su familia.

Más información para ahorrar mejor

La Seguridad Social cerró el pasado ejercicio con un déficit de 18.800 millones de euros, que corresponde al 1,61 por ciento del PIB. Esta es la cifra registrada más elevada de la historia, que se verá superada previsiblemente cuando comiencen a jubilarse los nacidos en los años del *baby boom*. La solución para garantizar la sostenibilidad de las pensiones a corto-medio plazo es aumentar los ingresos del sistema, algo que el gobernador del Banco de España, Luis María Linde, ha señalado recientemente que la forma más rápida de hacerlo sería a través del mercado laboral. Cuantos más trabajadores en activo tenga la Seguridad Social, mayor volumen de ingresos



Luis María Linde, gobernador del Banco de España, en una de sus últimas intervenciones públicas. EFE

Las pensiones perderán unos 350 euros mensuales con las últimas reformas aprobadas

provenirá de las cotizaciones sociales.

Pero a largo plazo, las tendencias demográficas amenazan con minar la estabilidad del sistema de reparto. A medida que aumenta la esperanza de vida y cada vez se incorporan menos jóvenes al mercado laboral, poder mantener el ritmo actual de las pensiones parece complicado. Tanto el sector privado como las Administraciones Públicas están de acuerdo en que las pensiones públicas están y estarán garantizadas, pero serán mucho menores de lo que la sociedad espera. Por eso, el sector asegurador considera imprescindible que la sociedad conozca el importe estimado de su pensión, para que pueda tomar decisiones informadas de qué hacer con su salario, “si consumirlo todo hoy, o ahorrar para poder consumir en el futuro”, señala Pilar González de Frutos. Las rentas vitalicias podrían ayudar a evitar que la pérdida de poder adquisitivo de los pensionistas a largo plazo provoquen una caída del empleo anual del 1,5 por ciento y una caída similar del PIB.



GETTY

LA RESPUESTA DE REALE PARA COMPLEMENTAR LA PENSIÓN

Reale Seguros refuerza su oferta de seguros de vida ahorro para ayudar a los ahorradores a complementar su pensión de jubilación futura sin tener que renunciar a las necesidades del presente con una gama de productos flexibles y completos que se adaptan a las necesidades de cada perfil de asegurado

ELECONOMISTA SEGUROS

En un entorno en el que las previsiones sobre el futuro de las pensiones públicas no son muy optimistas, estamos recibiendo mensajes que, por un lado, instan a la recuperación anticipada del ahorro a largo plazo -como la nueva normativa aprobada recientemente que permitirá a los partícipes retirar a partir de 2025 las aportaciones con una antigüedad de al menos diez años-, mientras que, por otro, desde el Gobierno se nos pide “ahorro para complementar sus pensiones y educación”.

Desde el punto de vista del ahorrador, combinar la preparación para el futuro con las necesidades de liquidez a medio plazo es posible si se canaliza el ahorro disponible a través de productos que cubran distintos horizontes temporales y que además tengan

flexibilidad suficiente para poder adaptarse a las circunstancias económicas cambiantes durante su ciclo de vida.

En base a estas premisas, Reale Seguros ha diseñado su oferta de Vida Ahorro: “una gama de productos sencillos, fáciles de entender por el cliente y de ser explicados por el mediador que, gracias a su transparencia y a su constante actualización, se posicionan como la solución perfecta para aquellos clientes con perfiles conservadores que buscan, por encima de todo, la confianza de saber que sus ahorros están garantizados”.

La compañía que en España dirige Ignacio Mariscal explica que esto es posible gracias a una estructura basada en el tipo de interés garantizado más la participación en beneficios, denominador común de todo el catálogo de productos de Reale. Uno de ellos es *Reale Ahorro Futuro Protegido*, enfocado a clientes que quieren disciplinar su ahorro a largo plazo obteniendo rentabilidad asegurada y sabiendo que pueden rescatar parcial o totalmente transcurrido el primer año, siempre con la garantía de recuperar como mínimo las primas pagadas. Si además se quiere añadir el factor “incentivo fiscal”, encontramos *Reale PIAS Futuro Protegido*, solución que permite constituir una renta para el futuro, cuya duración se puede personalizar por el cliente con un mínimo de cinco años -para poder beneficiarse de las ventajas fiscales- o *Reale SIALP Bienestar Futuro*, mediante el que el cliente podrá construir un capital para destinar a diversos objetivos y además podrá obtener liquidez en caso de necesidad.

La propuesta la completa por el momento *Reale PPA Bienestar Futuro*, producto con “visión complemento pensión de jubilación” que permite deducirse las aportaciones realizadas anualmente en el IRPF, con los límites correspondientes según establece la normativa vigente.

Mediante esta oferta de Vida Ahorro, una vez analizadas las necesidades de sus clientes, los mediadores de Reale cuentan con las herramientas necesarias para proporcionarles vehículos que posibiliten conseguir sus objetivos de ahorro a medio y largo plazo, “construyendo una base sólida para afrontar con más comodidad su vida tras la jubilación, sin renunciar a la liquidez cuando sea necesaria”.

AHORRO E INVERSIÓN

HELVETIA RENUEVA SU SEGURO DE VIDA RIESGO

‘Helvetia Vida Segura’ permite al asegurado seleccionar las coberturas que más se adapten a sus necesidades para confeccionar una póliza a medida

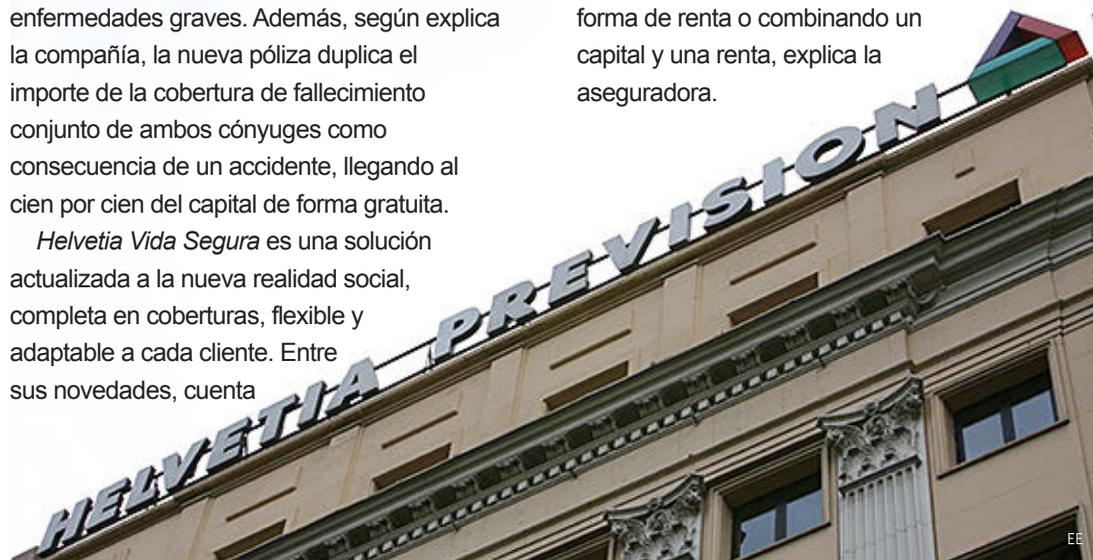
REDACCIÓN

Helvetia Seguros acaba de lanzar al mercado *Helvetia Vida Segura*, su nuevo producto de vida riesgo, con el objetivo de garantizar la máxima protección del asegurado y su familia en caso de fallecimiento o invalidez. El nuevo producto supone “una profunda actualización y renovación con respecto al anterior”, pues incluye un amplio abanico de coberturas y garantías no solo en caso de fallecimiento, sino también en supuestos de invalidez absoluta, profesional, incapacidad temporal y enfermedades graves. Además, según explica la compañía, la nueva póliza duplica el importe de la cobertura de fallecimiento conjunto de ambos cónyuges como consecuencia de un accidente, llegando al cien por cien del capital de forma gratuita.

