Revista mensual | 10 de marzo de 2022 | Nº99

# Seguros

elEconomista.es

# DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES DE LAS 'INSURTECH' ESPAÑOLAS QUE CONQUISTAN EL SECTOR

El ecosistema de innovación quiere 'enamorar' al consumidor de seguros

SEGUROS EN TIEMPOS DE LA GUERRA ENTRE RUSIA Y UCRANIA



Tendencias | P8

#### Las 'insurtech' españolas que conquistan el sector asegurador

La inversión en el ecosistema *insurtech* superó los 7.000 millones de euros en 2021, Analizamos los desafíos y las propuestas de las *insurtech* en el mercado español.



Actualidad | P20

## Seguros en tiempos de la invasión rusa de Ucrania

El conflicto desatado por la invasión de Ucrania por parte del ejército ruso tiene consecuencias en la economia y también en el seguro.



#### ¿Estamos listos para el metaverso?

Está en boca de todos, pero es una realidad que aún tardará en calar entre la población general. Las compañías ya se están preparando para conquistarlo.

#### Autónomos y emprendedores | P23

#### Cinco novedades clave para los autónomos en 2022

Son una parte fundamental de la estructura empresarial española y fuente de empleo, pero deben conocer los principales riesgos y retos que ha traído para ellos 2022.



Director de Comunicación: Juan Carlos Serrano.



Entrevista | P12

#### María Jesús Sánchez, directora de operaciones de Saleshunters

"La diversidad crea valor, crea ventajas competitivas y enriquece culturas y compañías", explica esta experta en selección de profesionales.



Ahorro | P30

#### Discapacidad y pensión: cuando planificar la pensión es clave

Los trabajadores con discapacidad sufren también una brecha salarial que les resta poder adquisitivo en su pensión pública de jubilación.

Director de elEconomista: Amador G. Ayora Coordinadora de Revistas Digitales: Virginia Gonzalvo Diseño: Pedro Vicente y Alba Cárdenas Fotografía: Pepo García Infografía: Clemente Ortega Tratamiento de imagen: Dani Arroyo 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)





## Desafíos y oportunidades para el seguro en un entorno marcado por la incertidumbre

icen que de cada crisis surge una oportunidad. Y de crisis, y oportunidades, parece que el siglo XXI ha venido cargado. Cuando parecía que las aguas económicas retomaban su cauce tras el parón total impuesto por la pandemia en 2020 arranca una guerra con la invasión rusa de Ucrania y se abre, de nuevo, un periodo de incertidumbre e incierto recorrido. En este contexto de alza de precios de la energía, caída de los mercados financieros y replanteamiento de las políticas monetarias y fiscales, el sector asegurador mantiene su apuesta por la integración de la tecnología y el desarrollo de la colaboración con el llamado ecosistema insurtech.

Este 'palabro' no es más que la unión, en inglés, de seguro y tecnología, y lo protagonizan empresas de reciente creación que aúnan lo mejor de ambos mundos, la protección del seguro con la aplicación de las tecnologías más avanzadas, aunque de nuevas ya tengan poco, porque son de sobra conocidas por todos -al menos de oídas- como la inteligencia artificial, el *big data*, el *Blockchain*, etc.

Uno de los principales desafíos de las 'insurtech' es llegar al cliente final, casi el mismo problema del seguro 'tradicional' Uno de sus principales retos es llegar al cliente final. Aunque este es un desafío que prácticamente comparte todo el sector asegurador, a pesar de que las compañías mal llamadas tradicionales ya tienen contacto con sus asegurados, pero este debería mejorar. O cambiar. O las dos cosas

En plena vorágine *insurtech*, en 2021 se superaron los 7.000 millones de euros en empresas del ecosistema *insurtech*. Hay quien opina, dentro del sector, que estamos ante una nueva burbuja que acabará estallando; pero nadie puede negar el empuje de una nueva generación de profesionales del seguro que se han propuesto cambiar desde los cimientos la forma de desarrollar y comercializar seguros para adaptarse a las exigencias de una sociedad ávida de protección, pero con po-

cas ganas de que les vendan la moto.

Lo que no debemos es menospreciar el empuje de estas *startups* que apuestan por la tecnología, ya que la mayor parte de ellas está liderada por profesionales del sector asegurador con bastantes años de experiencia a sus espaldas. No son recién llegados a un sector que, por su especialización y su exhaustiva regulación, precisa de un modelo de negocio sólido y voluntad de desarrollo a largo plazo. Aunque alguna sí lo sea, la mayor parte de las *insurtech* no son flor de un día, y si cumplen sus propósitos, hará del seguro un sector más ágil, transparente y más atractivo para captar talento y nuevos profesionales. Del desarrollo del ecosistema *insurtech* en España trata, precisamente, nuestro reportaje de portada del número de marzo de *elEconomista Seguros*, en el que. además, repasamos el impacto que la invasión rusa de Ucrania tiene en los mercados energético, financiero y asegurador y repasamos el papel del sector ante el riesgo de querra.



Carlos Lluch Corredor de seguros

## Devaluando el seguro

uenta el refranero que "quien avisa no es traidor" y está en lo cierto. Los talleres de automóviles, que son empresarios ejercientes en un mercado aparentemente libre se han hartado tras años y años de bronca y denuncia continuada. Acaban de anunciar que, cansados ya de vivir lo que consideran abusos y malas prácticas de la generalidad del sector asegurador, se van de cabeza al Parlamento Europeo.

Hace poco un amigo que trabaja en un concesionario de vehículos de lujo me contaba que una aseguradora –antaño reputada– le estaba imponiendo precios de mano de obra de taller de barrio sin tener en cuenta los cursos de capacitación, la inversión en equipamiento especial, la dotación de espacios y utillaje para reparar vehículos eléctricos, etc. que provee el concesionario a sus clientes.

Simplemente ofensivo, pero también antieconómico. Pero, tal vez, lo peor estaba por llegar, pues el representante de la aseguradora le indicó que los recambios aplicados a las reparaciones no serían originales. "¿Cómo puedo meterle a uno de nuestros clientes piezas que no sean oficiales? ¿Acaso no es eso un fraude? ¿Cómo va a tolerar eso la marca, pues afecta a la calidad del vehículo y de la reparación?" se preguntaba mi amigo, indignado y preocupado por el giro de las cosas.

Estas dos situaciones me han hecho recalar en una palabra: "devaluar", pues es, según la RAE, "hacer disminuir el valor de una moneda o de otro bien" que halla su sinónimo en "depreciar".

Porque a lo que estamos asistiendo es a una devaluación o depreciación continuada del valor del seguro como único medio existente para restaurar una cosa a su situación anterior a un evento negativo al que llamamos "siniestro". El seguro, pues, está perdiendo valor.

#### Las consecuencias de la guerra de precios

De entrada, una estúpida guerra de precios ha llevado a que las compañías que tenían buena reputación con una propuesta de valor real se estén aproximando peligrosamente a la cutrez que ofrecen a sus clientes las aseguradoras del *low cost*. De este modo tenemos a la excelencia reconvertida en *tuercebotas*, depreciados.

El usuario de seguros, cuando se acerca a un comparador o a un *vendeburras*, va a tener



una experiencia similar a la del pececillo que muerde el anzuelo ¿acaso el pescador le pregunta, le hace esperar y le ofrece el bocado más adecuado a sus gustos dejándolo marchar o, por el contrario, tan sólo le preocupa engañarlo del modo más rápido y barato para llevarlo al zurrón?

¿Acaso alguien le cuenta que, por tener una cláusula de valoración venal jamás va a conseguir una indemnización que le permita sustituir su coche por otro similar? ¿Y que la póliza de al lado, más cara, sí lo hará por incluir valor de mercado? ¿Le están contando que le van a poner las mil y una pegas si decide elegir taller (que es lo que prevé el artículo 18 de la Ley de Contrato de Seguro)? ¿Le están contando que sus recambios no serán originales? ¿Y que al pobre taller lo van a tener currando por cuatro perras, al igual que al perito o al abogado de turno? ¿Sabe el cliente que ciertas piezas que van a ponerle a SU coche serán reacondicionadas?

#### **Demérito**

Regreso al demérito. En muchos países europeos, tras un accidente, el asegurado no sólo recibe el coche reparado (es decir, se le cubrieron los daños), sino que recibe una compensación adicional por los perjuicios soportados. Entre estos, está el tema del famoso vehículo de sustitución que -por cierto- no debería ser objeto de cobertura de pago, puesto que quien pone ese coche "de cortesía" no es la compañía de seguros sino el taller.

No es el problema del asegurado que los convenios que corren sobre CICOS, el Centro Informático de Compensación de Siniestros (CIDE, -Convenio entre Entidades Aseguradoras de Automóviles para la Indemnización Directa de Daños Materiales a Vehículos- y AS-CIDE, acuerdo que complementa el convenio CIDE) no contemplen el coste de oportunidad de quedarse sin coche, pero es frecuente que, al intentar la reclamación, el asegurador conteste con un "no vemos viabilidad jurídica" en una clásica respuesta que esconde más interés en evitar gasto y reclamaciones en sentido inverso que ausencia de legitimación para reclamar la pérdida de uso de un elemento fundamental para la vida de muchas familias y empresas.

Pero la cosa no acaba ahí pues, dentro de esos "perjuicios" en otros países el cheque contempla también la pérdida de valor que un vehículo accidentado, pese a haber sido reparado, tiene respecto de su situación anterior. Si algún día quiero vender mi coche a un especialista no me lo va a tasar igual si ja-

más tuvo un accidente o si tiene las claras huellas de haber pasado por una situación traumática. Esa pérdida de valor ¿por qué en España no se paga?

Posiblemente estemos ante uno de los peores errores que puede hacer un sector entero: demoler la propuesta de valor de su producto en nombre de una estúpida carrera en el abaratamiento del precio. Pero no se trata de un error exclusivo de aseguradores y mediadores, no. El usuario, el ciudadano de a pie, así como el que controla el timón de empresas privadas o administraciones públicas también ha caído en la trampa de creer que el más difícil todavía en precio lleva a algún lado bueno.

Si preguntáramos a la gente si está dispuesta a pagar menos a cambio de que se le pon-



iStock

gan recambios reciclados o aquellos llamados "pirata", si le preguntáramos si está dispuesto a que le defienda en juicio un abogado que cobra una miseria, si le decimos que un médico especialista cobrará 7 euros por una consulta o si le decimos que el perito igual ni va porque va a peritarle el pintor ¿contrataría ese seguro? Pero, por supuesto, eso no vende y es malo para el negocio.

El seguro es el único plan B para la vida de las personas y empresas. No puede ser otra cosa que fiable y ello exige calidad en su diseño, en su ejecución y un montón de ética que requieren un precio justo y responsable con que pagar a quienes, honestamente, deben devolver todo a como estaba antes de padecer el siniestro. Lo contrario es devaluar el seguro, devaluar los bienes afectados y devaluar la vida.



#### **Bancaseguros**

# Mapfre y Santander lanzan una hipoteca inversa

I director general de Banca Comercial de Santander España, Ángel Rivera; y el vicepresidente de Mapfre y CEO de la compañía en Iberia, José Manuel Inchausti; han firmado el acuerdo por el que Santander Seguros y Mapfre se reparten el 50% de la sociedad conjunta que operará, una vez obtenidas las autorizaciones, como establecimiento financiero de crédito para desarrollar la hipoteca inversa, que se distribuirá en exclusiva a través de las redes de ambas compañías en España.

Con este acuerdo, Santander y el grupo asegurador apuestan por liderar el negocio de hipoteca inversa en el mercado español y ofrecer servicios especialmente diseñados para el segmento senior.

La hipoteca inversa es un producto financiero pensado para que las personas mayores puedan obtener un complemento de sus ingresos gracias a su



Ángel Rivera (Santander) junto a José Manuel Inchausti (Mapfre). eE

vivienda, sin perder la propiedad ni el derecho de uso. Es préstamo hipotecario dirigido a mayores de 65 años, con vivienda en propiedad sin cargas, que permite obtener liquidez de ese patrimonio inmobiliario sin perder la titularidad de la vivienda, de la que se puede disfrutar hasta el fallecimiento. Este producto puede complementarse con un seguro de rentas vitalicias que garantice el nivel de ingresos.

#### Día de la Mujer

# El 70% de los directores de departamento de Hiscox España son mujeres

egún los últimos datos de Unespa, en los últimos tres años se ha mantenido una proporción igual de empleados hombres y mujeres: 52%-53% mujeres y 47%-48% de hombres. Sin embargo, solo uno de cada cinco puestos directivos del seguro están ocupados por mujeres. Aunque siempre hay excepciones: en Hiscox España existe una política de igualdad de oportunidades con una media de mujeres superior a la del sector. Más del 60% de la plantilla está formada por mujeres y muchas de ellas ocupan puestos directivos. De hecho, más de un 70% de los directores de departamento son mujeres y, además, el Comité de Dirección está formado por un 65% de mujeres.

Para conseguir esta integración, Hiscox lleva años siguiendo una política basada en buscar el talento, por encima del sesgo. Además, dentro del sector, Hiscox forma parte de EWI (Empower Women in Insurance), una red de compañías y profesionales pa-

ra impulsar a las mujeres del sector asegurador a puestos directivos y que actúa también como "Observatorio de Igualdad del Sector Asegurador", dando visibilidad y reconociendo las iniciativas más destacadas que se llevan a cabo en esta materia y haciendo seguimiento a la evolución de las mismas y la consecución del objetivo marcado.

El objetivo de Hiscox es "conseguir un lugar más inclusivo para trabajar, más solidario con las diferencias de género y, en última instancia, brindar a las mujeres y los hombres las herramientas y oportunidades que necesitan para maximizar su potencial en el lugar de trabajo". La compañía trabaja en un contexto en el que los sectores de banca y seguros se mantiene todavía una de las mayores brechas salariales entre géneros, de 16.070 euros, en concreto, de acuerdo con el VI Informe Brecha salarial y techo de cristal, presentado en la antesala del Día Internacional de la Mujer por Gestha.

