

EL SEGURO DE SALUD MEJORA LAS COBERTURAS EN CASO DE ENFERMEDADES GRAVES

La mejora en las técnicas diagnósticas y los tratamientos llega a las pólizas de salud

REPORTAJE

**REASEGURO: RADIOGRAFÍA
DEL ALIADO INFALIBLE
DE LAS ASEGURADORAS**





Salud | P8

El seguro de salud mejora su atención de las enfermedades graves

Casi 11 millones de españoles están cubiertos por un seguro privado de salud, pero no todas las pólizas ofrecen la misma cobertura en caso de enfermar de forma grave.



Consejos útiles | P32

Una radiografía del aliado infalible de las aseguradoras

El reasegurador es un gran desconocido para la ciudadanía, pero su papel es muy relevante a la hora de determinar el precio del seguro.

Movilidad | P20

Presente y futuro del coche autónomo

Aunque parezca que se ha estancado, la evolución del coche autónomo acelera y en 2046 muchos expertos prevén ya su expansión a las carreteras de todo el mundo.

RSC | P26

El sector asegurador se coloca a la cabeza en RSC e inversión social

El 85% de las entidades aseguradoras mantiene una política activa de responsabilidad social corporativa y destinan alrededor de 112 millones de euros al año a ello.



Entrevista | P14

Lorena Núñez Laballós, directora financiera de Asociación Europea

La directiva nos señala que “uno de los grandes retos de la compañía y del sector será mejorar la experiencia del cliente”.



Ahorro | P30

Planes de pensiones de empleo, sí, pero no a costa del ahorro privado

El Gobierno quiere impulsar el segundo pilar de las pensiones, el ahorro previsional empresarial, pero deja fuera a pymes y autónomos.

Edita: Editorial Ecoprensa S.A.
 Presidente Editor: Gregorio Peña.
 Director de Comunicación: Juan Carlos Serrano.

Director de elEconomista: Amador G. Ayora Coordinadora de Revistas Digitales: Virginia Gonzalvo Diseño: Pedro Vicente y Alba Cárdenas
 Fotografía: Pepo García Infografía: Clemente Ortega Coedita: Marketing Site, S.L. Seguros TV
 Director de elEconomista Seguros: Ramón Albiol (ralbiol@segurostv.es) Jefa de redacción: Virginia M. Zamarreño (revista@segurostv.es)



La colaboración público-privada, más necesaria que nunca

La sanidad es uno de los ejemplos más claros de los beneficios que tiene la colaboración público-privada. En el año 2020, el seguro de salud fue uno de los ramos que más creció dentro del sector asegurador, un 5,1% en primas, hasta superar los 9.000 millones de euros. También crece en asegurados y ya supera los 11 millones, en un año en el que la contracción económica fue la protagonista. También lo fue la pandemia, y la constatación de que, sin unos sistemas sanitarios unidos y fuertes, el colapso está garantizado. La sanidad privada, ya sea a través del seguro de salud o de forma particular, ayuda al Sistema Nacional de Salud a descargar trabajo a los hospitales públicos. De acuerdo con los datos de Fundación IsdÍ, la sanidad privada representa el 29,2% del gasto sanitario total en España, lo que supone el 2,7% del PIB. Además, se estima que el ahorro generado por el seguro privado se situaría entre 1.368 euros al año -si el paciente usa exclusivamente el sistema privado- y 506 euros -si realiza un uso mixto de la sanidad, utilizando tanto sanidad pública como privada-.

■
**La sanidad privada
 representa el 29,2%
 del gasto sanitario total
 en España, lo que supone
 el 2,7% del PIB**

Durante la pandemia, la sanidad privada reivindicó su papel para ayudar a descongestionar los hospitales públicos. En algunas Comunidades Autónomas su colaboración fue más estrecha que en otras, según ha manifestado en numerosas ocasiones desde marzo de 2020 Aspe, la patronal de la sanidad privada en España. Con todo, a pesar de algunas trabas políticas, ideológicas y burocráticas, la sanidad privada atendió al 19% de los pacientes afectados por Covid-19 y al 14,2% de los pacientes ingresados en unidades de cuidados intensivos por esta enfermedad.

■
 En cuanto a su actividad asistencial fuera de la pandemia, de acuerdo con los últimos datos disponibles, de 2018, la sanidad privada realizó el 30,2% de las intervenciones quirúrgicas; el 23,7% de las altas y el 24,4% de las urgencias de todo el territorio nacional en alguno de sus 441 hospitales repartidos por todo el territorio español. Esto representa el 56% del total de centros hospitalarios, con 50.960 camas (el 32% de todas las existentes). Y en esa asistencia se incluyen, pese al mito arraigado en la sociedad, las enfermedades graves. El cáncer, los infartos, los problemas cardiovasculares y muchas otras patologías sí están cubiertos por el seguro de salud privado. Pero, eso sí, la póliza debe ser la adecuada. Es, además, en algunos de los centros privados donde se desarrolla buena parte de la investigación científica y médica que da lugar a nuevos tratamientos más personalizados, menos invasivos y más eficaces. En el reportaje de portada de este número de *elEconomista Seguros* de noviembre, ahondamos en el papel que el seguro tiene en el tratamiento de las patologías más graves, con algunos ejemplos de pólizas desarrolladas específicamente para este cometido. Además, podrán encontrar otros interesantes contenidos relacionados con el seguro, el motor y, también, el ocio. Feliz lectura.