Helvetia Vida Segura es una solución actualizada a la nueva realidad social, completa en coberturas, flexible y adaptable a cada cliente. Entre sus novedades, cuenta

con un sistema de teleselección que permite al cliente acceder a una oferta totalmente personalizada. Basta cumplimentar un breve cuestionario digital que puede ser completado con una entrevista telefónica guiada por un médico especialista.

El nuevo producto de Helvetia también incluye la cobertura de invalidez profesional para ciertas actividades, antes solo disponible en seguros colectivos. También se amplían las opciones de cobro de la prestación, sumando al capital la posibilidad de percepción en forma de renta o combinando un capital y una renta, explica la aseguradora.



UNIÓN ALCOYANA Y EXPERTIA

ACUERDO PARA LANZAR UN NUEVO SEGURO

Ambas entidades han firmado un acuerdo de distribución con el lanzamiento de un seguro de decesos

REDACCIÓN

Expertia Seguros, filial del Grupo Preventiva, y Unión Alcoyana Seguros han firmado un acuerdo de distribución para la comercialización de un producto de decesos desarrollado específicamente para la red de mediación de Unión Alcoyana. *Unión Decesos* “permitirá a la red agencial de Unión Alcoyana disponer de un producto de alto valor en la fidelización de sus clientes, con la garantía de la prestación que asegura Expertia, filial de Preventiva Seguros”. La presentación del acuerdo ha tenido lugar en la sede central de

Unión Alcoyana. En el acto han participado el consejero delegado de Unión Alcoyana, Enrique Rico Ferrer, y el presidente de Preventiva Seguros, Antonio Fernandez-Huerta. La alianza ha sido rubricada por Enrique Jorge Rico, director general de Unión Alcoyana, y por José M^a Martín, director comercial y de desarrollo estratégico del Grupo Preventiva Seguros.

Con el lema *La tranquilidad de estar seguro* y conscientes de las particularidades de cada tipo de persona, el objetivo de Unión Decesos, el seguro desarrollado por Expertia para Unión Alcoyana es “dar respaldo a los clientes de la compañía y ofrecerles la tranquilidad de dejarlo todo bien atado, el día de mañana”. Se trata de un seguro “que permite a las familias evitar gestiones incómodas, en un momento tan delicado como es la pérdida de un ser querido”. Unión Decesos cubre el servicio fúnebre completo y se ocupa de todos los trámites legales y burocráticos con los distintos organismos, y, además, “ofrece coberturas pensadas para diferentes etapas y situaciones de la vida”.

UN CÓDIGO IMPRESCINDIBLE PARA LA OPERATIVA FINANCIERA

Con el fin de mejorar la gestión de los riesgos financieros recientemente ha entrado en vigor el Código LEI, un registro que ayuda a identificar a las personas jurídicas que participan en transacciones financieras y a mejorar la gestión de los riesgos. Todas las empresas que participan en el comercio de derivados necesitan este código

D.F.T.

Con la llegada del 2018 se ha producido un cambio relevante en el mundo empresarial. El 3 de enero concluyó el plazo para que todas las sociedades y personas jurídicas cuenten con un código LEI en caso de que se pretenda vender o comprar acciones o deuda.

LEI es el acrónimo en inglés de Identificador de Entidad Jurídica, un código global y único de acuerdo con la normativa europea y basado en el estándar ISO 17442. Su objetivo es identificar a las personas jurídicas que participan en transacciones financieras y ayudar a cumplir con los requisitos de información en los mercados de finanzas con el fin de que los reguladores conozcan mejor los posibles riesgos que existan. El objetivo final, por lo tanto, es mejorar la gestión de los riesgos financieros. La Fundación Global LEI, nacida en 2014, es la que ha creado este sistema, que está supervisado por el Regulatory Oversight Committee (ROC).

Los intermediarios financieros no pueden ejecutar las operaciones instruidas por aquellos clientes que sean susceptibles de obtener un LEI y no se lo hayan facilitado. Todas las empresas, por lo tanto, que participan en el comercio de derivados necesitan un LEI. Pueden ser bancos o compañías financieras, entidades que coticen en bolsa o comercien o emitan acciones y deuda, medios de inversión, comunidades de bienes... Hay que resaltar, eso sí, que por el momento ni a las personas físicas ni a las sucursales se les

puede asignar este código.

El formato del LEI consta de 20 caracteres alfanuméricos, que en España están encabezados por el prefijo 9598. En cada registro LEI deben quedar reflejados numerosos datos: el nombre oficial, el domicilio legal, el real y la categoría de la entidad; su país o región de jurisdicción legal; su forma social; el número en el registro de entidades y el nombre del mismo; el código LEI del LOU (*Local Operating Unit*) responsable del registro; las fechas de registro inicial y de la última actualización del LEI; y los datos de relación directa y última de la entidad.

En España el LOU Acreditado es el Colegio de Registradores de la Propiedad, Mercantiles y Bienes Muebles de España (Corpme), por lo que quienes deban solicitar el LEI deben hacerlo en la web www.justicia.lei.registradores.org y luego esperar a recibir la aprobación de su solicitud, que debería producirse en un breve espacio de tiempo.

Por supuesto, cualquiera no puede realizar la solicitud del LEI, sino que debe ser o bien un representante legal de la sociedad interesada con facultades para ello o una tercera entidad autorizada, como puede ser un banco.

Es importante destacar que el código LEI tiene una validez de un año, por lo que deberá renovarse cada 365 días y será obligación de la entidad interesada solicitar su renovación. En la actualidad su emisión inicial tiene un coste de 128,36 euros y cada renovación anual cuesta 67,86 euros.



OPERACIONES CORPORATIVAS

AXA ADQUIERE XL GROUP POR 12.400 MILLONES DE EUROS

La fusión de ambos grupos aseguradores dará lugar al mayor grupo de seguros generales, con un volumen de primas conjunto estimado de 48.000 millones

REDACCIÓN

El grupo asegurador francés Axa ha anunciado recientemente que ha alcanzado un acuerdo para la compra del 100 por ciento del capital del grupo asegurador estadounidense Group por 12.400 millones de euros. El acuerdo de fusión ha sido ratificado por los consejos de administración de ambas compañías.

La operación creará el mayor grupo asegurador de no vida, con un volumen de primas conjunto en el ramo de seguros generales de cerca de 48.000 millones de euros. Los accionistas de XL Group recibirán 46,77 euros por acción, con una prima del 33 por ciento sobre el precio de las acciones al cierre de mercado del pasado viernes 2 de marzo, explica Axa en un comunicado.

La operación debe ser aún autorizada por los accionistas de XL Group, así como por las autoridades aseguradoras y de competencia. Axa espera que la operación se cierre a lo largo del segundo semestre del año.

Thomas Buberl, CEO de Axa, ha señalado que la compra de XL Group supone “una oportunidad estratégica y única”. La operación permitirá al grupo asegurador



REUTERS

francés “convertimos en el primer asegurador global de líneas comerciales de No Vida por primas brutas emitidas”. Para el CEO de XL Group, Mike McGavick, la fusión con Axa supone “una oportunidad inigualable para acelerar nuestra estrategia con una nueva fuerza y dimensión”.



EE

RSC

MÁS AYUDA PARA CRUZ ROJA EN 2018

Fundación Aon España seguirá colaborando con el Fondo de Emergencia de Cruz Roja Española

REDACCIÓN

La Fundación Aon España ha firmado recientemente un nuevo acuerdo con Cruz Roja Española para renovar la colaboración anual con el Fondo de Emergencia de que dispone la entidad para hacer frente desde el primer momento a las catástrofes de diferente índole que ocurran en territorio español.

Además de la realización de aportaciones económicas al Fondo de Emergencias por parte de la Fundación Aon España, este acuerdo engloba otras actividades de colaboración entre las que se encuentran

acciones de voluntariado, la difusión de campañas de sensibilización de Cruz Roja Española o la participación en el Programa de Empleo de Cruz Roja Española dirigido a los colectivos más vulnerables, así como en el resto de campañas y proyectos que ponga en marcha Cruz Roja Española, explica Fundación Aon España a través de un comunicado.