## El seguro paga 500 millones al año por los daños por incendios

I seguro paga al año 500 millones de euros para arreglar o indemnizar los daños causados por incendios. Esta es una de las conclusiones del informe ¡Fuego! Los incendios asegurados. Datos 2020-2021 elaborado por Estamos Seguros. La mayor parte de los inmuebles protegidos por el seguro frente a incendio son viviendas (88%). El resto se reparte entre comercios (6,1%), comunidades de propietarios (3,2%), industrias (1,9%) y otro tipo de espacios. Sin embargo, el peso de los hogares se diluye cuando se analiza el reparto de las indemnizaciones. Las familias reciben el 35% del dinero, mientras que las industrias ingresan el 44% y los comercios otro 11%.

Un 73% de los incendios que se producen en el país ocurre en domicilios. La disparidad en el pago



El 73% de los incendios se producen en los hogares, iStock

de las indemnizaciones se debe a la mayor gravedad de los daños en fábricas y negocios. Mientras que un incendio medio en una vivienda conlleva el pago de 2.683 euros, esta indemnización se duplica cuando se trata de comercios (5.406 euros) y se multiplica por 19 en el caso de industrias (50.586 euros).

helvetia.es

# **Proyecto** empresarial. **Turbulencias.**



Objetivo cumplido.

> simple. claro. helvetia 🛝 Tu aseguradora suiza





# Las 'insurtech' españolas que conquistan el sector asegurador: desafíos y propuestas

Las tecnologías digitales transforman la industria aseguradora, aportando mayor personalización y eficiencia en la distribución de los productos.

I sector asegurador tradicional ha sabido adaptarse a la crisis pandémica, una vez más ha demostrado su robustez y flexibilidad. En estas circunstancias se ha impulsado la reformulación digital, a través de las insurtech. Las insurtech recogen el testigo de sus precursoras fintech, pero aplicando las tecnologías e innovación al sector asegurador. La industria de las insurtech no solo se ha mantenido firme durante la pandemia, sino que

ha conseguido atraer a un mayor número de inversores, alcanzando los 7.000 millones de dólares (6.420 millones de euros), según apunta el *Insurtech Global Outlook 2021*.

Olga Juárez Gómez. Fotos: iStock

Las tecnologías digitales aportan eficiencia a la industria aseguradora, en la medida en la que permiten trazabilidad, gestión de los datos y privacidad de estos. No obstante, como cualquier otro modelo de negocio, una *insurtech* también tiene que afrontar diferentes desafíos. Como bien expone Óscar Paz, director de Insurtech Community Hub, el primer reto de toda *insurtech* es dar a conocer su producto o servicio. Seguidamente, la compañía debe "generar la confianza suficiente para que ese modelo acabe siendo adoptado y contratado por el cliente al que se dirige".

#### Contexto actual de las 'insurtech'

En el sector asegurador existen ciertas particularidades que hacen que afianzar el producto en el mercado sea una tarea compleja, como es la baja frecuencia de contacto con el cliente. En este aspecto, a muchas *insurtechs* B2C les cuesta llegar al cliente final, ya que tienen que emplear grandes cantidades de dinero en estrategias de marketing. Por este motivo, muchas *insurtechs* B2C deciden cambiar su modelo de negocio hacia B2B o B2B2C. "En este sentido, el desafío para las *insurtech* es poder encontrar espacios de diálogo y colaboración, tanto en forma como en tiempo, que les permita avanzar a un ritmo relativamente ágil", afirma Paz.

Dada la complejidad y diversidad dentro del sector asegurador, las *insurtech* se han configurado y estructurado de distintas maneras. El ecosistema *insurtech* español tiene dos categorizaciones distintas



## **Seguros**

elEconomista.



La aprobación del 'sandbox' ha propiciado la inversión, el desarrollo de proyectos y la captación de talento en el mercado español.

Por un lado, están las generalistas, que entienden la dinámica desde la perspectiva operativa del sector, es decir, en la cadena de valor del seguro. "Existe un gran número de *insurtech* relacionadas con la distribución, de hecho, gran parte de estas empresas se conforman bajo la figura de corredores, algo que es también habitual en otros países. Por ejemplo, a nivel europeo la gran parte de la actividad inversora en 2021, concretamente el 57%, se ha concentrado en la distribución, y en España las mayores inversiones han ido para *insurtech* de este tipo", alega el director de Insurtech Community Hub.

Por otro lado, se encuentran las *insurtech* denominadas sectoriales. En este caso, abordar el ecosistema de forma sectorizada, teniendo en cuenta la incorporación de dinámicas, metodologías y características de las *insurtech* como la atención al cliente, plataformas, *marketplace* y los distribuidores de productos tradicionales reconvertidos en digitales.

Las insurtech españolas llevan un ritmo ascendente desde 2016. En 2021 se produjeron varias inversiones interesantes, como "la de Cleverea e Insurama de unos 5 millones de euros, Vitaance 3 millones de euros y Weecover 2,3 millones de euros, lo cual es un muy buen indicativo de que la apuesta por los modelos insurtech va en aumento", defiende Paz. Sin embargo, en volumen de negocio España está muy lejos de alcanzar el ritmo de países como Reino Unido, Alemania o Francia, que en 2021 concentraron el 70% de la inversión a nivel europeo. Más allá del nivel cuantitativo de expansión, a nivel cuantitativo las insurtech españolas también están

viviendo un momento de esplendor. La mayoría están siendo fundadas por profesionales con años de experiencia en el sector asegurador. Como bien corrobora el director de Insurtech Community Hub, "la entrada de este tipo de perfiles puede ayudar a que se desarrollen iniciativas con una mayor probabilidad de éxito y que incluso puede tener un efecto llamada para que otros profesionales de perfiles similares se sumen también a lanzar iniciativas *insurtech*".

Tras la pandemia el ecosistema en España se encuentra centrado en el fomento de *startups* relacionadas

6.420

En 2021 la inversión en 'insurtech' en todo el mundo alcanzan los 6.420 millones de euros

con la salud. Por esta razón, han crecido las aplicaciones tanto en los seguros de salud, vida e incluso hogar. "Por ejemplo, cada vez existen más alianzas entre aseguradoras y plataformas que ofrecen servicios de cuidado a domicilio para personas que tienen un cierto grado de dependencia, bien sea de forma temporal, por un accidente o enfermedad, o bien derivado de su avanzada edad", afirma Paz.

Por otro lado, en España también destaca el concepto de *servitización*, donde el seguro se acompaña de servicios adicionales que permiten mitigar el riesgo. Como bien garantiza Paz, esta tendencia se extien-

## **Seguros**

elEconomista.

de cada vez más en cualquier tipo de seguro, además permite mejorar el asesoramiento, haciendo que los clientes se sientan más acompañados y protegidos. En cuanto a las oportunidades de crecimiento que plantean las *insurtech* españolas, destaca la solución a nuevos riesgos emergentes. En este contexto, aparecen nuevos modelos de seguros para los ciberriesgos o los derivados de conflictos sociales y climáticos, entre otros.

#### Regulación

Como cualquier otra actividad aseguradora y reaseguradora están sujetas a la legislación por parte de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones. Concretamente, se legisla bajo la Ley de Distribución de Seguros, además "en 2020 se puso en marcha en España el sandbox financiero, un entorno legal, seguro y controlado, para que las fintechs e insurtechs puedan probar sus conceptos e ideas", asegura Paz. Gracias al sandbox el ecosistema español es más atractivo para nuevas inversiones y captación de talento.

#### Las siete 'insurtech' españolas más detacadas

- Cobee es una startup española con sede en Madrid, que ha desarrollado una herramienta para proporcionar a las empresas una gestión administrativa de sus planes de retribución flexibles. Con Cobee los negocios aumentan la motivación y retención de sus empleados sin necesidad de realizar una gran inversión, además, no supone un incremento en los costes.
- -Cleverea es la primera neoaseguradora digital de España y su centro operativo se encuentra en Barcelona. Ofrecen seguros innovadores para vehículos alternativos motos, bicicletas, patinetes, etc.- y de hogar.
- Coventia es una *startup* murciana que pretende revolucionar el sector de los seguros de vida. Desde Conventia se proponen ayudar a quienes quieren cambiar su sequ-

ro actual de banca por uno con un precio más barato. Cuentan con un equipo con más de diez años de experiencia protegiendo a familias en el mundo asegurador.

- Hello Auto es una neoaseguradora andaluza que proporciona seguros más baratos a aquellos que conducen mejor. Para conocer las habilidades de conducción de cada cliente han desarrollado un dispositivo llamado Hello Auto Connect. Este elemento ofrece una gran cantidad de funcionalidades muy útiles, tiene wifi y permite amenizar los viajes.
- Livetopic es una *startup* gallega pionera en el sector asegurador, su misión es ayudar a ahorrar más y mejor con soluciones personalizadas. En Livetopic realizan un análisis personalizado de la situación actual de cada persona, y adaptan el seguro de vida según las necesidades.



La mayor parte de las 'insurtech' en España adoptan la figura del distribuidor de seguros

- Cuideo es una insurtech con sede en Madrid que ofrece cuidados a mayores a domicilio. Han desarrollado un sistema de matching que permite unir y poner en contacto a cuidadores y usuarios en pocas horas, basándose en la patología exacta la persona dependiente y la experiencia del profesional.
- Weecover es la insurtech que está revolucionando el sector con sus propuestas de embedded insurance. Desde su central en Barcelona desarrollan la integración del seguro en cualquier proceso de compra, gracias a su exclusiva tecnología ofrecen seguros con activación al instante.



Uno de los principales retos de las 'insurtech' es llegar al cliente final.



#### Acuerdos

### Liberty es el nuevo socio de bancaseguros de Bankinter

ankinter y Liberty Seguros han alcanzado un acuerdo para desarrollar de forma conjunta el negocio de Seguros a través de Bankinter Liberty Hogar y Auto, que centrará su actividad en la comercialización de productos y servicios en estas dos líneas de negocio. Mediante esta operación, sujeta a recibir las correspondientes autorizaciones, Liberty adquiere a Bankinter el 50,01% de la compañía, ya creada y registrada previamente, quedándose el banco con el 49,99% restante. Con este acuerdo, suscrito por la consejera delegada de Bankinter, María Dolores Dancausa, y el consejero delegado de Liberty Seguros, Juan Miguel Estallo, ambas entidades se comprometen a trabajar en el ámbito de bancaseguros en el largo plazo.

En palabras del CEO de Liberty Seguros, "la agilidad, el entusiasmo, la integridad y la originalidad de Bankinter es la combinación perfecta con nuestra apues-



María Dolores Dancausa (Bankinter) junto a Juan Miguel Estallo (Liberty). eE

ta por la tecnología y los productos modulares". Por su parte, la consejera delegada de Bankinter ha señalado que "la elección como socio de Liberty Seguros ha estado motivada, además de por su experiencia y trayectoria en este negocio, por su fuerte implantación en mercados en los que Bankinter está presente y en donde queremos desarrollar esta actividad, como son España, Portugal e Irlanda".

#### Salud

# Savia cumple su tercer aniversario con 75.000 clientes y más de 380.000 usuarios

avia, la plataforma de servicios de salud digital de Mapfre, celebra su tercer aniversario con más de 380.000 usuarios registrados, lo que supone un crecimiento del 46% respecto al año anterior. La compañía ofrece un amplio catálogo de servicios, con más de 20.000 productos, y cuenta con cerca de 30.000 profesionales en su cuadro médico, que permiten acceder a más de 56 especialidades clínicas. Más del 90% de los usuarios de Savia declaran que volverían a utilizar el servicio. Un resultado que se suma al incremento de casi el 200% en servicios prestados en 2021.

Durante estos tres años, los servicios más demandados en la *app* han sido la videoconsulta, que ha experimentado un incremento del 22% respecto al año anterior; el chat médico y el evaluador de síntomas, destacando el uso de Medicina General y las especialidades de Ginecología, Nutrición, Pediatría y Psicología.

"Durante estos años hemos innovado de forma continua, escuchando a nuestros usuarios e introduciendo nuevos servicios para mejorar nuestra oferta y permitirles un mejor cuidado de su salud, de una forma ágil y a la medida de sus necesidades", afirma Pedro Díaz Yuste, CEO de Savia. "Nuestro objetivo es continuar en esta línea, acompañando a nuestros usuarios y facilitando que sean ellos quienes tomen realmente el control de su salud".

En 2021, la compañía lanzó nuevos servicios, como la videoconsulta psicológica, posibilitando el tratamiento por el mismo profesional; las recetas electrónicas o la interpretación médica de las analíticas a través de la *app*. Otra de las novedades durante 2021 ha sido la posibilidad de descargar informes médicos, un servicio con más de 15.000 descargas desde su lanzamiento, así como la venta de una póliza de indemnización por hospitalización, que incluye los servicios de consulta médica *online*.



elEconomista ~

## **MARÍA JESÚS SÁNCHEZ**

Directora de operaciones de Saleshunters



# "La diversidad crea valor, crea ventajas competitivas y enriquece culturas y compañías"

Licenciada en Psicología, con más de 20 años de experiencia en el área de búsqueda de talento y vinculada al área comercial, María Jesús Sánchez se "enamoró" en 2003 de Saleshunters, un proyecto disruptivo que apostó por la digitalización y la especialización en el área de ventas, del que hoy es directora de operaciones.

Por Virginia M. Zamarreño. Fotos: eE

## ¿Cómo ha cambiado la pandemia los RRHH de las empresas?

Creo que la pandemia nos ha enfrentado a los Departamentos de RRHH a múltiples desafíos, muchos de ellos ya han sido abordados con éxito y otros están aún por llegar. Los departamentos de RRHH han tenido en un primer momento que gestionar toda la incertidumbre que generó la pandemia, fue un momento difícil de gestión de personas, y los departamen-

tos de RRHH fueron anclas en ese momento. Después se enfrentaron al desafío del teletrabajo, en muchas compañías no había ninguna política de teletrabajo y hubo que crear una forma nueva de trabajar, facilitar las herramientas que lo hicieran posible y mantener al equipo unido y alineado con los objetivos de la empresa. Otro de los retos fue la motivación y la cohesión del equipo, mantener el sentimiento de pertenencia en equipos que teletrabajan,



crear vías de comunicación diferentes y efectivas. La digitalización: se estaba trabajando antes de la pandemia y esta lo aceleró. Manteniendo el foco en las personas, se han cambiado los procedimientos y las formas.

#### ¿Y las redes comerciales?

El trabajo comercial ha sufrido un impacto por la pandemia. Antes, según el sector, había mucha presencialidad, con reuniones programadas y visitas a puerta fría, se detectaban necesidades, se realizaba la venta. La pandemia ha hecho que muchas de las fases de venta se hagan con herramientas digitales. Lo más importante en la venta es el cliente, las redes comerciales han tenido que cambiar la forma de interactuar y comunicarse con él. También, en muchos sectores se ha cambiado el procedimiento de venta.

#### ¿Cómo ha evolucionado el papel de la mujer en los puestos comerciales?

El área comercial cada día es más atracti-

## ¿Qué cualidades son las más valoradas en este tipo de puestos?

Orientación al cliente, a resultados, proactividad, planificación, tolerancia a la frustración, resiliencia, etc., hay muchas competencias relevantes a la hora de desempeñar posiciones comerciales. Los puestos en ventas son profesiones exigentes, donde se solicitan perfiles con formación, nivel de idiomas, experiencia y donde sin duda alguna las competencias son críticas para tener éxito.

# ¿Cómo ha variado la brecha de género? ¿Cómo ha influido la pandemia en la carrera hacia la igualdad laboral?

La pandemia no ha ayudado a acortar la brecha de género, hay muchas empresas que han sufrido y esto ha repercutido en la fragilidad de los puestos de trabajo y en despidos. La búsqueda de talento también se ha visto afectada por la incertidumbre económica y sanitaria y esto tampoco ha sido de gran ayuda. Sin embargo, las empresas es-

"La búsqueda de talento también se ha visto afectada por la incertidumbre económica y sanitaria"

"Los puestos en ventas son profesiones exigentes (...) las competencias son críticas para tener éxito"



va, son profesiones de vocación y de pasión. Cada día las mujeres tienen más presencia en los departamentos comerciales, las empresas apuestan por la diversidad y la paridad en sus equipos. La mujer juega un papel relevante en estos departamentos, son motores de cambio, aunque depende de los sectores, todavía queda camino por recorrer. La diversidad crea valor, crea ventajas competitivas y enriquece culturas y compañías.

#### ¿Y en esta área dentro del seguro?

El sector asegurador es un sector muy relevante en el área comercial, cuenta con gran volumen de personas en estos departamentos. Está muy orientado al cliente y a resultados, caracterizado por la eficiencia, que ha tenido que adaptarse a una nueva situación y forma de trabajo. Es un sector comprometido con la presencia de talento femenino.

tán concienciadas, numerosos estudios demuestran los beneficios de tener equipos diversos y están trabajando planes de acción que favorezcan la diversidad.

#### ¿Se romperá alguna vez el techo de cristal?

Espero que sí, cada día las compañías están más comprometidas con las personas indiferentemente de su género, pero como todos los procesos de cambio se necesita tiempo, compromiso y trabajo.

## ¿Qué le pediría al gobierno en materia de igualdad laboral?

Que sigan trabajando e impulsando la igualdad de oportunidades. Es algo en lo que debieran trabajar todos los gobiernos europeos.

#### Un deseo para 2022

Paz, Salud, oportunidades y que las ilusiones laborales de todos se puedan cumplir.

#### **Aseguradoras**

### El seguro europeo condena la invasión rusa de Ucrania

nsurance Europe, la patronal del seguro europeo, condena enérgicamente la invasión de Ucrania por el ejército ruso. "Expresamos nuestra total solidaridad con el pueblo ucraniano que está mostrando una increíble fuerza y valentía durante estos días", señalan en un comunicado. "Una prioridad para las compañías de seguros con actividades en Ucrania es tomar medidas para garantizar la seguridad de sus empleados", añaden.

Representantes del sector asegurador ucraniano se han puesto en contacto con Insurance Europe para diseñar la manera en que la industria aseguradora puede ayudar a apoyar sus esfuerzos. En este sentido, la industria europea se ha dirigido a Vyacheslav Chernyakhovsky, director general de la Asociación de Empresas de Seguros; Oleksandr Filoniuk, presidente de la Liga de Organizaciones de Seguros de Ucrania; Liudmyla Vremenko, presidenta de la



El seguro europeo muestra su apoyo al sector asegurador de Ucrania. iStock

Unión de Aseguradores de Kharkiv; Denis Yastreb, director general de la Asociación Nacional de Aseguradoras de Ucrania; y a Serhii Inshakov, director general de la Federación de Intermediarios de Seguros de Ucrania, para expresarles su solidaridad y brindarles apoyo y hacerles llegar que desde Insurance Europe se han roto relaciones con All-Russian Insurance Federation.

#### **Aseguradoras**

# AXA España remodela su comité de dirección para afrontar "una nueva etapa estratégica"

on el objetivo de acelerar la transformación, la satisfacción de clientes y distribuidores, AXA España remodela su comité ejecutivo a partir del 1 de abril simplificando el máximo órgano de gobierno e incorporando talento interno para afrontar una nueva etapa estratégica del plan 20-23. "Quiero agradecer la contribución y compromiso de todos y cada uno de los componentes del comité ejecutivo que han conseguido importantes hitos para AXA España durante estos años", afirmaba Olga Sánchez, consejera delegada de AXA España. "Ahora toca dar un paso más y acelerar aspectos vitales en la transformación para consolidar un modelo de negocio sostenible, rentable y competitivo".

Luis Sáez de Jáuregui, actual director de Distribución y Ventas asume la nueva dirección de Oferta que engloba los negocios de empresas y particulares. Mar Romero, actual directora de Levante Baleares, tomará las riendas del área de Distribución y

Ventas con el objetivo de acelerar la transformación de la distribución. Nuria Fernández, directora de Oferta Particulares, ha sido designada como nueva General Manager de AXA Madrid International Hub y SDO (directora de desarrollo estratégico) para Colombia, Brasil, Turquía y Rusia. Reportará a Antimo Perretta (CEO de Europe & Latin America Markets).

A partir del 1 de abril se crea la dirección de Clientes y Transformación. Su objetivo es el desarrollo de un modelo de relación omnicanal y multiacceso, acelerando la digitalización y potenciando el uso inteligente del dato bajo la dirección de Jorge Alba, que dejará sus responsabilidades en el área de Tecnología en manos de Carolina de Oro.

Por último, Josep Alfonso, director de Comunicación, Sostenibilidad, RRII y Fundación AXA pasará, además, a asumir las funciones de marca y publicidad, explica la compañía.

## **Seguros**

alFconomista

La importancia de la salud mental

Si algo bueno ha tenido la pandemia es haber puesto de manifiesto la necesidad de impulsar los cuidados y la atención a la salud mental, sin tabúes y sin prejuicios.

Ana M. Serrano. Foto: iStock

a OMS define la salud mental como: "Un estado de bienestar en el cual el individuo es consciente de sus propias capacidades, puede afrontar las tensiones normales de la vida, puede trabajar de forma productiva y fructífera y es capaz de hacer una contribución a su comunidad". Una persona psíquicamente equilibrada se siente a gusto con ella misma, es consciente de sus capacidades y sus carencias, es productiva, enfrenta los retos, mantiene actitudes positivas y buenas relaciones. Una mente relajada es capaz de concentrarse, tomar decisiones adecuadas, establecer objetivos realistas, relativizar el miedo o la ansiedad.

Las enfermedades mentales son afecciones que repercuten en la manera de pensar y enfrentar las dificultades, en la capacidad de relacionarse con los demás, en el humor y el comportamiento de quien las padece. La salud mental incluye, por tanto, el equilibrio emocional, psicológico y social. Los trastornos mentales pueden ser ocasionales o de larga duración. Los más frecuentes son la depresión, el trastorno bipolar, la esquizofrenia, las fobias.

La salud mental no sólo perturba el comportamiento y el ánimo, también incide en la salud física, generando patologías que pueden convertirse en crónicas. Algunos trastornos mentales se reflejan igualmente en cambios de hábitos: apetito, el sueño, el aumento o disminución bruscos del peso corporal...

Aunque cualquier enfermedad mental puede sobrevenir de forma inesperada o a causa de una situación compleja determinada, existen factores biológicos, experiencias negativas (trauma o abuso) y estilos de vida (dieta, actividad física, consumo de sustancias) que favorecen este tipo de padecimientos. Es funda-

mental tener claro que estos trastomos deben ser considerados como enfermedades y tratarse como tal.

Hasta no hace mucho, la salud mental carecía de importancia. Lo que es peor, era tabú -puede que siga siéndolo en determinados contextos sociales. Sólo se consideraba la salud física sin tener en cuenta las consecuencias que para esta tienen los trastornos y enfermedades mentales. Si, además, sopesamos que más de 300 millones de personas en el mundo sufren problemas de salud mental y entre el 35% y el 50% no reciben tratamiento -asegura la Confederación de Salud Mental España-, el panorama no se presenta halagüeño.

Por si fuera poco, la situación vivida con el Covid-19 ha empeorado los datos. ¿La parte positiva? Pues que, al menos, se está poniendo muchísima más atención en las causas y las consecuencias de las deficiencias respecto a la salud mental y se han echado abajo muchos de los prejuicios. No obstante, y gracias a los tratamientos, las personas afectadas pueden mejorar y recuperarse por completo.

La salud mental forma una parte fundamental de la salud integral.





Entrega de la X Convocatoria de Ayudas a Proyectos de Acción Social de la Fundación Mutua en la que, en el centro y de izq. a dcha., aparecen la ministra de Justicia, Pilar Llop, S.M. la Reina Doña Letizia, e Ignacio Garralda, presidente del Grupo Mutua y su fundación.

# Fundación Mutua entrega un millón de euros a 36 proyectos de ONG

Las Ayudas a Proyectos de Acción Social de la fundación de la aseguradora han cumplido 10 años. La última convocatoria acaba de entregarse en un acto presidido por S.M. la Reina.

elEconomista. Fotos: Mutua Madrileña

esde hace diez años, la Fundación Mutua convoca las Ayudas a Proyectos de Acción Social, dotadas de un millón de euros, y cuya finalidad es facilitar a las ONG españolas recursos económicos que permitan la puesta en marcha de sus proyectos de ayuda. En este tiempo la fundación ha apoyado 300 iniciativas de más de 200 entidades, que han tenido un impacto directo beneficioso en la vida de más de 335.000 personas. "El

alcance de nuestras ayudas a la acción social ha llegado a un nivel del que nos sentimos orgullosos, pienso que algo hemos hecho para hacer de este mundo un lugar mejor en el que vivir", manifestó en su discurso Ignacio Garralda, presidente del Grupo Mutua y su fundación al repasar las cifras.

En esta décima convocatoria, los 36 proyectos de entidades sin ánimo de lucro beneficiarios que se

## **Seguros**

elEconomista.

pondrán en marcha impulsarán comedores sociales para población vulnerable afectada por la crisis del Covid-19, programas para mejorar la empleabilidad de jóvenes discapacitados, migrantes o que se han quedado descolgados de la educación obligatoria, centros de salud en distintos puntos del mundo o casas de acogida para mujeres víctimas de violencia de género o trata de personas.

Las Ayudas a Proyectos de Acción Social de la Fundación Mutua se entregaron en un acto en Madrid que estuvo presidido por S.M. la Reina Doña Letizia, acompañada por el presidente del Grupo Mutua y su fundación, Ignacio Garralda, y por la ministra de Justicia, Pilar Llop.

Doña Letizia manifestó en su discurso su apoyo e impulso institucional a las distintas iniciativas que se desarrollan en el ámbito de la responsabilidad social corporativa lo que, en su opinión, implica vivir sin dar la espalda a los demás. "La responsabilidad social corporativa va de hacer preguntas como ¿cómo estás? ¿cómo te sientes? o ¿en qué te puedo ayudar? Va de escuchar las respuestas a esas preguntas y de ayudar, que es lo que hace la Fundación Mutua Madrileña con estas ayudas que entrega a 36 entidades que cubren buena parte del



### Con estas ayudas la Fundación Mutua ha logrado impactar en 335.000 personas

territorio nacional y que trabajan en muchos ámbitos diferentes".

Además, S.M. la Reina puso de manifiesto la importancia de estas ayudas, más allá de lo económico, por "la confianza, la esperanza y la sensación de que las cosas pueden mejorar y por eso nuestra admiración a la Fundación Mutua y a estas 36 entidades que desde ahora podéis dar un pasito más para ayudar a estas personas a vivir con un poco más de dignidad y con las cosas un poco menos difíciles".

Las décimas Ayudas a Proyectos de Acción Social de la Fundación Mutua, dotadas de un millón de euros, se han concedido a proyectos de entidades sin ánimo de lucro en las áreas de apoyo a personas con discapacidad, iniciativas para luchar contra la violencia de género, atención a la infancia con problemas de salud y/o en riesgo de exclusión, integración laboral de jóvenes en riesgo de exclusión social, secuelas sociales y económicas del Covid-19 en personas vulnerables (personas sin hogar, mayores y familias vulnerables) y cooperación al desarrollo. Las iniciativas, en conjunto, tendrán un impacto positivo directo en más de 72.000 personas.

#### Otros beneficiarios

En el acto presidido por S.M. la Reina también entregó la recaudación obtenida con la taquilla de los conciertos organizados en 2021 por la Fundación Mutua Madrileña a otros dos proyectos de ONG elegidos por votación de los mutualistas en la web de la propia fundación, así como los Premios al Voluntariado Universitario, a los mejores proyectos solidarios puestos en marcha por estudiantes junto a ONG. Estos premios los convoca la fundación desde hace nueve años para apoyar e impulsar la labor solidaria de los jóvenes universitarios españoles.