Pedro Tomey, director general de la Fundación Aon España, ha afirmado que “la colaboración de Fundación Aon España con Cruz Roja Española que iniciamos hace tres años es estable y será duradera en el tiempo. Este convenio para 2018 reafirma nuestra voluntad de contribuir a la sostenibilidad del ejemplar Sistema de Emergencias de la Cruz Roja que tanta seguridad y amparo nos aporta a todos los ciudadanos en situaciones de emergencia y catástrofes”.

La Fundación Aon España tiene como objetivo “contribuir a hacer una sociedad mejor, diseñando y participando en proyectos en tres áreas: catástrofes, acción social, y arte y cultura”.

DAVID COMAS

Cocinero. Dirige y gestiona La Posada El Foro en Rueda, Valladolid

V. M. Z.

David Comas entró en una cocina a los 17 años, en el Restaurante Arce, propiedad de un amigo de la familia. Allí aprendió a amar su profesión. Su carrera como empresario comenzó en 2000, con una empresa de catering. Dos años después abre su primer restaurante, Restaurante Vianda, en Becerril de la Sierra. En 2013, una bodega de la Denominación de Origen Rueda le encarga crear y gestionar la oferta gastronómica de su negocio de enoturismo. El pasado 1 de diciembre, David se lanza a gestionar y dirigir un establecimiento tradicional con posada, restaurante y cafetería con una parrilla de carbón. La Posada El Foro está en la Calle Real, 13, de Rueda.

En los últimos años se ha disparado la afición a la gastronomía en España gracias a diversos programas de televisión. ¿Se nota en la exigencia de los clientes que acuden al restaurante?

Además de estos programas, que es posible que hayan ayudado a incrementar la afición por la gastronomía, no podemos olvidar la excepcional cocina que desde hace tiempo se hace en España, con grandes reconocimientos internacionales. Gracias a ellos, el interés por la gastronomía ha ido en aumento. Para mí, lo más importante es la cocina tradicional, a veces olvidada, aquella que funciona en base al recuerdo de



“Para mí, lo más importante es la cocina tradicional”

“En La Posada El Foro intentamos ofrecer algo diferente”

nuestra cocina tradicional, tanto familiar como histórica, aquella que se ha hecho en pequeñas casas de comidas y posadas, y que nos han ayudado a entender lo que es la cocina y el espíritu de sacrificio y superación diario, no solo para mantener la tradición sino también para el mantenimiento del negocio. Con respecto a la exigencia de los clientes, no sé si estos programas han incrementado sus exigencias, de lo que sí estoy convencido es de que hacer una comida sencilla, pero con cariño, cuidando los detalles en el servicio y ofrecer una atención familiar y cercana ayuda a que el cliente reconozca el trabajo bien hecho en una profesión dura y muy exigente.

Gracias a estos programas, se han puesto de moda las profesiones relacionadas con la cocina. ¿Cómo es el día a día de un cocinero?

“La pasión es la realización de un sueño, en mi caso, desde muy joven, la cocina”

La mayoría de la gente piensa que nuestra profesión es fácil, pero cada día es como un gran examen en el que 40 ó 50 personas nos ponen a prueba. Mis días empiezan pronto, a las siete y media de la mañana ya estamos con el servicio de desayunos, al público diario y a los huéspedes de nuestra posada. La mañana pasa rápido, entre visitas de los diferentes proveedores y la preparación de los menús y la carta el tiempo se pasa volando.

¿Qué ofrece La Posada El Foro?

La oferta gastronómica en la zona de Rueda es muy básica, nosotros intentamos ofrecer algo diferente, cuidando tanto las presentaciones como el producto de temporada.

¿Qué plato no debemos dejar de degustar en su restaurante?

Cualquier pescado o carne a la parrilla de carbón de encina.

¿Qué es la pasión para usted?

La realización de un sueño desde muy joven, la cocina.

“Cada día es un examen, 40 ó 50 personas nos ponen a prueba”

“La tortilla de patatas de mi abuela Lola es un referente para mí”

¿Y el riesgo? ¿Cómo se protege de él?

Un contratiempo siempre es posible y más en esta profesión. Es fundamental la opinión de las personas, más hoy en día, ya que pueden condicionar la viabilidad del negocio, por muy importante que sea tu implicación tanto personal como profesional. Si hablamos de riesgo profesional, la formación es muy importante para disminuirlo, además de rodearse de personas profesionales y con un elevado grado de implicación. Cierta riesgo económico imagino que también puede reducirse de una manera importante contratando alguna póliza de seguro que cubra tanto el riesgo patrimonial como el riesgo que pueda derivarse de la propia actividad.

¿Cuál es su plato preferido?

Prefiero referirme a un ingrediente que tanto nos ha dado y es de los menos valorados en la cocina: la patata. Creo que por sí sola es ya un plato, con ella se pueden preparar infinidad de recetas y te salva de cualquier apuro en la cocina. De todas sus posibilidades me quedaría con la tortilla de patatas que hacia mi abuela Lola, un referente para mí.

helvetia.es

Hijos.

Futuro.



Todo previsto.

simple. claro. helvetia 
Tu aseguradora suiza

EL CICLOTURISMO CONQUISTA LAS CALLES

La práctica del ciclismo es habitual en España, pero la mayoría de las personas continúan dándole a la bicicleta un uso meramente deportivo. ¿Qué hay respecto a la creación de una verdadera cultura de la bicicleta? Que todavía falta mucho camino por recorrer para equipararnos a otros países de Europa. Iniciativas como el cicloturismo pueden ayudar a ello. Profundizamos en esta actividad que mezcla el deporte con la naturaleza y el viaje

DIEGO FERNÁNDEZ TORREALBA

El ciclismo siempre ha sido un deporte con mucha afición en nuestro país, pero en la mayoría de los casos por la televisión y desde el sofá. Sin embargo, las últimas décadas han traído consigo un cambio y cada vez son más las personas que

practican ciclismo, las que han cambiado el sofá por la carretera y la televisión por la bicicleta. Las ciudades españolas, y por supuesto las zonas rurales, cada vez cuentan con más terrenos habilitados para el disfrute de este deporte.

Puede decirse que la práctica deportiva del ciclismo cuenta ya con un importante tirón en España, pero ¿qué hay del uso de la bici como un modo de vida? ¿De su utilización para ir a comprar el pan, para ir a realizar trámites o para conocer una ciudad sobre dos ruedas?



Parece que en ese sentido, aunque se avance poco a poco, queda mucho camino por recorrer. Aún falta bastante para que en España haya una auténtica cultura de bici como existe en muchos países del centro o del norte de Europa (Alemania, Holanda, Dinamarca, Suecia, Noruega...). Que se conciba para otras cosas que no sean hacer deporte y volver a casa.

Esa es la apreciación de José Luís Junquera, presidente de la FECT, la Federación Española de Cicloturismo. “En España hay afición al ciclismo, pero no hay cultura de la bicicleta y sin ella no se dan los condicionantes necesarios para que la bicicleta pueda alcanzar su estatus dentro de un mundo excesivamente motorizado. Desde la revolución industrial, en este país siempre se ha considerado de forma errónea a la bici como el vehículo de los pobres y ha calado en la sociedad como algo negativo. Afortunadamente esta tendencia parece que empieza a remitir y somos algo más inteligentes”.

Para Junquera, el cambio pasa, ante todo, por “tener mucha paciencia y trabajar en pos de crear cultura de la bicicleta. Sentirnos seguros cuando la utilizamos, saber que los que están a nuestro lado son como nosotros, y para ello la educación y el respeto son los pilares fundamentales. Nos falta todo, lo primero creer en ello”.

¿Qué es el cicloturismo?