S.M. la Reina entrega la Ayuda a Enrique Carrero, vicepresidente de Cáritas, en presencia de Pilar Llop e Ignacio Garralda

## Diferentes formas de ayudar a los demás

Los proyectos seleccionados en la X Convocatoria de Ayudas a Proyectos de Acción Social de la Fundación Mutua Madrileña cubrirán necesidades de distinta índole. Así, en el área de atención a la discapacidad, las ONG utilizarán las ayudas, entre otros, para poner en marcha un programa de entrenamiento en habilidades sociales para personas con discapacidad intelectual o implementar un programa de envejecimiento activo en síndrome de Down.

En cuanto a la integración laboral para jóvenes en riesgo de exclusión se desarrollarán programas para mejorar la empleabilidad de chicos con adicciones o inmigrantes. En la categoría de lucha contra la violencia de género varios de los proyec-

tos tendrán que ver con la atención a las víctimas de trata de seres humanos. En el ámbito de la infancia con problemas de salud o riesgo de exclusión, los programas están encaminados al acompañamiento psicosocial de menores con cáncer y sus familias, atención educativa y emocional en un centro de menores o apoyo de urgencia para familias de niños ingresados por fallo intestinal.

Los proyectos de cooperación al desarrollo se realizarán en Etiopía, Jordania, Colombia, Burundi, Congo, Camerún y Perú. Desde hace un par de años, la Fundación Mutua también incluye en sus ayudas una categoría de apoyo a proyectos de atención a las secuelas sociales y económicas del Covid-19, en población vulnerable.



El objetivo de la nueva normativa de tráfico es disminuir al mínimo la siniestralidad en las carreteras españolas.

# Así afecta la nueva Ley de Tráfico al conductor y a su seguro de coche

En primavera entra en vigor la Nueva Ley de Tráfico, con numerosos cambios que conviene conocer de cara a circular por cualquier vía en España. Cambios que condicionarán la conducción, modificarán la convivencia entre vehículos, peatones y ciclistas y propiciarán una renovación de los seguros de auto.

Diego Fernández Torrealba. Fotos: iStock

a Nueva Ley de Tráfico, que entrará en vigor el próximo 21 de marzo, viene con numerosos cambios muy significativos para la circulación en las carreteras españolas, por lo que tendrá un fuerte impacto en la manera de conducir de los ciudadanos y en la convivencia en las vías del país entre vehículos, peatones y ciclistas. En líneas generales podemos hablar de un serio endurecimiento de las medidas, en busca de una reducción de la siniestralidad,

aunque haya normas que contarán con apoyo casi unánime y otras que pueden generar polémica, como las referentes a los adelantamientos. Pero no nos adelantemos (nunca mejor dicho) y vayamos con algunas de las principales novedades que integra la normativa de la ley:

Endurecimiento de las sanciones: varias de las infracciones al volante se penalizarán más severa-



La nueva Ley de Tráfico entrará en vigor el 21 de marzo.

mente. Sujetar el móvil con la mano mientras se conduce supondrá perder seis puntos del carnet (cuando antes eran tres); no utilizar o colocar mal tanto el cinturón de seguridad como otros elementos de protección se penalizará con cuatro puntos, uno más que anteriormente; poner en peligro a ciclistas al adelantar y/o no dejar la distancia mínima obligatoria al realizar esta acción costará seis puntos (y 200 euros), algo que antes se penalizaba con cuatro puntos; y tirar cosas a la carretera



La nueva Ley de Tráfico endurece las sanciones a los conductores que incumplan las medidas

por la ventanilla supondrá perder seis puntos, dos más que en el pasado.

La norma introduce dos novedades en los adelantamientos. La primera, respecto a los ciclistas, obligará, en vías con más de un carril por sentido, a cambiar de carril para dejar más espacio lateral; la segunda elimina la posibilidad, tanto a los turismos como a las motocicletas, de rebasar en 20 km/h los límites de velocidad máximos en carreteras convencionales cuando adelanten a otros vehículos.

En el caso de perder puntos del carnet, se podrán recuperar en caso de que el conductor no cometa infracciones durante dos años. Y además, realizar cursos de conducción segura y eficiente también servirá para recuperar un par de puntos. En cuanto a los exámenes para el carnet de conducir, usar dispositivos de intercomunicación no autorizados durante las pruebas devendrán en una multa de 500 euros y la prohibición para el infractor de presentarse a los exámenes en los próximos seis meses.

#### Alcohol y drogas

La nueva ley impone más severidad al respecto. Los conductores menores de edad de motos hasta 125 cc, bicis u otros dispositivos de movilidad personal no podrán circular si su tasa de alcohol es superior a cero. Además, los vehículos que se matriculen a partir del 6 de julio de 2022 estarán equipados de serie con sistemas antiarranque que se activarán en caso de que el conductor haya bebido.

Además, los motoristas podrán utilizar dispositivos inalámbricos homologados en el casco, siempre que sirvan para la comunicación o la navegación y no afecten a la seguridad; infringir los requisitos de acceso a una zona de bajas emisiones constituirá una infracción grave y supondrá 200 euros de multa; y los vehículos de conducción autónoma estarán integrados en la norma de la nueva ley, aunque aún no se ha especificado de qué manera.

#### Influencia de la nueva ley en el seguro

Dibujado el panorama... ¿en qué modo puede esto afectar al sector asegurador y a los productos que comercializa? En primer lugar, en la ampliación de las coberturas, adaptándose a la circulación por las calles y carreteras de un parque móvil cada vez más variado, desde los coches autónomos a los eléctricos pasando por los vehículos de movilidad personal. Desarrollando o creando seguros específicos o ampliando las garantías de los va existentes para contemplar las recientes variables que entran en juego, así como los nuevos riesgos. Como la nueva norma es en líneas generales más restrictiva, eso puede dar lugar a que se establezcan más sanciones y multas que en el pasado, lo que desembocará en un uso más habitual por parte de los conductores de la garantía de asesoría y defensa jurídica de su seguro. Igualmente sucederá en caso de retirada del permiso de conducción, un escenario en el que el sector tiene mucho que ofrecer. Los productos aseguradores serán cada vez más completos y variados con el fin de adaptarse a la realidad actual. Un factor que -unido al desarrollo e implementación de la tecnología precisa para atender de una manera más rápida y eficaz al cliente y al fortísimo alza del coste de la vida en los últimos tiempos- impactará a buen seguro en una subida en el precio de la mayoría de los seguros de auto.

# El impacto de la guerra llega también al seguro

La invasión rusa de Ucrania frustra los planes de recuperación económicos tras los peores meses de la pandemia y marca un nuevo punto de inflexión en la economía de todo el mundo.

Virginia M. Zamarreño

esde que a finales del mes de febrero Rusia comenzara la invasión de su vecina Ucrania, son muchos los acontecimientos y las reacciones para tratar de frenar la escalada bélica. Dejando a un lado las innumerables y dolorosas vidas perdidas en el conflicto, las consecuencias para la economía europea y casi mundial no se han hecho esperar, como consecuencia de la incertidumbre y la volatilidad de los mercados, tanto financieros como energéticos.

En los primeros compases del ataque ruso, la compañía de seguro de crédito Euler Hermes vaticinaba en un informe que el conflicto tendrá "importantes consecuencias económicas y financieras, a través de tres canales de transmisión: la energía, el comercio y el sector financiero". Su evolución y su impacto de-



El conflicto ha disparado la volatilidad de los mercados financieros y el precio de la energía, en especial gas y petróleo. iStock



penderán de cómo se desarrollen las sanciones actuales y futuras, cuyo objetivo es tratar de ahogar la economía rusa para forzar un alto de la guerra.

#### El peligro de la inflación

El informe de grupo asegurador prevé un escenario con un importante impacto en la inflación -ya de por sí disparada- con repuntes de hasta 100 puntos básicos; un impacto en el crecimiento económico de al menos medio punto (-0,5%) y un repunte de los diferenciales de la deuda pública y privada de entre 20 y 60 puntos básicos. Mutuactivos, la gestora de Mutua Madrileña también ha analizado las consecuencias del conflicto bélico, con especial atención al precio del gas en Europa que mantendrán elevada la inflación más tiempo del esperado. Además, la entidad advierte de que "los bancos centrales podrían perder margen en política monetaria y los gobiernos en política fiscal" para tratar de paliar las consecuencias de una economía recalentada pero que no crece, la tan temida "estanflación".

Además, los economistas señalan que en el escenario actual de conflicto que tiene un importante riesgo de saltar a otros países europeos, advierten de un aumento del déficit en las economías que decidan aumentar su gasto destinado a las fuerzas armadas, lo que supondría la reducción de las partidas de inversión.

Entre los inversores particulares, entrar en un escenario de guerra provoca la contracción de la inversión privada, que se destina en su mayor parte a bienes y valores refugio, como es el caso del oro que, al cierre de esta edición (8 de marzo), alcanzaba un precio de 1.843,66 euros por onza, un 15,55% más que solo una semana antes.

#### La energía, en máximos

En las dos primeras semanas del conflicto, si algo ha sufrido las consecuencias de la invasión rusa es el precio de la energía, con picos de hasta 700 euros/MW/h, pulverizando todos los récords anteriores. Este sobrecoste supondrá un importante golpe para los hogares españoles. Los expertos de Euler Hermes destacan que el conflicto elevará un 30% adicional la ya de por sí abultada factura energética de los hogares, lo que en España supondrá un coste de cerca de 2.000 euros anuales.

Para más de la mitad de los hogares, el exceso de ahorro no es suficiente para absorber el impacto sobre la renta que supone el aumento de las facturas de energía. "Si no se adoptan nuevas medidas de apoyo estatal, la reducción resultante del gasto de los consumidores podría reducir el crecimiento del



El conflicto ha desplazado a cerca de 1,7 millones de ucranianos. AFP

PIB en -0,4 puntos porcentuales en España. En el peor de los casos, el coste del crecimiento derivado del menor gasto de los consumidores podría llegar a ser de hasta -1,1 puntos porcentuales", advierte Euler Hermes. En este contexto, señalan que se necesitará un apoyo estatal adicional de cerca de 10.000 millones de euros en España. "Actuar tanto sobre la demanda -el racionamiento de las actividades no esenciales- como sobre la oferta -las reservas estratégicas- podría ayudar: un recorte del suministro para usos no energéticos del petróleo y el gas aumentaría la oferta para usos energéticos en un 6% en España", concluyen.

#### Cómo afecta al mercado asegurador

En un contexto como el actual y ante un posible alargamiento del conflicto por la resistencia de Ucrania al invasor, será inevitable que el sector asegurador sufra ciertas consecuencias. Entre estas, el alza automática de los precios de los seguros de transporte marítimo y de aviación. La explicación: se trata de una zona con un elevado número de rutas aéreas y marítimas.

Además, aunque antes del conflicto ya se había desatado una "guerra" cibernética, la invasión rusa ha disparado las actuaciones cruzadas de hackers rusos y occidentales. Esto impulsará, de nuevo, los precios de los ciberseguros al alza. Y, como no, la inflación también hará de las suyas en el sector asegurador, disparando los costes de las prestaciones de servicio y de las indemnizaciones de las pólizas, lo que obligará a las aseguradoras

Seguros 22

elEconomista.e



Un hombre condUce su bicicleta entre edificios residenciales bombardeados en la ciudad de Chernihiv el 4 de marzo. Dimitar Dilkoff/AFP

a trasladar esa alza del coste en los precios de los seguros. Los expertos del sector prevén que los ramos más afectados sean los de autos y hogar.

Aunque no todo es malo, un efecto secundario de la incertidumbre y el miedo que provoca un conflicto bélico es que aumentan las ganas de protegerse, y eso puede acabar en un repunte de las ventas de pólizas de seguros, pero ¿qué cubren los seguros en una querra?

#### Seguros en tiempos de guerra

La realidad es que la cobertura de los seguros en caso de guerra es muy limitada, en la mayoría de las pólizas están excluidos expresamente por defecto los daños causados por un conflicto bélico. Como explica Javier Caamaño, de Mapfre, "la cobertura de los riesgos de guerra está muy limitada al ámbito del transporte internacional", herencia del siglo XIX y de las primeras pólizas modernas de comercio marítimo, contratadas para protegerse en el caso de que un barco fuera hundido por el ataque militar de un país enemigo.

Los riesgos de guerra se mantienen asegurados hoy en el sector de marine, el que asegura barcos, mercancías, aviones, etc. Aquí es habitual contratar coberturas para conflictos bélicos, pero es habitual hacerlo con entidades especializadas como Garex, un consorcio de riesgos de guerra del que Mapfre forma parte. "Son pólizas o coberturas con sus propias condiciones, reglas y usos, y cuando estalla un conflicto, las primas para ciertas zonas pueden dispararse, según apuntan profesionales del ramo".

En el resto de los ramos, las coberturas de riesgo de guerra se dejaron de contratar hace décadas, en 1938 -a las puertas de la Segunda Guerra Mundial y con la Guerra Civil española en marcha- las aseguradoras del mercado londinense pactaron la exclusión de la guerra para el negocio no marine. La razón es que los riesgos derivados de un conflicto armado son demasiado grandes como para poder cubrirlos. La cláusula NMA 464 dejaba fuera de las coberturas: "La pérdida o daño ocasionado directa o indirectamente por, ocurriendo mediante o como consecuencia de guerra, invasión, actos de enemigos extranjeros, hostilidades (haya o no declaración de guerra), guerra civil, rebelión, revolución, insurrección, poder militar o usurpado, o confiscación o nacionalización o requisición o destrucción o daño a la propiedad por o bajo la orden de cualquier gobierno o autoridad pública o local".



NMA 464 es la cláusula que excluye explícitamente la cobertura del riesgo de guerra

La cláusula NMA 464 se ha mantenido casi intacta hasta nuestros días, con un punto de inflexión en el 11S, los atentados de las Torres Gemelas de Nueva York de 2001, que incluyó el terrorismo entre las grandes exclusiones de las pólizas generales.

En España, el sector asegurador cuenta con el Consorcio de Compensación de Seguros, entidad que depende del Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital, que se encarga de cubrir los riesgos extraordinarios. Y también excluye expresamente "conflictos armados, aunque no haya precedido declaración de guerra", aunque sí cubrirían "hechos o actuaciones de las Fuerzas Armadas o de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad en tiempo de paz", siempre que se cuente con una póliza de seguro en vigor.