En la creación de esa cultura de bici que demanda el presidente de la FECT cobra gran importancia la consolidación, aún lejana, del cicloturismo, un concepto que podría definirse como “toda aquella actividad que se desarrolla utilizando la bicicleta sin ánimo competitivo dando prioridad al turismo, a la cultura, al ocio y la salud. Para la federación son actividades cicloturistas las que se realizan enfocadas a recorrer, conocer, descubrir, saborear paisajes, ciudades, culturas, gastronomía... utilizando la bicicleta como medio de locomoción”. En definitiva: deporte, naturaleza y viaje, junto con el respeto al medio ambiente y a los demás.

Es cierto que el uso de la bici se ha popularizado, y mucho, aunque la federación realiza una apreciación al respecto: “Nos gusta recalcar este concepto porque, por definición,



ISTOCK

ciclista es aquella persona que utiliza una bicicleta, pero nosotros vamos un poquito más adelante y entendemos que se debería diferenciar entre usuarios de la bicicleta y ciclistas. Todo ello sin que ninguno de los dos conceptos se deba considerar ni peyorativo ni de menor rango; simplemente son conceptos diferentes en cuanto al uso de la bicicleta, la velocidad, la exigencia deportiva, preparación, entrenamientos, etcétera”.

Para Junquera, “factores como la crisis y el paro han influido notablemente en el incremento de usuarios: más tiempo libre que se encauza hacia el ciclismo y menor uso del coche por razones económicas”. Además, “obviamente la creación de vías alternativas ha supuesto un incremento en la seguridad vial que facilita el uso de la bicicleta”.

El presidente de la FECT opina además que la consolidación definitiva del cicloturismo tendría un impacto muy beneficioso en España, y lo argumenta: Por el momento, proporcionalmente

somos muy poquitos los que creemos en la dimensión de lo que significa en materia económica para un país que por sus características de clima, orografía y estabilidad podría llegar a ser un referente universal, y que podría hacer de esta actividad una de sus principales fuentes de ingresos”. Para Junquera, “el enorme desconocimiento que se tiene nos hace pensar que el cicloturista es una persona que apenas gasta dinero y siempre está de paso pero nada más lejos de la realidad, es el goteo diario lo que le hace inmenso. No sabemos valorar que gota a gota se llena la botella y despreciamos una realidad que en otros países con menos atractivo les proporciona unos recursos económicos muy interesantes”.

A esto también hay que añadir que “el cicloturista es una persona muy interesante para el sector hostelero ya que sus estancias son normalmente muy tranquilas: llegar, comer, descansar y continuar el camino sin generar conflictividad de ningún tipo”. Sin embargo, el presidente de la FECT no es muy optimista ya que considera que “estos conceptos desgraciadamente nunca llegan a quienes tienen que tomar decisiones trascendentales para su implantación”.

Respeto al medio ambiente

El respeto al medio ambiente por parte de todos es otra de las asignaturas pendientes del cicloturismo nacional, en opinión del responsable de la federación: “Hay de todo. Es cierto que no son todos los cicloturistas; todo lo contrario, son unos pocos que no respetan nada ni a nadie y que por desgracia son los que más se dejan ver perjudicando a todo el colectivo. Por esta razón nos encontramos con leyes totalmente descabelladas y que en nada favorecen el uso de la bicicleta”.

Y como por encima de todo esta es una revista destinada a los seguros no podemos dejar de citar cuáles son adecuados para la realización de esta actividad: “Obligatorios no hay ninguno, aunque son recomendables la responsabilidad civil y la asistencia sanitaria. Como seguros adicionales hay una serie de servicios que pueden complementar muy bien las necesidades de cualquier cicloturista. Pero el mejor seguro es aquel que no tienes que utilizar nunca”.

EL VEHÍCULO ELÉCTRICO CONQUISTA EL ESPACIO

Space X lanzó a principios de febrero con éxito su cohete 'Falcon Heavy' para poner un Tesla en órbita, pero este no es el primer vehículo que ha viajado al espacio

ANTONIO FAJARDO

A principios del mes de febrero ocurrió un hecho bastante peculiar y que seguro que muchos de ustedes habrán visto en las noticias. El 6 de febrero, alrededor de las 9 de la noche, despegó por primera vez un nuevo cohete llamado *Falcon Heavy*, un cohete destinado a abaratar los costes de transportar cargas al espacio -mediante la reutilización de partes del cohete que vuelven y aterrizan de manera autónoma en vez de estrellarse en el océano-.

El caso es que, para el primer vuelo de cualquier cohete se usan cargas ficticias, suelen ser sacos de arena, bloques de cemento, etc., con sensores, que simulan lo que sería una carga normal para ese cohete. En este caso, y como un gran método de publicidad, el

cohete llevaba a bordo un Tesla *Roadster*, con la diferencia de que éste era el del propio dueño de la compañía. Una carga como esta era a partes iguales tan inútil como llamativa, y consiguió su objetivo de llamar la atención de todo el mundo.

El lanzamiento fue un éxito y, una vez en el espacio, pudimos contemplar, mediante unas cámaras colocadas alrededor del coche, al Tesla Roadster orbitando la tierra con un maniquí -apodado *Starman*- en el asiento del piloto y la tierra reflejada en la pintura rojo cereza o directamente visible -según la cámara-, dejando a todo el mundo embobado con las imágenes.

La órbita del Tesla le llevará hasta 266 millones de kilómetros (1,7 UA) del Sol, entre Marte y el cinturón de asteroides que está tras él, para



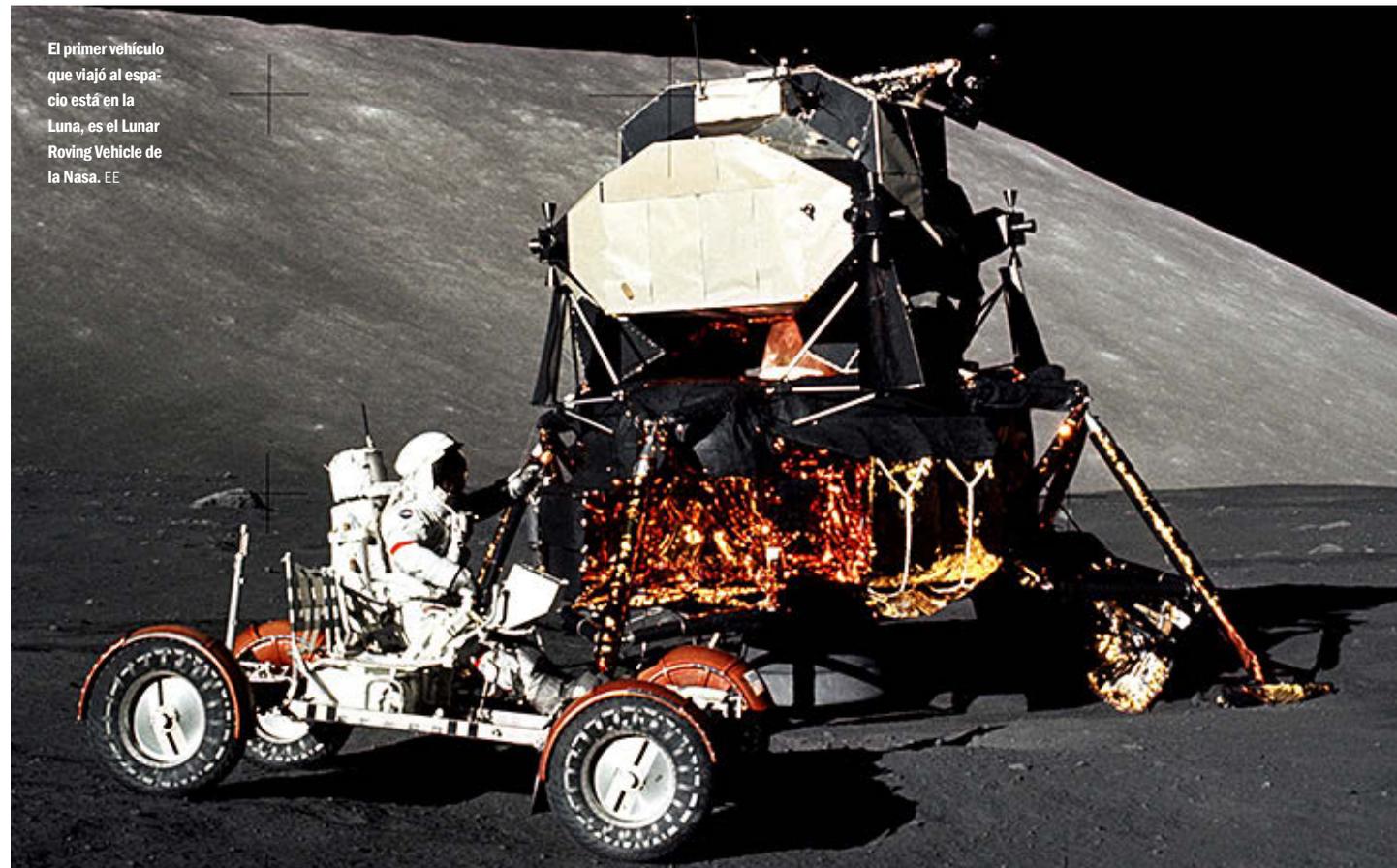
volver hacia la órbita terrestre en un ciclo de un año y medio aproximadamente. Pero tranquilos, no caerá ni en Marte ni en la Tierra.

Y ahora que el coche estará surcando los cielos por miles de años, muchos nos preguntamos qué será de él. El espacio es un lugar peligroso, con mucha radiación y muchas partículas que, aunque son muy pequeñas, viajan muy rápido. Para empezar, el coche no ha sido tratado para aguantar las inclemencias del espacio, por lo que lo primero que se degradará serán todas las gomas y el cuero, al ser materiales orgánicos -con átomos de carbono-.

Es probable que para cuando usted lea esto ya no quede mucho de esas partes, incluso de aquellas que están más cubiertas. Hasta los componentes hechos de fibra de carbono sufrirán con la radiación y acabarán desintegrándose en un año o dos. Al final, lo que quedará será la estructura de aluminio y otros metales. Incluso la pintura irá desapareciendo por efecto de la radiación y del viento solar, un flujo constante de pequeñas, pero muy veloces partículas que irán impactando en el Tesla. Como se puede ver, su futuro no es muy halagüeño, pero ha cumplido su objetivo con creces.

Y alguno se preguntará que por qué no he dicho que es el primer coche en viajar al espacio. Pues porque no lo es. De hecho, no es ni el primer coche eléctrico en hacerlo. Ese honor lo tiene el Lunar Roving Vehicle de la Nasa enviado a la Luna en las misiones Apolo 15-16-17, entre 1971 y 1972.

Se trataba de un vehículo eléctrico de 621 kg con autonomía para 78 horas, a una velocidad media de 3-4 Km/h y una velocidad máxima de 14 Km/h, aunque la mayor velocidad que alcanzó fue de 11 Km/h. Podía llevar hasta dos astronautas junto con equipo y muestras de suelo lunar. Estos vehículos -que se quedaron en la superficie lunar-, a diferencia del Tesla, estaban preparados para aguantar la radiación del espacio, por lo que su estado debe ser aún bastante bueno. Además, a eso tenemos que sumar que la Luna protege de la radiación durante la noche lunar -dos semanas-, y que al no haber atmósfera casi no tendrán suciedad extra -existe cierto polvo en suspensión debido a cargas electrostáticas, pero



El primer vehículo que viajó al espacio está en la Luna, es el Lunar Roving Vehicle de la Nasa. EE

muy poco y de pocos centímetros de altura-. Es posible que en un futuro no muy lejano podamos ir a visitar estos Rover lunares como parte de nuestras vacaciones de verano, e incluso llegar a poder conducir sobre la superficie de la luna. ¿Bastará el carnet internacional para ello?

Me resulta interesante la idea de imaginar coches orientados a la conducción en otros planetas, y a grandes marcas haciendo presentaciones con todos los retos tecnológicos que habrán afrontado y resuelto, y la pesadilla que será para la logística, la fabricación y transporte de los mismos.

¿Existirán en el futuro seguros de coche interplanetarios, que te cubran según qué cláusulas, dependiendo del planeta?

¿Será rutinario llevar un coche de un planeta a otro como el que lo carga en un ferry y cruza el Atlántico? Hace cien años no pensábamos que podríamos llevar coches de una parte a otra del planeta de una forma tan fácil y rápida, pero hoy se ha convertido en algo rutinario.

El sueño de ver coches surcando los cielos es algo que se nos ha pasado por la cabeza a todos, y el lanzamiento del *Falcon Heavy* con el *Tesla Roadster* nos ha hecho imaginarnos aún más cercano ese futuro tan prometedor. De momento nos conformaremos con aprovechar la llegada del buen tiempo y, aquellos que puedan, para conducir con la capota bajada en un soleado día por una carretera de montaña.

ASEGURAR EL FUTURO DE LOS QUE MENOS TIENEN

¿Por qué no aprovechar la experiencia y el conocimiento? Y, ¿por qué no crear un producto tan valioso como un seguro y hacerlo accesible a todos, especialmente pensado para aquellos que menos tienen?

CARMEN LANCHO

Un pequeño gesto puede suponer mucho para muchas personas, sobre todo para quienes menos tienen. Ese pequeño gesto se llama microseguro. Se trata de un tipo de seguro “diseñado para la protección de los distintos riesgos a los que se ven expuestos colectivos de escasos recursos, en su actividad diaria y en sus distintas fuentes de ingresos”, tal y como describe la ONG de Cooperación para el Desarrollo, Fundación Codespa. Por este motivo las primas son muy bajas y son productos más comunes en países en desarrollo.

Según el Banco Mundial, la creación de estos productos atiende a una estrategia para la gestión de riesgos, ya que unos 4.000 millones de personas en el mundo “carecen de cualquier tipo de protección en materia de seguridad social”. Las personas con menos recursos económicos hacen frente a los mismos riesgos que cualquier otro grupo de la población, solo que sus efectos tienen mayores consecuencias financieras y son más frecuentes, señalan desde el organismo internacional.

Entre los riesgos más habituales están “una defunción, las enfermedades y lesiones, pérdidas patrimoniales por robo o incendio, y los desastres naturales”. Por este motivo, el microseguro, además, suele ir combinado con algún otro servicio financiero como préstamos -micropréstamo- de emergencia o planes de ahorro flexibles.

Es en este tipo de situaciones donde se ve la importancia de estar protegido con algún tipo de cobertura formal. Desde hace ya unos años, Fundación Codespa trabaja en el desarrollo de estos productos, ya que los consideran una herramienta capaz de ayudar a reducir la brecha de la pobreza ofreciendo a muchas familias la posibilidad de disponer de un pequeño colchón financiero, que supone “la diferencia entre perpetuar su nivel de pobreza o salir adelante pese a las adversidades”, destacan.

En este sentido, Fundación Codespa ha conseguido recibir apoyo por parte de distintas aseguradoras como es el caso de DKV Seguros, con quienes han impulsado un programa de microseguros médicos en República Dominicana, donde apenas el 50 por ciento de la población tiene acceso a servicios de salud pública.