# Cinco novedades clave para los autónomos en 2022

La digitalización se ha convertido en una prioridad a todas las escalas y la laboral no es una excepción. Sin duda este sector protagoniza una buena parte de los factores a tener en cuenta de cara a este año y a los próximos.

Diego Fernández Torrealba. Foto: iStock

a transformación digital sigue su avance imparable en este 2022, y como trabajadores autónomos debemos tener en cuenta la influencia que este proceso tendrá respecto a nuestra manera de trabajar. Con la tecnología como gran protagonista, desde el *software* de facturación *online* Quipu apuntan varias claves a considerar por parte de los emprendedores para seguir con su continua adaptación a este entorno cambiante e incrementar (o cuando menos mantener) su eficacia y rentabilidad. Son estas:

- Nueva Ley Antifraude: entró en vigor hace unos meses, el 11 de octubre, y una de sus medidas más importantes es la prohibición del uso de *softwares* que permiten la *caja B* o, dicho de otra manera, que amparan la opción de manipular la contabilidad y falsear las cuentas. Tanto los fabricantes de este tipo de programas de facturación así como las epresas que los usen se exponen a ser sancionados.
- Digitalización de trámites: las administraciones públicas han ido abandonando progresivamente el modelo analógico en favor del digital, y cada vez exigen más esa vía a los usuarios para la comunicación o la tramitación de documentos. La tecnología, pese a los riesgos que puede implicar su mal uso, sirve para ganar tiempo y simplifica numerosas tareas.
- Cambios en las cuotas de autónomos: la cuota se incrementará en un 1,7%, tanto en la base mínima de cotización como en la máxima. Los tipos de cotización aplicados a las bases serán de 28,30% para las contingencias comunes, 1,30% por contingencias profesionales, 0,10% por formación profesional y 0,90% por cese de actividad. Por otra parte, se mantienen los servicios públicos a los que tienen acceso estos profesionales: atención sanitaria, incapacidad debido a enfermedad o accidente, baja por paternidad y pensión de jubilación, orfandad o viudedad.
- Obligado aumento en la productividad: un objetivo clave para los trabajadores por cuenta propia en este mundo que va tan deprisa y no espera a nadie que se quede dormido. Por eso hay que procurar tomar las decisiones oportunas y llevar a cabo las ac-



Los autónmomos se enfrentan a múltiples retos en los próximos meses.

ciones precisas en pro de conseguir la mayor eficacia posible.

- Subida de pensiones mínimas y cotización por ingresos reales: las primeras se incrementan en un 3%, mientras que la segunda, que en principio se iba



Los cambios en las cotizaciones sociales son una de las mayores preocupaciones del colectivo

a realizar este año, se aplaza hasta 2023. Una decisión que ha sido muy criticada por las asociaciones de autónomos, que viven un momento complejo agravado por el continuo alza de los precios y las altas cuotas que deben abonar al Estado para poder desempeñar su labor.

#### 'Insurtech'

### Mapfre lanza una nueva convocatoria global para 'startups'

nsur\_space by Mapfre ha lanzado una nueva convocatoria del programa fast-track-to-market donde se busca captar iniciativas de todo el mundo que quieran crecer en el mercado asegurador. La convocatoria permanecerá abierta hasta el 31 de marzo y va dirigida a compañías en fase temprana o en crecimiento que ya tengan un producto en el mercado asegurador y quieran escalar, o bien que quieran adentrarse en el sector mediante una alianza. La convocatoria va destinada también a scaleups que puedan estar interesadas en acelerar su expansión internacional con nosotros.

Insur\_space ofrece a las *startups* la posibilidad de lanzar un piloto en menos de seis meses junto a cualquier entidad de Mapfre a nivel global, incluyendo las marcas digitales del Grupo: Verti y Savia. A diferencia de la mayoría de los programas dirigidos a emprendedores, insur\_space ofrece hasta 100.000



Insur\_space es el programa de aceleración de 'startups' de Mapfre. eE

euros de financiación sin entrar en el accionariado de las *startups*. La convocatoria se centra en tres verticales: salud y bienestar, riesgos climáticos y ciberseguridad para pymes.

Las tres ediciones anteriores de Insur\_space han dado lugar a un gran número de acuerdos nacionales e internacionales, explica la compañía.

#### Movilidad

# El 16% de los coches que circulan por las carreteras españolas se compró en pesetas, según Sumauto

l envejecimiento del parque de coches en España se está acelerando en el actual contexto de pandemia y crisis de stock, de modo que un 37% de los vehículos supera ya los 15 años de antigüedad, según datos de MSI para Sumauto. Pero, si hablamos del umbral a partir de 20 años, el parque es del 16%, es decir, uno de cada diez coches en circulación se compró en pesetas. Este envejecimiento ha encontrado en la actualidad nuevos acicates para seguir creciendo. Por un lado, existen aún reticencias al uso del transporte público, en tanto la cifra de usuarios de transporte urbano en 2021 fue un 33% inferior a la de 2019, según el INE.

Esta realidad del transporte colectivo unida a una vuelta gradual al teletrabajo favorece la movilidad privada. En concreto, el número de empleados que está teletrabajando ahora es un 8%, la mitad que cuando se inició la pandemia, según el Observatorio Nacional de Tecnología y Sociedad (ONTSI).

Todo ello está generando una demanda de movilidad que, sin embargo, el mercado de vehículo nuevo y el de usados jóvenes no está siendo capaz de absorber por la falta de stock causada por la crisis de los microchips. Así, por cada VN vendido se están vendiendo 2,3 usados; pero es que una tercera parte de esos VO tiene más de 15 años.

De este modo, las operaciones se concentran en vehículos usados viejos, pues el mercado aún no ha sido capaz de restablecer la normalidad y faltan 400.000 transacciones que recuperar entre VN y VO, con muchos conductores reteniendo sus vehículos en espera de que la crisis de stock amaine. Y es que, solo en usados, el stock de diésel y gasolina cayó un 28,4% en 2021, mientras que la oferta de etiqueta ECO cayó un 23,6% entre mediados y finales de 2021, por lo que hay mucha menos oferta disponible para aquellos conductores que desean cambiar de coche o adquirir su primer coche.



Mirenchu del Valle, secretaria general de Unespa, junto a Pilar González de Frutos, presidenta de la patronal del seguro español.

# 28 millones de euros para proyectos de investigación y ayuda social

El fondo solidario del seguro dona 28 millones de euros para apoyar la investigación científica y sanitaria contra el Covid-19 y paliar sus consecuencias económicas y sociales.

Redacción. Foto: eE

a irrupción de la pandemia en España llevó a 107 aseguradoras asociadas a Unespa a constituir un fondo solidario del seguro con el que hacer frente a las consecuencias del coronavirus. En un primer momento, se suscribió un seguro de vida con subsidio por hospitalización para más de 1 millón de trabajadores de centros sanitarios y de residencias de mayores y de discapacidad.

En 2021, una vez culminado el proceso de vacunación entre el personal de dichos centros, se decidió reorientar la línea de actuación del fondo. Así fue como 28 millones de euros fueron destinados a proyectos de investigación científica y sanitaria, a iniciativas de carácter social, así como a promover la cultura de la prevención y concienciar a la sociedad española de la necesidad de colaborar entre todos para superar esta crisis.

Este programa de donaciones vio la luz el pasado junio con el nombre de Estar Preparados. En el ámbito científico y sanitario se han respaldado proyectos de investigación desarrollados por instituciones como el Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC), el Instituto de Salud Carlos III (ISCIII) o la Sociedad Española de Médicos Generales y de Familia (SEMG).

Con estas tres donaciones, el seguro ha querido dar un espaldarazo a la ciencia y, de esta forma, contribuir a superar la crisis sanitaria. Las entidades participantes en el fondo solidario del seguro también han deseado seguir apoyando al personal de centros sanitarios y de residencias de mayores y de discapacidad por el esfuerzo y la dedicación mostrada al cuidado de todos ante las sucesivas olas de la pandemia.

Esta es la razón por la que, desde el pasado septiembre, se encuentra abierta una línea telefónica de atención psicológica gratuita dirigida a este colectivo, así como a sus familiares. Este servicio es prestado por la Fundación Salud y Persona (FSyP) y estará operativo durante un año. Se estima que hasta 4 millones de personas pueden beneficiarse del mismo.

#### El seguro, con los más necesitados

Las medidas adoptadas para combatir el Covid-19 han tenido graves consecuencias económicas y sociales para muchos ciudadanos en España. Por eso, el fondo solidario del seguro estableció como segunda línea de actuación la financiación de varios proyectos de carácter social llevados a cabo por organizaciones de referencia como Cruz Roja, Cáritas o la Federación Española de Bancos de Alimentos (FESBAL).

Todos ellos van dirigidos a apoyar a los colectivos que más han sufrido los efectos de la pandemia. Entre los beneficiarios figuran familias con pocos recursos, personas en situación de desempleo, mayores, menores de edad, etc.

El Covid-19 es un desafío mundial que sólo se resolverá generalizando la inmunización frente al virus. Por eso, además de las acciones llevadas a cabo en España, el sector asegurador nacional ha querido ir más allá y respaldar los esfuerzos de UNICEF para promover una distribución equitativa de vacunas y la inoculación en países de rentas bajas y medias bajas.

elEconom*1*5ta.s

# ¿Estamos listos para el metaverso?

A día de hoy, el metaverso es solo un concepto que tardará varios años en materializarse como un único universo virtual donde la vida fluya de manera natural e interconectada.

Ana M. Serrano. Fotos: iStock

odo el mundo habla de ello. de ese nuevo mundo virtual que tiene toda la pinta de invadir el hasta ahora único espacio conocido. Si no de invadir, sí de cambiar para siempre la manera de acceder a Internet, de navegar, de trabajar y de comprar online. Se trata del metaverso, ese lugar extraño donde al parecer va a suceder la vida futura. Aunque lo cierto es que, hoy en día, la mayoría de las personas tenemos más preguntas que respuestas. Aparte del revuelo que está generando el concepto y de su relación con el 5G, las cadenas de bloques, las criptomonedas o los NFT (tokens no fungibles), el metaverso se puede definir como un espacio virtual interactivo, persistente, descentralizado, inmersivo e hiperrealista. En principio, la puerta de acceso se abre a través de la tecnología: la realidad aumentada y la realidad virtual. Una vez en el interior, las personas se mueven de la misma forma que en la vida real: van de compras, de concierto, al teatro, quedan con amigos... Sin pantallas de por medio y sin moverse de casa. La verdad es que suena un poco raro eso de vivir una especie de mundo paralelo, alternativo, con la tecnología actual. Y es que con el metaverso llega una serie de dispositivos, aplicaciones y recursos tecnológicos que, aunque ya conocidos, aún deben evolucionar. Y mucho.

Los mundos virtuales no son nuevos. Antes del *boom* de la palabrita (y el concepto), en cuya globalización Facebook tuvo mucho que ver cuando cambió por Meta el nombre de la compañía, los universos virtuales llevan tiempo existiendo, sobre todo en el ámbito de los videojuegos. *Roblox* o *Fortnite* son buenos ejemplos de las experiencias actuales más cercanas al metaverso.

El término -una acrónimo de *meta*, más allá, y universo, *verso*- proviene de la literatura de ciencia ficción, concretamente se acuñó por Neal Stephenson en la novela *Snow Crash* (1992) y hacía alusión a una ciudad simulada digital donde las personas comparten espacio y experiencias inmersivas. A partir de entonces, ya en los tiempos de la web 2.0, empresas de desarrollo de *software* como Linden L3) se lanzaron al diseño de mundos digitales en 3D y modelos de entornos variados a los que se accede mediante gafas de realidad virtual y otros dispositivos





personales. Los habitantes de esos lugares son avatares personalizados que interactúan entre ellos.

#### Aplicaciones en la (futura) vida diaria

Es posible que las redes sociales sean las primeras en adaptarse a esta nueva etapa internauta. Amén de las intenciones de Zuckerberg, planean sobre el ciberespacio otras plataformas que apuestan por opciones novedosas y con valor añadido. Por ahí andan Woonkly y Tunel -redes sociales descentralizadas que permiten convertir en NFT y comercializar todo el contenido que se publique en ellas- u Horizon Worlds, por ahora en beta, que promueve las relaciones virtuales en un entorno de dibujos animados. Además de admitir juegos o redes sociales, el metaverso combinará economías, espacios comerciales, ocio, foros, servicios de noticias, de banca o de mensajería, entornos de trabajo y aprendizaje, identidades digitales que se integrarán de manera descentralizada.

El porvenir apunta hacia la desaparición de las webs, las aplicaciones, el correo electrónico, la banca online, la mensajería instantánea o las televisiones interactivas tal y como las conocemos ahora mismo. Se transformarán seguramente. Tampoco hará falta tener diferentes cuentas de usuario y contraseñas para cada una de ellas. La descentralización y la interoperabilidad impondrán una única identidad para acceder a todos los servicios disponibles.

A día de hoy, el metaverso es solo un concepto que tardará varios años en materializarse como un único universo virtual donde la vida fluya de manera natural e interconectada. De hecho, lejos trazarse la ruta para un desarrollo uniforme, existen infinidad de entornos alternativos, sin conexión entre ellos que únicamente comparten ciertas tecnologías de acceso. Cada uno dispone de su puerta de entrada (ordenador, tableta, móvil, gafas de realidad virtual o aumen-

tada), sus condiciones y normas. No existe aún una tecnología universal, tampoco una infraestructura consensuada de diseño, sino espacios virtuales autónomos en modo experimental.

Este lienzo en blanco salpicado de ecosistemas amorfos y versos sueltos dista mucho de ser la plataforma del futuro inmediato. Aunque grandes como Facebook, Google, Nvidia o Microsoft van a saco a conquistar el futuro universo virtual, todavía es pronto para hacerse ilusiones. Por otro lado, el coste de los equipos, los dispositivos, los requerimientos técnicos... son demasiado elevados como para que la mayoría pueda acceder a ellos y, por tanto, afiliarse al universo virtual del metaverso. Las tecnológicas tendrán que afinar. Porque esa es otra de las claves del éxito, que sea asequible y todo el mundo pueda disfrutar de él.