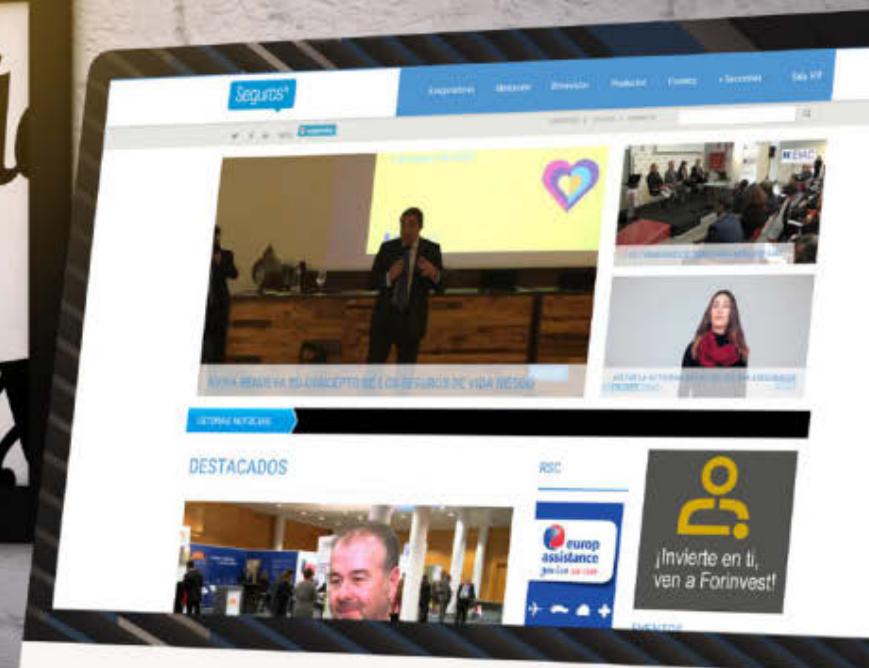
Esta Fundación también ha desarrollado con Banco Adopem un *Microseguro 3x1* para familias de escasos recursos que, en su mayoría, desarrollan alguna actividad en el sector microempresarial, dentro del ámbito de la economía informal, en el sur de República Dominicana, con una prima anual de 4 euros y una cobertura de casi 1.000 euros.

Desde la Fundación advierten de que este tipo de productos todavía necesita un mayor respaldo por parte de las instituciones y empresas públicas y privadas, y recuerdan que se trata de un tipo de negocio inclusivo y viable en términos comerciales.



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.

‘MWC 2018’: PROCESADORES MÁS POTENTES Y 5G

El congreso mundial del móvil que se celebró en Barcelona hace poco más de diez días se centró más que nunca en los desafíos tecnológicos relacionados con la telefonía móvil

ANA M. SERRANO



Las últimas novedades móviles se dieron cita en Barcelona. EE

La cuarta revolución industrial, el IoT y el futuro 5G desfilaron por la pasarela de la feria junto a las grandes firmas de telefonía que, por primera vez, eclipsaron a las estrellas de Internet. Ni Google ni los robots, ni siquiera el Aura de Telefónica, consiguieron restar protagonismo a los nuevos terminales.

Si los criterios más importantes -y valorados- a la hora de elegir un *smartphone* suelen ser la cámara, el procesador, la memoria y el diseño, este último no ha sido el que más ha brillado. Las cámaras y la potencia han acaparado la atención de fabricantes y futuros clientes. Entre todo el material presentado, destacamos los más sofisticados, originales e innovadores. Y, cómo no, la estrella del MWC: el nuevo *Galaxy S9*.

El plegable: el *Axon M*, de ZTE. El fabricante chino presentó este terminal multitarea con doble pantalla plegable de 5,2 pulgadas. A España lo trae Vodafone, tras su lanzamiento en China, Japón y EEUU. El *Axon M* de ZTE aporta numerosos avances al mercado de los *smartphones*. Además de las pantallas que permiten al usuario manejar dos *apps* al mismo tiempo o convertir el móvil en una tableta, el móvil dual ofrece un potencial ilimitado en cuanto a la forma de conectarse con el mundo que nos rodea. La firma presentó también el *Blade V9*, galardonado con el *iF Design*, un diseño de pantalla completa y capacidades de cámara con poca luz.

El más esquivo: *Vivo Apex*. Es un móvil muy especial. Fabricado en China por una empresa que ni tenía stand en el *Mobile* ni vende sus productos en Europa. ¿Qué lo hace diferente al resto? En primer lugar su frontal casi total -los marcos apenas miden 1,8 mm-. En segundo, la cámara de *selfies* escondida en el interior de la pantalla. Sólo emerge cuando es necesario pulsando el botón de cambio de cámara en la aplicación de fotografía. El tercio inferior de la pantalla -un pelín más ancho que el resto de bordes- es lector de huellas. La mala noticia es que se trata aún de un prototipo y por ahora no hay fecha de lanzamiento.

Los ‘vintage’ de Nokia

La firma sigue enganchada a la nostalgia. Su apuesta por el *Nokia 8 Sirocco* y el *Nokia 8110* ha despertado tanto o más interés que la presentación de los *Galaxy*. Si hace un año arrasó con el rediseño del famoso 3310, este 2018 ha revolucionado el *Mobile* con el *platanito*. El teléfono de *Matrix* ha causado sensación no sólo en las instalaciones de la feria, también lo ha *petado* en las redes sociales. Mientras, el *Nokia 8 Sirocco*, injustamente relegado a un segundo plano, es uno de los modelos más significativos. Su diseño sinuoso

fusiona lo clásico y la última tecnología. Y es que el *Sirocco* llega montado sobre un Snapdragon 835 y 6 GB de Ram en la mochila.

Los compactos: *Sony Xperia*. Pequeños con grandes prestaciones. Así son los dos modelos presentados por Sony. Ambos disponen de una cámara con un sensor de 19 megapíxeles capaz de registrar vídeo en calidad 4K con tecnología HDR. El *Xperia XZ2 Compact* está diseñado para ser el mejor dispositivo de entretenimiento, mientras que su hermano mayor incluye las tecnologías más recientes de Sony: pantalla HDR Full HD+, grabación de vídeo en 4K HDR2, sonidos de estudio y velocidad gracias al procesador Qualcomm Snapdragon 845.

El más natural: *Bless Plus* de Iki Mobile. La portuguesa Iki Mobile destaca por la originalidad del material: el corcho. Su buque insignia es un terminal de 6 GB de memoria interna más 64 GB de rom -ampliable hasta 256 GB con tarjeta Micro SD-, dual sim, cámara frontal de 13MP y trasera de 13MP + 5.0MP, batería de 3.800 mAh y procesador de helio Octa Core con protección antichoque. Disponible en tres colores, el móvil saldrá a la venta próximamente.

La guerra de los clones: 'Leagoo S9'

La compañía china presentó en el MWC el clon perfecto del *iPhone X* a precio de ganga -unos 120 euros-, un procesador de ocho núcleos, 4 GB de memoria interna y de 32 GB de almacenamiento. Vestido con una buena carcasa es casi imposible distinguirlo de la estrella de Apple. Funciona con Android 8.1, cuenta con una pantalla HD de 5,85 pulgadas y un procesador de ocho núcleos equipado con 4 GB de memoria Ram y 32 GB de almacenamiento, con la posibilidad de ampliarla mediante tarjetas micro SD. También dispone de sensor de huellas y un sistema de reconocimiento facial denominado *Face Access*.

A prueba de golpes: *BV9000 Pro*. El nuevo *smartphone* estrella de la marca de los deportistas y profesionales es el artilugio más resistente -certificado IP68- y potente de la compañía china Shenzhen Jeko Communication. Funciona con Android y destaca por su carga inalámbrica y la larga duración de su batería -10 horas con la pantalla encendida-. Resiste fuego, agua, polvo, humedad y demás condiciones climáticas por adversas que sean. Llega equipado con una cámara dual y desbloqueo táctil.

El más esperado: 'Samsung Galaxy S9'

Pese a su estética refinada, el diseño y el formato de pantalla no sorprenden



La reedición de los modelos 'vintage' de Nokia ha vuelto a causar sensación en el 'Mobile'

tanto porque la belleza de este nuevo modelo está en el interior. Son sus características técnicas, su potencia y las notables mejoras en las cámaras las que lo han convertido en el rey del *Mobile 2018*. El más destacado es su procesador, el Snapdragon 845: el más rápido del mercado. Igual que la memoria, 4 GB el S9 y 6 GB el S9 Plus. Lo mejor, las cámaras.

Gracias a un nuevo chip rediseñado, la función *Super Slow Mo* de los nuevos buques insignia del fabricante coreano de móviles graba 960 imágenes por segundo. Es decir, que cada 0,2 segundos se convierten a velocidad normal en 6,3. Además, la apertura automática del diafragma (f/1.5) permite captar la luz y compensar la oscuridad casi como una cámara independiente. La rapidez del sensor también le permite corregir las imágenes en condiciones de luz muy baja.





Helvetia, premiada por su estrategia de patrocinio

El Gobierno de Navarra ha otorgado a Helvetia el Galardón Deportivo a la Mejor Empresa Patrocinadora de 2017 por "fomentar y apoyar el deporte navarro a través de diferentes proyectos e iniciativas, entre los que destaca el patrocinio del Helvetia Anaitasuna". La relación de patrocinio entre la aseguradora y la SCDR Anaitasuna ya tiene 12 años de antigüedad, y se extenderá durante tres años más, siendo la más longeva del balonmano nacional.



EVO lanza un microseguro para deportistas

EVOvo Protect Deportes es el primer microseguro de la banca española contratable por horas y diseñado para deportistas. Respaldo con la póliza de Santalucía Seguros de Accidentes Tu Actividad, ofrece protección ante accidentes y lesiones. Puede contratarse a través del móvil, desde menos de 1 euro, y con un capital asegurado hasta 75.000 euros, hasta 30 minutos antes de iniciar una actividad deportiva, con una duración mínima de 3 horas y máxima de 5 días.



Santalucía prepara su entrada en Colombia

El Grupo Santalucía ha llegado a un acuerdo estratégico con el grupo empresarial colombiano Fundación Social para el desarrollo conjunto de negocio en Colombia. Las inversiones de esta alianza en el país se canalizarán a través de la creación de una nueva sociedad. Santalucía y Fundación Social entrarán inicialmente en el negocio funerario con el objetivo de "prestar servicios de calidad y atención personalizada al mercado colombiano".



Nueva conferencia de Fundación MGS para su mediación

La Fundación MGS ha organizado una nueva charla motivacional para mediadores de MGS Seguros con el *coach* Leandro Fernández, especialista en gestión de personas y liderazgo, quien expuso a los asistentes los beneficios que aporta una actitud positiva para hacer frente al estrés y los desafíos que pueden surgir en el ámbito personal y profesional; así como la necesidad de adaptarse en un entorno de cambio permanente.



AXA invertirá 60 millones de euros hasta 2020

AXA España invertirá 60 millones de euros en los próximos tres años -hasta 2020- para acelerar su transformación. El grupo asegurador cerró el pasado ejercicio con un beneficio operativo de 159 millones de euros, un 13,3 por ciento más que un año antes. El beneficio neto creció un 12 por ciento, hasta los 140 millones de euros. Este avance se debe a "la rentabilidad y el avance de las líneas estratégicas", según explica la compañía en un comunicado.

'DECIDE Y VENCERÁS'



ISTOCK

LA LIBERTAD DE NO HACER NADA, ESE REMANSO DE PAZ

No hacer nada puede ser mucho. Y suficiente. No es necesario estar siempre aprendiendo algo, ni persiguiendo un objetivo ni definiendo una meta. Nos encontramos con un montón de discursos que invitan a emprender proyectos o a impulsar algún cambio y se nos propone iniciar una nueva actividad, formación o camino que nos lleve al crecimiento personal o profesional

Yo mismo he escrito sobre eso en anteriores artículos, aunque es lo normal, ya que de eso va esta sección y en parte mi oficio. Pero hoy quería escribir desde el otro lado del asunto: de la suficiencia de no hacer nada. Y es que también se puede llegar a la paz sin moverse del sitio, a la esencia sin rebuscar por dentro y a la felicidad sin plantearla. Porque a veces uno puede sentirse incapaz de hacer nada precisamente por la cantidad de cosas que haría de poder hacerlas todas.

La variedad colapsa la atención y nos satura. Y puede hacernos sentir culpables. Por no cumplir con lo que nos

propusimos o por no proponernos nada como prometimos. Y es un pensamiento muchas veces equivocado y un pesado lastre siempre.

¿Cuánto disfrutarías más las cosas si no pensaras en las que te estás perdiendo? ¿Cuánto más satisfecho de ti mismo estarías si prestaras mayor atención a lo que tienes que a lo que no has conseguido? Despreocuparse es un acto de reconciliación con uno mismo muy recomendable y en ocasiones necesario. No me refiero a no darle importancia a lo que la tiene, sino más bien a reconocer el valor de lo que nos rodea, de las pequeñas cosas que nos llenan cada día, o que nos llenarían, y que en el ajetreo de la rutina dejamos que pasen desapercibidas o desatendidas.

Como por ejemplo quedarse unos segundos más en algún abrazo, jugar con nuestros hijos sin imponer reglas ni relojes, leer algún libro nuevo que nos haga viajar por dentro; llamar y ver a alguien con el que hace mucho que no hablamos pero que siempre tenemos en la cabeza y toda esa lista particular que cada uno tiene de pequeñas cosas y detalles que nos hacen la vida más amena y placentera cuando les damos la oportunidad y el tiempo que bien se merecen.

Y es que no hacer lo que uno querría hacer es también un acto de libertad y a veces incluso de liberación. Hay que dejar de querer hacer cosas de vez en cuando, vaciar la lista de objetivos pendientes.

Sacarse la presión de encima, la sensación de que no se avanza y darse cuenta por un momento de que todo lo que nos llena está al alcance la mano y disfrutarlo. Suspender, en fin, lo pendiente y dedicarse por completo a lo que ya tenemos. Y entonces sí, si con eso realmente no nos bastara, deberíamos pensar en el siguiente paso. Pero sin prisa ni urgencia, con la calma del que sabe que lo bueno no está por venir, sino que lo mejor es estar yendo si disfrutamos tanto los pasos como los descansos.

JORDI CÁNOVAS

CONSULTOR Y COACH

REDES DE RELACIONES DE ÉXITO (I)

En este capítulo y el siguiente de este manual nos centraremos en los 'networkers' profesionales, esas personas que han hecho de sus relaciones un arte y tienen grandes éxitos en sus actividades. No solo generan redes de contactos, sino que las convierten en redes de relaciones. ¿Qué tipos de redes tienen?

Una vez que conozcamos cómo lo hacen, podremos copiarlos para lograr sus resultados. Ya hemos hablado de la importancia de hacer relaciones en todo lugar al que acudamos y, por ello, ya hablamos del plan de *networking*. Esto implica tener una organización mental clara de cómo están definidos esos círculos para poder aportar el máximo valor a sus miembros y obtener el rendimiento óptimo según nuestras necesidades. Por eso es imprescindible la clasificación, como hacen estos profesionales de éxito. Podríamos hacer dos tipos de clasificación. En este capítulo veremos la clasificación por temática y en el próximo analizaremos la clasificación por tamaño, que da enfoques de trabajo muy interesantes. En el caso de las redes de relaciones por temática, estos *networkers* trabajan dos grandes grupos, las personales y las profesionales. En el primer caso, vienen dadas por diferentes orígenes: por un lado, las que hacen en los diferentes lugares que frecuentan, desde bares o restaurantes; centros de estudios actuales o pasados, hasta los centros religiosos a los que van en algún momento. Por otro lado, podríamos incluir las que tienen que ver con sus aficiones: deportes, *hobbies* o los clubs a los que pertenecen. Una última subdivisión es el círculo de amigos cercanos que han ido haciendo con el tiempo.