Una de las claves del futuro éxito del metaverso es que todo el mundo pueda disfrutar de él

No solo el desarrollo tecnológico y de infraestructura dificulta el avance hacia tal realidad. Los aspectos legales, penales, la publicidad, la privacidad y la seguridad de los datos, el acceso de los menores o la gestión de los pagos tampoco están del todo claros. Habrá que diseñar un código ético común en estos entornos y definir su aplicación. La capacidad de controlar las reglas de la interacción con el metaverso también va a ser muy importante para los usuarios. Lo que sí es evidente es que la transición se desarrollará de manera paulatina. El proceso es complejo y llevará tiempo. Lo avisan tecnólogos que, como Edgar Martín-Blas, CEO de Virtual Voyagers, apuestan por la realidad mixta, la interacción entre el mundo real y el virtual.



El metaverso promete aglutinar economía, finanzas, ocio y compras, además de ocio y entretenimiento en un universo virtual.



La compañía de asistencia ha recibido el certificado EDGE MOVE por las prácticas para alcanzar la igualdad.

# Allianz Partners dedica el mes de marzo a la igualdad de oportunidades

La compañía de asistencia apuesta por la igualdad y remarca su compromiso con la obtención de varios certificados, la implicación con iniciativas como RedEWI y el apoyo a la atleta paralímpica Susana Rodríguez como ejemplo de igualdad de oportunidades y superación.

Redacción, Fotos: iStock

a igualdad de género es el quinto de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas, y es uno de los objetivos estratégicos de Allianz Partners. La compañía de asistencia y seguros dedica su compromiso en el mes de marzo a la igualdad de oportunidades entre géneros y al impulso del liderazgo femenino, uno de los compromisos estratégicos es los que está comprometida toda la organización, comenzando por su CEO, Borja Díaz. Y, para hacerlo, la compañía lleva tiempo reforzando y ofreciendo visibilidad a las distintas herramientas y acciones que desarrolla para elevar la calidad del empleo, la flexibilidad, el apoyo a la familia y el desarrollo profesional. Según datos de la Comisión Europa, la brecha salarial en

España entre hombres y mujeres es del 11,9%, es decir, los hombres ganan casi un 12% más respecto a las mujeres. Allianz Partners hace frente a esta realidad apostando por la igualdad y la conciliación en todos los ámbitos.

#### Más de un 70% de mujeres

El 71% de la plantilla total de Allianz Partners está compuesta por mujeres, de las cuales el 63% se encuentran en puestos de responsabilidad y el 44% de dirección y liderazgo. "Estos números son el reflejo de una compañía que entiende la importancia de la igualdad de género y acceso a las oportunidades profesionales", destaca Borja Díaz, CEO de Allianz Partners, quien asegura que "facilitar el acceso de



la mujer a roles de liderazgo es una prioridad para Allianz Partners España y esperamos que podamos servir de inspiración para otros agentes sociales".

Recientemente, Allianz Partners España recibió la certificación EDGE (Economic Dividends for Gender Equality), en concreto, el segundo nivel: EDGE MOVE, que la sitúa como empresa proactiva en torno a la Igualdad de Oportunidades entre géneros. Esta certificación se suma al también nivel B del certificado EFR (Empresa Familiarmente Responsable), otorgado a la compañía el pasado ejercicio por la Fundación MásFamilia.

Estas certificaciones responden "al grado de implicación y compromiso que tiene la entidad en términos de igualdad de género, pago equitativo, y prácticas de *i*gualdad y cultura inclusiva", señala Allianz Partners.

La certificación EDGE pone en valor las prácticas que ha desempeñado la entidad para ser un ejemplo en términos de igualdad de oportunidades, que, además, son visibles desde el momento en que un empleado inicia su camino en la compañía.

"En los procesos de selección, evitamos cualquier tipo de sesgo: desde la publicación de la oferta que se hace con un lenguaje neutro; hasta su incorporación donde siempre ocupará el puesto la persona con mayor cualificación y aptitudes, independientemente de su sexo", explica Amparo Merino, responsable de Bienestar y Prevención de Allianz Partners España.

#### Apuesta por el talento femenino

Respecto a las promociones internas, según los últimos datos aportados por Allianz Partners, el 73% corresponde a mujeres. La conciliación es una de las claves que ha permitido impulsar el crecimiento profesional de la población femenina dentro de

la organización. Según los datos más recientes, del total de la plantilla, un 12% de mujeres han sido promocionadas en el último año y el 3% tienen familiares a su cargo.

La empresa de seguros y asistencia apuesta por un trato equitativo, pero también por dotar a la plantilla de herramientas que faciliten la conciliación familiar, tanto para mujeres como hombres. Un ejemplo de ello es su adhesión a los principios del compromiso BabyFriendly, entre los que destacan no discriminar a los padres, por el hecho de ser hombres, buscando la visibilidad de la igualdad de género en la conciliación. Ofrecer información a sus empleados sobre sus trámites y derechos legales por paternidad o maternidad y ser flexible ante la realidad a la que se enfrenta cada empleado, lo que lleva a apoyar su crecimiento laboral sin discriminación por género.

#### Corresponsabilidad

La compañía aboga por contribuir a disminuir la brecha creada por las funciones socialmente atribuidas a mujeres y trabaja el concepto de corresponsabilidad. Para ello, Allianz Partners lanza una serie de encuestas breves a su audiencia en redes sociales e internamente entre sus colaboradores. En ellas plantea diferentes escenarios y pregunta: ¿de quién es la responsabilidad?

"Hoy no se trata de lo que las mujeres somos capaces de hacer física e intelectualmente. Debemos cambiar nuestra forma de hacer las cosas, asumiendo que no existen tareas intrínsecamente vinculadas al sexo; como se pudiera pensar sobre el cuidado de los hijos o familiares. Para que exista una plena igualdad, ambos sexos tienen que asumir su responsabilidad. La conciliación sin corresponsabilidad no tiene sentido", explica Amparo Merino responsable de Bienestar y Prevención de Allianz Partners España.





Los trabajadores con algún tipo de discapacidad cerraron 2019 con una tasa de paro del 24% en España.

# Discapacidad y pensión: cuando planificar la jubilación es clave

Los trabajadores con discapacidad se enfrentan a numerosos desafíos, y no solo están desarrollados con la causa de su discapacidad. La brecha salarial y la discriminación les obligan a planificar con tiempo su jubilación.

V.M.Z. Fotos: iStock

pesar del esfuerzo por su inclusión tanto profesional como social, las personas con discapacidad cerraron 2019 con una tasa de paro cercana al 24%, de acuerdo con datos del Instituto Nacional de Estadística (INE). De acuerdo con datos del Instituto Santalucía, cerca de 500.000 trabajadores activos tienen reconocido algún grade de discapacidad. El 53% una discapacidad física; el 14% sensorial y el 33% intelectual y mental.

El 81% de los trabajadores con capacidades diferentes desarrolla su carrera profesional en el sector servicios, frente al 12,4% del sector industrial y al 6,6%

de la construcción. Un dato relevante es que el 62% de los trabajadores activos con discapacidad tienen más de 45 años, mientras que las personas activas sin discapacidad en este grupo de edad son el 42%. El 64% de los dispuestos a trabajar han completado estudios medios frente a un 52% de las personas sin discapacidad; y un 25% tiene un título universitario, cuando el 42% de las personas sin discapacidad completan estudios superiores.

#### Cotización

Para impulsar el empleo de las personas con discapacidad, existe un sistema de bonificaciones o reduc-

## **Seguros**

elEconomista.

ciones en las bases de cotización a la Seguridad Social que realizan las empresas en nombre del trabajador. Estas bonificaciones aumentan cuando la empresa contrata a profesionales con discapacidad severa, mujeres, mayores de 45 años y con carácter indefinido. Las reducciones de las que se pueden beneficiar las empresas cuando los contraten bajo un contrato de prácticas o de formación y aprendizaje son también mayores cuanto menor sea su tamaño. El Instituto Santalucía recuerda en su Guía Temática para trabajadores con discapacidad que las pymes se benefician de mayor porcentaje de reducción que las grandes empresas.

Y algo a tener en cuenta: estas bonificaciones y reducciones en las cotizaciones sociales no afectan a los derechos de pensión futuros de las personas con discapacidad, ni de forma positiva ni negativa. "La pensión por jubilación de estas personas no se verá alterada por el hecho de que la empresa se haya beneficiado de estas bonificaciones en la contratación de estos trabajadores", señalan los expertos del Instituto Santalucía.

#### Adelantar la jubilación

Además, los trabajadores con una discapacidad reconocida pueden adelantar la edad ordinaria de jubilación mucho más que aquellas que no presentan discapacidad y, además, no se penaliza la cuantía de la pensión por jubilación que reciben.

El colectivo de personas con capacidades diferentes sufre más altibajos en su carrera profesional que los trabajadores sin discapacidad. En el caso de que el trabajador dejase de trabajar y, por tanto, de cotizar a la Seguridad Social, como consecuencia del agravamiento de su dolencia y si no percibiese ningún tipo de prestación pública por incapacidad permanente o pasase directamente a ser pensionista de jubilación, puede suscribir un convenio especial.

Pero debe cumplir algunos requisitos. Por ejemplo: ser mayor de 18 años y menor de 67; o tener 65 años cuando se acrediten 37 años y 3 meses de cotización. Además, deben estar afectadas por un grado de discapacidad reconocido igual o superior al 33% para las personas con parálisis cerebral, las personas con enfermedad mental o las personas con discapacidad intelectual; o al 65% para las personas con discapacidad física o sensorial.

Para poder suscribir este convenio especial no deben figurar en alta o en situación asimilada a la de alta en ningún régimen del Sistema de la Seguridad Social, ni en cualquier otro régimen público de protección social. Y sí deben estar inscritos en los servicios públicos de empleo como demandante de empleo y no haber estado ocupado por un período mínimo de seis meses, inmediatamente anteriores a la fecha de la solicitud de suscripción de este convenio. En el caso de que de-



La brecha salarial también se da en este colectivo de trabajadores.

jase de trabajar, pero se convirtiese en desempleado, obtendría una prestación por desempleo, de la que se detraería la cotización para su jubilación.

#### **Brecha salarial**

Uno de los principales escollos que aún queda para la igualdad entre los trabajadores es la brecha salarial, y no se produce sólo cuando hablamos de género. Las personas con una discapacidad igual o superior al 33% sufren cierta discriminación salarial. De acuerdo con los últimos datos disponibles, los trabajadores con discapacidad obtuvieron una ganancia bruta anual un 17,3% inferior a la de las personas sin discapacidad. Esta brecha es mayor para los trabajadores con discapacidad intelectual, ya que su retribución anual puede llegar a ser la mitad de la que recibe una persona sin discapacidad.

Y esto influye de forma considerable en la cuantía que percibirán una vez jubilados. Por ello, aunque se demanda una mayor integración de este colectivo en el mercado laboral y se lucha por aumentar el reconocimiento de sus derechos, es recomendable que las personas con discapacidad planifiquen adecuadamente su jubilación, para aprovechar las ventajas que disponen en la actualidad y para adecuar sus ingresos futuros al gasto que necesitarán realizar una vez jubilados, que estadísticamente será mayor.



**Seguros** 

elEconomista.

RSC

### Iris Global facilita la conciliación con las jornadas 'Días sin Cole'

I pasado 28 de febrero, día no lectivo en algunos territorios del país, Iris Global celebró una nueva edición de sus jornadas 'Días sin cole', una iniciativa corporativa que busca facilitar la conciliación laboral y familiar de sus empleados. El proyecto de la compañía lleva en marcha varios años y ha sido desde su inicio muy bien acogido por toda la comunidad de la compañía, que tras cada edición recibe muchas valoraciones y comentarios por parte de las familias participantes.

Las actividades propuestas están pensadas para niños entre los 3 y 14 años, que se conectan *online* desde sus casas y tienen lugar hasta la hora de la comida. La programación de estos días está diseñada para fomentar el aprendizaje y el desarrollo de la imaginación en un ambiente lúdico y acompañado por profesionales. Los niños se disfrazaron, se realizó un quiñol y se divirtieron con el Gran juego



Imagen de una de las actividades de los 'Días sin Cole' de Iris Global. eE

de la Oca que consiste en diferentes pruebas adaptadas a cada edad. Asimismo, los más mayores, en calidad de premonitores, ayudaron a los más pequeños, convirtiéndose en jefes de equipo. Este tipo de jornadas se celebran cada año también en torno a puentes como el del Pilar o el de diciembre, mostrando el compromiso de Iris Global con el buen trato a los clientes y también a sus empleados.

RSC

# Santalucía consolida su colaboración con la Asociación Española Contra el Cáncer

antalucía ha renovado sus acuerdos de colaboración con la Asociación Española Contra el Cáncer (AECC) y la Fundación Aladina con el objetivo de, un año más, seguir concienciando, investigando y luchando contra esta enfermedad. De esta manera, continúa la colaboración de Santalucía con la AECC en las campañas y acciones de la asociación para hacer frente al cáncer desde la prevención, la investigación y el acompañamiento de las personas enfermas y sus familias. Además, la compañía, por tercer año, colabora con su Programa Activa tu Mente: "Fenómeno Chemobrain" que busca mejorar las funciones cognitivas que se ven afectadas tras los tratamientos oncológicos y, a su vez, la calidad de vida de las personas que participan, mediante el desarrollo de actividades cognitivas y estrategias para el día a día.

La compañía mantiene el apoyo al programa de Cuidados Paliativos de la entidad con la financiación

de un servicio de transporte que facilita los traslados de equipos médicos a los domicilios de niños con cáncer que se encuentran en fase terminal.

El grupo asegurador colabora desde hace más de cinco años con la AECC y la Fundación Aladina en la lucha contra esta enfermedad, además de apoyar a otras entidades que anualmente salen elegidas en su programa de contribución social "Tú eliges a guién ayudamos", como ha sido el caso de El Sueño de Vicky, CRIS Contra el Cáncer, CNIO y Fundación Josep Carreras. Estas colaboraciones se integran en la estrategia de RSC y sostenibilidad del Grupo Santalucía con el propósito de contribuir al bienestar de las personas y responder a sus necesidades sociales. Además, forman parte de su compromiso con la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), en especial el ODS 3, Salud y bienestar; y el ODS 17, Alianzas para lograr los objetivos.



# Cómo prevenir una gran dimisión en las empresas españolas

Existe una máxima que por desgracia se olvida con frecuencia en el mundo laboral: la mejor manera de que una compañía sea productiva es teniendo motivada a su plantilla.

Diego Fernández Torrealba. Foto: iStock

n la búsqueda de un mayor rendimiento y productividad los responsables de tomar las decisiones a veces descuidan la importancia de que sus empleados estén adaptados, felices e identificados con la empresa. Por eso se genera un desarraigo en muchos de ellos que desemboca en su marcha a otra compañía (o en su deseo de irse); o, por lo menos, en una menor motivación y un rendimiento laboral inferior.

¿Cómo conseguir trabajadores identificados con la compañía en la que trabajan? La *startup* Woffu aporta varias claves interesantes que recogemos aquí:

El talento se cultiva y alimenta, no se retiene. El primer error a veces reside en la expresión retener talento, un enfoque quizás inadecuado pues el término atañe a ejercer poder sobre el trabajador para que se quede, no a motivarle y darle herramientas para que decida seguir al sentirse identificado con la empresa y sus objetivos.

Hacer más llevadero y entretenido el trabajo. Hay que procurar no complicar la vida a los empleados, detectando las carencias existentes y mejorando los procesos, algo fundamental en esta época de cambio. Valorar la salud física y mental de la plantilla y cuidar de su motivación personal y profesional, teniendo en cuenta -además de una adecuada adaptación al teletrabajo si fuera el caso- valores como conciliación, diálogo, desconexión digital e incluso diversión. Puede trabajarse en un entorno laboral responsable y profesional sin dejar de lado el buen humor y generándose un ambiente natural, cercano y distendido.

#### Escuchar a los empleados

La comunicación debe ir en dos direcciones, no sólo en una. Escuchar a los trabajadores, desde sus inquietudes a sus ideas sobre el trabajo, confiando y apoyándose en su criterio, no sólo desemboca en buenos resultados, sino en que la plantilla sienta que



Alimentar el talento, promocionarlo y mejorar la comunicación son las claves

se le tiene en cuenta y aumente su implicación. Además, es importante la comunicación entre el personal, aunque sea de distintas generaciones, pues promueve el buen ambiente laboral, la suma efectiva de talentos distintos y una eficiente dinámica de trabajo en equipo. Buscar espacios de comunicación entre los trabajadores también es muy positivo.

Promover el talento interno. Hay que valorarlo y promoverlo, formando y dando puestos de responsabilidad y/o un aumento de sueldo o algún otro incentivo a quienes han estado tanto tiempo al pie del cañón si así lo merecen. Quizás no sea necesario realizar un proyecto de selección para incorporar a alguien de fuera pues la persona adecuada está ya en la empresa.



# Qué hacer si su perro tiene sobrepeso u obesidad

El sobrepeso y la obesidad pueden suponer problemas de salud, también en los animales. Cuanto más cerca estén de su peso ideal tendrán un mejor estado de salud, mayor esperanza de vida y evitarán la aparición de enfermedades

Diego Fernández Torrealba. Foto: iStock

star en un peso excesivo puede acarrear enfermedades cardiacas, provocar diabetes o generar malformaciones en los animales, dañando sus articulaciones y su espalda o provocando artritis.

Los perros afectados por este problema son muchos. La Real Sociedad Canina de España apunta que entre el 30% y el 60% de los canes tienen sobrepeso -superando entre un 15% y un 30% el peso establecido como normal para su raza- e incluso obesidad, cuando rebasan ese límite del 30% de exceso.

La buena noticia es que, como en el caso de los humanos, generalmente tiene solución con el paso del tiempo, constancia y realizando una buena planificación. Como dueños y cuidadores, les ofrecemos algunos consejos para cuidar este aspecto tan importante.

Dieta: sana y equilibrada, procurando que sea adecuada al tamaño y raza del animal y sus condiciones particulares. La cebolla, el chocolate, el azúcar y los dulces están prohibidos, y las sobras de la mesa suelen tener muchas calorías. Los alimentos saludables son generalmente ricos en fibra y bajos en grasa; por supuesto el pienso, pero también la zanahoria, la calabaza cocida o el arroz integral.

Ejercicio: al igual que la dieta debe ser equilibrado, sin someter al animal a palizas excesivas que pueden ser perjudiciales para su salud. Igual que nosotros no pasaríamos de una vida sedentaria a correr una maratón, debemos procurar que los animales tengan el tiempo necesario para andar, jugar y correr cada día, procurando que se muevan, pero sin cansarse

Adelgazamiento progresivo: cuidado con bajar en gran medida la cantidad de comida que se le suministra o darle una dieta insuficiente. El perro debe adelgazar poco a poco, pues resulta peligroso que baje demasiados kilos en poco tiempo. Con que reduzca su peso en un 1-2% cada semana hasta llegar a lo ideal es suficiente.

Consejo de especialistas: por supuesto, hay que confiar en el conocimiento de los expertos, desde un nutricionista a un veterinario. Su información y consejos nos servirán de guía para ayudar al can a perder peso de una manera sana y equilibrada.

Realizar un programa de adelgazamiento con las indicaciones que nos den los profesionales en función de las características del perro. Este plan debe abordar los alimentos a ingerir y el tiempo dedicado a pasear o hacer ejercicio, así como monitorizar el peso del perro periódicamente, realizar un registro diario de la ingesta de comida y estudiar los problemas de salud adicionales que pudieran haber provocado o agravado el sobrepeso.



# Segurostv

CARA
DE
TU
COM Entrevistas
PANIA
PANIA
SEGU
ROS

IVISÍTANOS!
segurostv.es

#### **Ahorro**

### Los 'Planes Crecientes' de NN incorporan criterios sostenibles

a familia de soluciones *Planes Crecientes* de Nationale-Nederlanden (NN) incorporan criterios ASG en su toma de decisiones de inversión, sumándose así a otros productos como el *Sistema Duplo y Contigo Futuro* que ya mantienen estos criterios de inversión en activos ambientales, sociales y de buen gobierno corporativo. Así, fomentar la inversión sostenible en sus soluciones de ahorro e inversión se suma al compromiso de promocionar acciones de RSC, diversidad e inclusión, sostenibilidad y protección del medio ambiente, con el objetivo de "ayudar a cuidar de lo que más importa".

En línea con los ODS de Naciones Unidas y el Acuerdo por el Clima de París, del que NN es firmante, la compañía cuenta con el bienestar de las personas y del planeta como uno de los pilares de su estrategia. "Como compañía que protege el futuro de las personas, tenemos mucha responsabilidad. Por eso



Carlos González Perandones, CEO de Nationale-Nederlanden en España. eE

queremos ser propulsores de un cambio de mentalidad que venimos observando en nuestros clientes y que nuestros productos no solo busquen el beneficio individual y la protección de nuestras personas cercanas, sino que también beneficien al conjunto de la sociedad y que mejoren la vida de las comunidades más vulnerables", asegura Carlos González Perandones, CEO de NN España.

#### Resultados

## El Grupo Catalana Occidente gana 468 millones de euros en 2021, un 73% más que un año antes

I Grupo Catalana Occidente ha cerrado el ejercicio 2021 con un resultado consolidado de 468,3 millones de euros, un 73,4% más respecto al año anterior. Este aumento viene motivado por la positiva evolución del resultado ordinario y el crecimiento del volumen de negocio, que se incrementa un 7,1% hasta alcanzar los 4.882,5 millones de euros. El resultado ordinario del negocio tradicional avanza un 2,3% hasta los 244,2 millones de euros, mientras que el volumen de negocio (total de primas facturadas) aumenta un 3% en comparación con el año anterior, hasta los 2.801 millones.

En este incremento del volumen de negocio destaca la positiva evolución en diversos, multirriesgos y vida, con crecimientos del 6%, el 5,1% y el 3,7%, respectivamente. Por su parte, el ratio combinado en el negocio tradicional (no vida) se sitúa en el 88,9%, 0,3 puntos porcentuales más. Respecto al negocio del seguro de crédito (Atradius Crédito y Caución, y

Atradius Re), su resultado ordinario se sitúa en 241,8 millones, recuperando la actividad y resultados previos a la crisis sanitaria, gracias a las acciones de gestión de riesgos realizadas. Asimismo, el volumen de negocio del seguro de crédito -primas facturadas más ingresos por información- alcanza los 2.081,5 millones de euros, un 13,2% más.

El resultado técnico neto del seguro de crédito se sitúa en 309,7 millones de euros, un 281,4% más que en el ejercicio anterior. A su vez, el ratio combinado bruto de reaseguro del negocio del seguro de crédito mejora en 29,9 pp hasta el 64,2%.

El grupo asegurador afirma que tiene una posición financiera y de solvencia sólida. El ratio de solvencia estimado a cierre de 2021 es del 220%, 4 pp más que el año anterior. Asimismo, los recursos permanentes a valor de mercado se incrementan un 11,3% hasta 5.191,5 millones de euros, señalan.



Viajes

### Iris Global amplía su red de asistencia internacional en Colombia



Iris Global y Fundación Valle del Lili han alcanzado un acuerdo de colaboración. De esta forma, la compañía amplía su red de proveedores internacionales y mantiene sus estándares de calidad en asistencia en viajes por todo el mundo.

La Fundación Valle del Lili es un referente en la prestación de servicios de salud, gracias a un personal altamente especializado, tecnología de punta e infraestructura hospitalaria que permite ofrecer atención integral y segura. Para ello, también cuenta con una plantilla de casi 7.500 personas, más de 700 médicos, más de 100 especialidades y 215 camas de UCI. Además, dispone de una Oficina Internacional en la que cuidan a los usuarios internacionales y velan por el bienestar integral del paciente para que su proceso de recuperación durante su estancia en el país sea el meior posible.

Aseguradoras

### Asisa estrena delegación en Valencia



Asisa ha trasladado su delegación en Valencia a unas oficinas en la calle del Poeta Querol 11. "Permitirán ofrecer a los asegurados de la compañía una atención más cercana y personalizada".

Asisa atiende en la provincia de Valencia a más de 200.000 asegurados en los diferentes ramos en los que opera la compañía (salud y dental, vida, decesos, mascotas, accidentes y asistencia en viajes).

La aseguradora ha puesto en marcha un modelo de delegación totalmente digitalizada, en el que se ha eliminado el uso del papel en los diferentes departamentos y se han creado espacios de trabajo abiertos para facilitar la coordinación de los equipos y la atención a los asegurados. Además, el Grupo Asisa ha reforzado su red asistencial propia, que le diferencia de su competencia y permite ofrecer a una atención médica especializada de alta calidad.

RSU

### Allianz donará 12,5 millones de euros en ayuda humanitaria a Ucrania



El grupo asegurador Allianz pondrá a disposición 10 millones de euros para apoyar los esfuerzos humanitarios a raíz de la invasión de Ucrania por parte de Rusia; junto con hasta 2,5 millones de euros para igualar las donaciones de los empleados.

El primer millón de euros se donará de inmediato a la Cruz Roja Alemana para brindar asistencia humanitaria a los desplazados por el conflicto y los necesitados en Ucrania. Allianz también igualará las donaciones de los empleados con hasta 2,5 millones de euros. La compañía señala que "a su debido tiempo se anunciarán más detalles sobre este programa". De esta manrea, Allianz se suma a numerosas compañías del sector que han recaudado fondos para donar a organismos internacionales y ONG centradas ahora en canalizar la ayuda humanitaria para los refugiados y desplazados por la guerra.

Salud

### hna incluye nuevos servicios digitales para sus asegurados de salud



Los asegurados con pólizas de Salud de hna cuentan con nuevos servicios digitales gratuitos. Entre ellos, el botón SOS hna, la citación online con profesionales médicos y la prescripción de receta virtual. A través del botón SOS hna, los asegurados de la compañía pueden requerir atención médica urgente, exclusivamente en caso de emergencia, que cuenta con un sistema de geolocalización móvil con el que se puede conocer la ubicación del

solicitante para agilizar su auxilio.

También destaca como novedad la incorporación progresiva de profesionales del cuadro médico, que actualmente cuenta con 1.300 centros de referencia en toda España y más de 40.000 especialistas, al servicio de solicitud online de cita médica, pudiéndose llevar a cabo dicha consulta en las modalidades presencial, vía telefónica y/o por videollamada.

# Madrid se deja seducir por el gusto francés

'El gusto francés y su presencia en España' aborda las vías de penetración del gusto francés en España a través de más de cien obras elaboradas entre los siglos XVII y XIX.

Ana M. Serrano. Fotos: Fundación Mapfre

e trata de un proyecto transversal que incluye pintura, escultura, artes decorativas y dibujos. Es el resultado de una profunda labor de investigación que ha permitido sacar a la luz obras que se daban por desaparecidas. Abarca un periodo de tiempo tan extenso que su magnitud no puede entenderse sin la aproximación al contexto histórico en el que se desarrolla. Por ello, la muestra analiza también aspectos como las relaciones diplomáticas, la construcción de las identidades nacionales o la historia del coleccionismo.

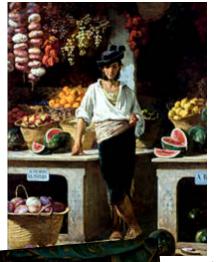
A principios del XVII, cuando la Francia de Luis XIV arrebata el puesto a España como potencia política y económica, comienza a gestarse el fenómeno conocido como "el gusto francés". Se inicia en la es-

cena artística como reflejo de la política absolutista del monarca y se caracteriza por el retorno al estilo clasicista. En España se importa como sinónimo de refinamiento. Tal concepto se consolida en nuestro país en el siglo XVIII, con la llegada de los Borbones al trono. El coleccionismo influye de manera definitiva en la adopción de la estética francesa entre la nobleza, trasladándose posteriormente a las nuevas clases adineradas que se aferran al retrato civil como imitación de las costumbres aristocráticas.