Las relaciones profesionales tienen diferentes apartados importantes. Empezando por las redes que crearon en función de sus objetivos personales dentro de ese plan de *networking*, siguiendo con los círculos centrados en temas que les interesan pero a los que no se dedican actualmente -sectores o



ISTOCK

profesiones que abandonaron pero cuya temática pueda seguir siendo atractiva para ellos y que les genera contactos con personas afines-. Y, por último, las relaciones generadas por temáticas complementarias a su profesión; las que quieren investigar como posible futuro profesional o que generan sinergias con lo que hacen actualmente. Como ellos, si copiamos su modelo, en todos esos círculos encontraremos personas con necesidades personales y profesionales a las que podremos aportar valor, y que podrán ayudarnos si lo necesitamos, ya sea aportándonos conocimiento, contactos,

experiencia o simplemente su amistad. Es imprescindible tener claras estas clasificaciones y saber los grados de intimidad y profundidad de trato que deberemos buscar, algo que veremos en la segunda parte de este artículo. Mientras tanto, disfrutemos del *networking* dejando de hacer contactos y generemos relaciones que, en el fondo, 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>



Hacienda Zorita Wine & Spa descubre al viajero otra manera de hacer turismo, maridando el vino con la gastronomía y el descanso con la salud y los tratamientos de su 'spa'. EE

HACIENDA ZORITA: SABOREAR EL DESCANSO, DEGUSTAR EL PAISAJE

A 20 minutos de Salamanca, la monotonía del campo se interrumpe con las historias de vinos, conquistas, quesos y paisaje. Una pausa en el tiempo que apetece vivir a sorbos, bocado a bocado. Estamos en la Hacienda Zorita Wine & Spa para disfrutar la vida a otro ritmo

ANITA CUFARI

Unas tres hectáreas de viñedos orgánicos abrazan los alrededores del antiguo monasterio dominico -hoy *Casa Grande*- donde están las habitaciones y suites; más allá, la bodega y las villas. También el restaurante, los jardines y el antiguo molino árabe donde está el *spa*. Le recomiendo que llegue al banco del final del camino para poner la mente en blanco mientras el río Tormes corre y el paisaje se abre.

Los momentos en la Hacienda se miden en experiencias. Como la visita a la Organic Farm, donde pastan libremente ovejas churras, cabras verata -en peligro de extinción-, los

cerdos mangalica y hasta las *Buffalas de Campagna*, el alma de la mozzarella de la Hacienda.

Apenas distinguirá a la quesería. Un templo lácteo totalmente integrado a las vistas donde se elabora el queso de la Dehesa reserva, el ecológico -curado al vino Syrah-, el de cabra verata -curado al tomillo- y la torta de Dehesa.

Antes del almuerzo campestre en el restaurante de filosofía Farm to Table, toca visitar el secadero con las 7.000 piezas de jamón puro Ibérico de Bellota y enamorarse de su vinagre Bálsamo de Padua de crianza lenta que pasa dos años en cada barrica de roble, castaño, cerezo y fresno.

De regreso a la Hacienda, la tierra se vuelve uva y memoria en su bodega, donde reposan las 1.366 barricas de roble americano y francés que dan vida a los Tempranillo y Magister de su familia de vinos Marqués de la Concordia.

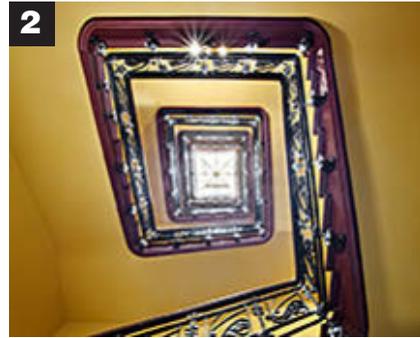
El techo del edificio recuerda a la Carabela Santa María y ahí se entiende la importancia de Colón en esta historia. El Almirante se hospedó aquí para convencer al dominico Fray Diego de Deza, confesor de Isabel la Católica, para que ésta cediera los fondos para su ruta a las Indias.

Además, Colón introdujo la caña de azúcar en América. Planta que da origen al ron Sister Isles Rhum elaborado en las Antillas británicas y reposado en barrica de los vinos Marqués de la Concordia.

El restaurante Zorita's Kitchen nos espera con su cocina slow con productos de la zona. El desfile de platos nos demuestra la conjunción idílica entre aroma, temperatura y textura, maridados a la perfección.

El descanso absoluto tiene su espacio en el spa. Los rituales de vinoterapia y los tratamientos con aceite de oliva pueden complementarse con un espectacular momento en el jacuzzi exterior con vistas al río Tormes.

La experiencia de la Hacienda Zorita Wine Hotel & Spa también puede vivirse en el Restaurante Warehouse de Madrid, en las tiendas Viandas para adquirir los productos de la Hacienda, así como la familia de vinos de Marqués de la Concordia. Otra forma de perdurar esta sensación es haciéndose socio de su club.



Los diferentes espacios de la 53 edición de 'Casa Decor' nos devuelven a los años del modernismo y el 'art déco', sin dejar de lado la vanguardia y la innovación de las nuevas tecnologías aplicadas al hogar, como la domótica o los asistentes virtuales. EE

'CASA DECOR 2018', UNA EXPLOSIÓN DE COLOR Y ARTESANÍA

La cita madrileña con el interiorismo y la decoración se ha adelantado unas cuantas semanas. El pasado 21 de febrero abrió sus puertas la 53 edición en pleno corazón de Chamberí, uno de los barrios más emblemáticos de la capital y muy apegado a la historia de la exposición

ANA M. SERRANO

El edificio elegido es una belleza modernista de líneas sinuosas, construido a principios del siglo XX -entre 1900 y 1903- por el arquitecto catalán Antonio Farrés Aymerich. Situado entre las calles Francisco de Rojas y Sagasta, ya la fachada llama la atención del paseante. Volutas de inspiración vegetal, rejas ondulantes con claro acento *art déco*, igual que la escalera interior y los cristales esmerilados de la galería.

El edificio, propiedad de The Corner Group -*partner* de *Casa Decor*-, va a ser rehabilitado tras finalizar la muestra el 25 de marzo próximo.

Los 67 espacios interiores intervenidos por un centenar de

decoradores y estudios de interiorismo son un auténtico escaparate de color y creatividad. Las artes decorativas afloran con profusión a través de oficios tradicionales que recuperan disciplinas artísticas como la cerámica, la pintura mural, la ebanistería, la metalistería o el cristal tallado. Se consolidan tendencias como el tropicalismo, el exotismo, los ornamentos dorados mate, las superficies de piedra -mármol, granito, caliza- y una querencia notable por las *Arts & Crafts* de finales del XIX.

La domótica y la tecnología, cada vez más presentes en nuestras vidas, tampoco pueden faltar en el interiorismo actual. Los avances tecnológicos aplicados a los hogares de hoy conviven con los envoltorios artesanales que dominan esta edición de *Casa Decor*.

Buena prueba de ello es el Samsung Club. Guille García-Hoz y Beatriz Silveira son los creadores de este espacio clandestino y sofisticado donde disfrutar, además de la armonía urbana contemporánea, de la mejor gastronomía a cargo de *La Cabra*. Decorado al más puro estilo neoyorkino, el club evoca los cafés secretos de la época de la *ley seca*. Una aparente lavandería urbana sirve de entrada al *speakeasy* salpicado de tecnología y guiños al movimiento *Arts & Crafts*.

O la colección de interfaces aportados por la firma barcelonesa Simon. Simon 100 es una serie inspirada en el internet de las cosas, enfocada hacia la interacción entre objeto, espacio y usuario. El espacio Simon es una propuesta decorativa a caballo entre la estética industrial, la arquitectura y la poesía visual.

Es la interiorista Virginia Gasch quien nos lleva gusta el trópico a través de un proyecto excitante de color, matices y texturas. Ubicado en la cuarta planta, *Tropical Lunch* es espacio un sensorial, actual y romántico con guiños modernistas y victorianos. Dicho así puede sonar caótico, pero una vez sumergido en ese mar de terciopelo, seda, flecos, molduras, dorados y espejos es fácil desear quedarse allí para siempre. Aunque el conjunto es de una armonía exótica sublime, los puntos fuertes del comedor son la mesa central diseñada por la decoradora y la silla *Peonía*.