El retrato civil -considerado hasta entonces por la Academia (igual que el paisaje) como menor- conoce un apogeo inusitado gracias a la superación de los códigos tradicionales y una nueva modernidad que lo sitúa como manera de afianzar la posición social.

A mediados de la siguiente centuria, el monopolio del gusto cambió de manos. Un gran número de artistas e intelectuales galos se sintieron atraídos por el exotismo de nuestras gentes y nuestras tierras. Esta visión román-







La exposición se podrá visitar hasta el 8 de mayo.

tica que se alejaba del canon se extendió entre los impresionistas, encabezados por Édouard Manet.

La exposición, estructurada de manera cronológica en diez secciones, recoge este proceso. Parte del momento que comienzan a llegar piezas de arte francés a nuestro país y se cierra cuando se produce el fenómeno contrario.

Los capítulos iniciales exhiben las primeras piezas galas adquiridas durante el reinado de Carlos II. Las secciones dedicadas al siglo XVIII recogen la eclosión del gusto francés impulsado por Felipe V, el primer Borbón español que hace honor a su origen francés importando la estética de Versalles y París. La Guerra de la Independencia marcó el inicio del declive del gusto francés y su paulatina sustitución por el gusto español. A modo de epílogo, la exposición presenta obras de Manet o Fantin Latour que evidencian este cambio en la mirada artística.

## Consejos para gestionar una queja en tres pasos

A veces no nos enseñaron cómo hacerlo, pero hoy queremos ayudarle en esta gestión del autocontrol en el caso de que tenga ganas de quejarse.

Elena Fernández, CEO de N-Acción. Foto: iStock

uejarse produce desahogo a nuestro cuerpo, al expulsar el enfado y volver de nuevo a un equilibrio. Eso sólo se produce si se realiza de una manera controlada y con un sentido, sino suele producir desgaste o coste emocional o bien conflictos que bien podrían evitarse.

Realizar una queja poniendo el intelecto a nuestro servicio es vital. Por eso, antes de "saltar" y provocar un conflicto mayor, le recomendamos esta efectiva técnica de tres pasos que se denomina: El semaforito (con funciones similares a este útil regulador del tráfico que evita accidentes mayores):

#### Luz roja

Parar como si estuviera en rojo el semáforo. En lugar de saltar y lanzar improperios, que a veces nos salen sin esfuerzo y sin pensar, se necesita que la persona pare física y psicológicamente y se conceda un pequeño espacio para no hacer nada, con la finalidad de no activarse y no reaccionar con efervescencia. Daniel Goleman, autor del best seller "Inteligencia Emocional", diría que de esta forma estamos impidiendo un secuestro emocional: una reacción súbita que activa nuestra amígdala -el centro de nuestras emociones-, y nos impide pensar con claridad desde nuestro neocórtex, la parte que nos hace racionales y más puramente humanos.

#### Semáforo en ámbar

Pensar como si estuviera en ámbar el semáforo. Hay que valorar las opciones posibles que hay en ese momento y entre ellas elegir cómo podemos actuar de la forma más favorable. Sopesar nos hace más inteligente, incluso se puede hablar con más personas para ampliar más perspectivas. Este momento es útil y creativo. Necesario poder diferenciar el acto de la persona. El hecho puede estar mal, lo cual no significa que la persona sea buena o mala, competente o incompetente, sino que hizo algo que no se ajusta a lo esperado y es lo que cabe destacar, sin señalar o juzgar a la persona para que no se sienta atacada. Importante también buscar si en todo lo que ha sucedido hay algo que queremos que se mantenga igual. Pueden estar cosas bien hechas que conviene valorar, así la persona sentirá que no todo está mal, sino una parte, y esta aproximación puede ser más favorable.

#### Luz verde

Actuar como si ahora el semáforo ya estuviera verde y nos permitiera seguir. Significa dar un paso adelante, empezar a ponerse en marcha con la opción que hemos previamente elegido y practicarla, esperando que sean consecuencias favorables y sabiendo también que puede que no lo sean. Sea como fuere, lo que resulte nos aportará información y sabremos qué queremos seguir aprendiendo para la próxima vez: Qué mantengo, qué incorporo, qué desactivo. El reto está servido.



La queja nos permite desahogarnos y volver al equilibrio si se hace de forma controlada.

Δrte

## Caser asegura las 42 obras de 'El Greco. Los pasos de un genio'

aser Seguros es la aseguradora de la exposición *El Greco. Los pasos de un genio*, en la que se exhibirán casi medio centenar de obras entre las que se incluyen pinturas procedentes del Museo Nacional del Prado, el Museo Thyssen-Bornemisza o el Museo del Greco, entre otras. La exposición, valorada en más de 100 millones de euros, estará asegurada bajo la modalidad *Clavo a clavo*. Esta cobertura cubre el transporte de las obras desde su localización original; las operaciones de embalaje, desembalaje, manipulación e instalación en la exposición, el periodo de estancia; y el transporte de regreso de la obra a su localización original o a cualquier otro punto que se designe.

La obra completa cuenta con 26 óleos del artista cretense, además de 16 cuadros que muestran su seña de identidad creados por Goya, Velázquez, Picasso, Murillo, Ribera y Sánchez Coello; entre las



La exposición podrá visitarse hasta el 29 de mayo en el Museo Goya. eE

que podrán contemplar composiciones como *Expulsión de los mercaderes del templo, Aparición de la Virgen a San Lorenzo, Las lágrimas de San Pedro, San Lucas* o el *Retrato de Diego de Covarrubias y Leyva*. Esta exposición se configura como una de las principales citas artísticas de la Comunidad de Madrid y podrá visitarse hasta el 29 de mayo en el Museo Goya de Fundación Ibercaja, explica la compañía.

Aseguradoras

# Hiscox revela las tendencias de la digitalización del mercado del arte para el año 2022

a última edición de *ARCO* ha incluido, por segundo año consecutivo, el formato NFT en su muestra. Esta sinergia del mundo del arte tradicional con los entornos digitales es cada vez más común. Y pone de manifiesto la cada vez mayor digitalización del sector. Desde 2019, las ventas de arte *online* han crecido un 280% según el *Informe de Arte Online de Hiscox*. La compañía recopila las tendencias que determinarán el futuro de este sector.

Aumento de la presencia online de vendedores tradicionales: el comercio de arte apunta cada vez más hacia una transición al comercio online. El 69% de las plataformas de venta online encuestadas por Hiscox considera que los grandes vendedores de arte tradicional se convertirán también en los grandes actores del espacio digital. La segunda tendencia es la irrupción de los NFT en el mercado del arte, con ventas por valor de más de 3.000 millones de euros en los primeros meses del año pasado. La

tercera tendencia será que los mercados de arte online continuarán siendo locales, según el 59% de los encuestados, lo cual supone un aumento de casi el 20% desde 2020 (41%).

Además, existen tantos mercados como manifestaciones artísticas. Por eso el 59% de las plataformas de arte *online* considera que esa segmentación en nichos de mercado se mantendrá en el futuro. Comprender esta división permitirá a las aseguradoras y corredores de arte ofrecer pólizas más aproximadas al día a día de los clientes.

Hiscox prevé la fragmentación del mercado. En el mundo del arte clásico, la mayor parte del mercado se concentra en unas pocas manos. Sin embargo, la gran proliferación de opciones de venta *online* ha supuesto una democratización y la tendencia apunta a que el mercado de arte en su versión *online* continuará fragmentándose en el futuro.

# Comer francés en pleno corazón de Madrid

En el barrio de El Viso, en el distrito de Chamartín, 'Brasserie Lafayette' es un referente de la cocina francesa en Madrid.

Ana M. Serrano. Fotos: eE

s a mediados de 2021 cuando *Brasserie Lafayette* le abre sus puertas en su actual ubicación para profundizar y desarrollar al detalle todo el abanico gastronómico puro francés. Pero, en realidad, se trata de un restaurante con una historia y recorrido fascinantes. Todo comienza en Edimburgo, en 1998. Sébastien Leparoux se lanza a la conquista de las tierras escocesas con los sabores y aromas de su Bretaña natal. Su idea inicial, perfeccionar el inglés mientras trabaja en un famoso restaurante francés de la capital galesa, experimenta un cambio inesperado. El local cierra. El chef bretón, formado en la Escuela de Hostelería de Guérande, emprende su propio camino. Así nace la típica *brasserie* con nombre de general francés.

En ese tiempo, Leparoux conoce a su mujer, madrileña, y tres años después se trasladan a Madrid. El periplo en la capital comienza en Las Tablas, una zona joven con grandes posibilidades y, entonces, escasa oferta hostelera. El éxito no se hizo esperar y tras la pandemia, *Lafayette* se renueva. A escasos metros de Príncipe de Vergara, en una callecita coqueta y escondida, la *brasserie* es un rincón abierto a la tradición gala donde, en un ambiente acogedor y romántico, se despliegan la esencia y la sensibilidad de la cocina tradicional francesa.

El local es un remanso de paz, decorado con esmero. Las gruesas cortinas rojas (tan parisinas) otorgan al espacio un aire teatral encantador que contrasta con las vigas vistas de estilo industrial. La terraza, cubierta de vegetación, invita al sosiego y la intimidad a ritmo de jazz y música francesa.

Tras los fogones se encuentra Sara Peral. Solo tiene 30 años y ya ha recorrido algunas de las cocinas más prestigiosas de nuestro país: *Mugaritz, Diverxo* y *Coque*. Ella, cuya cuidada técnica y amor por el producto le han permitido profundizar en los diversos aspectos culinarios internacionales, desarrolla en *Lafayette* una equilibrada carta que combina cocina de mercado, esencia y sabor del recetario tradicional.

Los clásicos -la sopa de cebolla, la ratatouille, la terri-



La terraza del nuevo local de Brasserie Lafayette en Madrid.



Gastronomía francesa.



Uno de los acogedores comedores.

na de foie gras mi-cuit o el paté de champán- alternan con exquisiteces tan sofisticadas como las ancas de rana, los mejillones *Bouchot* al vapor, el lomo de corzo braseado o la raya meunière. No faltan los platos de cuchara (cassoulet y lentejas caviar con vieiras) ni las carnes típicas de la gastronomía gala. Los postres hacen honor a la tradición gourmande del país vecino e incluye versiones de especialidades internacionales.

La bodega *Lafayette* es fundamentalmente francesa, aunque incluye vinos de Jerez y de Oporto. Todos ellos son genuinos, con carácter y difíciles de encontrar en otros restaurantes madrileños. Recorrerla es disfrutar de cada una de las zonas vinícolas (y uvas) de Francia: desde el clásico Borgoña *(pinot noir)* a los blancos del Ródano *(roussane, garnacha blanca o marsanne)*. Y champanes, claro, algunos de añadas emblemáticas, especialmente exquisitos.

# 'Serum4All': todos para uno, uno para todos

Unisex y ligero, llega 'Serum4All', la rutina de belleza de piel completa: un solo producto, un solo paso para el cuidado integral de rostro, cuello, escote y manos.

Ana M. Serrano. Fotos: eE

omo los héroes de Alejando Dumas. Así es *Serum4All*, el cosmético disruptivo creado para simplificar las rutinas de belleza: un todo en uno de textura ligera que sirve para el cuidado integral de rostro, cuello, escote y manos. Al igual que el duque de Buckingham necesitaba a aliados para luchar contra las conspiraciones del malvado Richelieu y sus esbirros, la piel no solo se enfrenta al paso del tiempo y los factores ambientales. También el estilo de vida acelerado dificulta la ejecución de los protocolos imprescindibles para defender la epidermis de las agresiones externas.

Pero rendirse no es una opción. Existe la fórmula para mantener una piel hidratada, luminosa y perfecta sin desplegar a diario un batallón de tratamientos cosméticos gracias a los cinco años de investigación de los laboratorios españoles Spain-Lab Pharmaceuticals. *Serum4All* concentra en un solo producto todos los ingredientes necesarios. Su exclusiva fórmula no grasa, incorpora un *mix* de

potentes activos reafirmantes y antiarrugas -ácido hialurónico hidrolizado de bajo peso molecular y vitaminas C y E-, además del ácido que elimina las células muertas, ayudando a lucir una piel brillante y tersa.

A ellos se unen los tres elementos (patentados por la firma) que potencian y prolongan los resultados del bastión primario.

Aquí, los mosqueteros: Aquaxil. El agente hidratador. Proporciona a cada tipo de piel el alimento y la bebida necesarias, estimulando la síntesis de ceramida. Su efecto reafirmante ayuda a reducir las bolsas y ojeras causadas por la edad o la fatiga.

Prorenew Complex CLR. La tecnología probiótica. Acelera los procesos de renovación de la piel, mejorando su brillo, textura y calidad.

*Ormesia*. El filtro antipolución. Potente y perfecto, combate los efectos de la contaminación y la exposición al sol.



Serum4all, el 'todo en uno' para la piel.

La fórmula es unisex y apta para todo tipo de pieles. Incluso en las más sensibles se perciben los resultados desde la primera aplicación, tanto en el rostro, como en el contorno de ojos, cuello, escote y manos, una zona muy expuesta a agresiones externas y climáticas. Ellas dicen mucho de las personas y por este motivo, cuidarlas y mimarlas se ha convertido en un paso imprescindible del *skincare*, con la ventaja de que este cosmético no deja una sensación grasa.

Serum4All se presenta en un envase de 100 ml, un tamaño superior al de la mayoría de sueros del mercado. Esto alarga su duración durante aproximadamente tres meses, multiplicando el poder revitalizante para regenerar las pieles apagadas y equilibrar las mixtas y grasas, que le otorga su exclusiva fórmula. Para conseguir el máximo efecto, basta con aplicar mañana y noche y masajear la zona durante unos segundos hasta que el producto penetre totalmente. Así de sencillo.