Carlos Lluch
Corredor de seguros

¿Discriminación en seguros? ¡Hayla!

La Inteligencia Artificial se llama así porque *artificia* significa *hecho por el hombre*. No defino "inteligencia", que eso es harina de otro costal. Por ello, ese dechado de virtudes que nos venden como si fuera infalible y ausente de todos los vicios humanos no es sino la traslación a código y algoritmos de los sesgos, anclajes y creencias que tienen quienes la programan para que haga cierta cosa y saque los datos que interesan (y no otros).

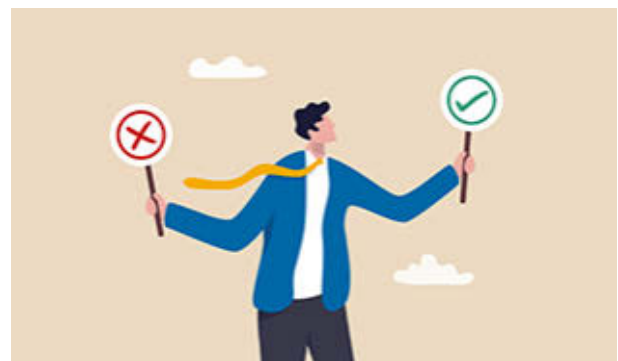
Entre otras cuestiones, además, hay que saber que esa IA no aporta -tras el análisis de un porrón de datos- certeza de nada, tan solo probabilidades de que algo sea parecido a lo que se busca. Y, claro, lo que se busca no puede ser demasiado complejo o tendríamos a la máquina pensando demasiado tiempo para que, al final, saque pocos datos lo cual no sería rentable. Es por ello por lo que las IA me parecen muy interesantes siempre que seamos capaces de apoyarlas con lo que no tienen: sentido común.

Resulta problemático aceptar que ahora mismo haya aseguradoras que nos rechazan asegurar un hogar o un coche por el mero hecho de que un algoritmo considera que ese código postal tiene una ratio de fraude, de desempleo o de criminalidad alto. O que un *scoring* diga que tal persona, en función de ciertos datos biométricos, debe ser rechazada por un seguro de salud porque otras personas que tienen su estatura y unos cuantos indicadores comunes arrojan pérdidas con una cierta probabilidad para el asegurador. Del mismo modo, un chico joven con un coche equipado con una *black box* para medir el pago por uso puede ver cómo su seguro le cruje si resulta que se desplaza mucho de noche y de madrugada. Da igual si se pasa la noche de juerga o resulta que es panadero. La inteligencia, artificial o no, no tiene por qué tener sentido común.

Es por ello por lo que mucho me temo que, a corto plazo, vamos a tener una legión de apesadados a los que nadie querrá asegurar. En el fondo, cargarse el concepto mutual, de dispersión del riesgo del seguro, es una gamberrada total, pero, no lo olvidemos, están empeñados en hacerlo pues creen que así sus carteras de seguros estarán integradas tan solo por mirlos blancos.

No lo dudes. De momento, ya estás viendo cómo caen del cielo (donde no las había) las exclusiones ante epidemias o pandemias y el riesgo cibernético. ¡Jopetas! ¡Yo que creía estar en una industria que ganaba dinero comprando riesgo de terceros, ahora me entero de que no!

Siguen ahí, solitas, desconocidas y ninguneadas las Disposiciones Adicionales 4ª y 5ª de la Ley de Contrato de Seguro. Sí, esas que prohíben al asegurador discriminar a las personas discapacitadas o enfermas negándoles cobertura, recurriendo a otros productos distintos del estándar o aplicando sobreprimas. Y me pregunto ¿para qué te preocupas, Carlos, si nadie, absolutamente nadie parece darse cuenta de que Doña Discriminación se está afincando y anda por ahí como Pedro por su casa, impune y orgullosa de no mezclarse con cualquiera?



Más de 22 millones de personas tienen seguro de decesos en España

El 47% de la población española tiene su spelio asegurado. El seguro de Decesos es uno de los más contratados, y el lugar de residencia puede ser determinante para calcular su precio.

Redacción. Foto: eE

El seguro de decesos goza de una amplia aceptación en España. Más de 22 millones de personas tiene su sepelio cubierto en el país, un 47% de la población. Esta es una de las conclusiones del informe *El seguro de decesos en 2020*, elaborado por *Estamos Seguros*, la iniciativa de divulgación de la cultura aseguradora de Unespa.

Las provincias donde este servicio tiene una mayor aceptación son Cádiz, Ávila, Badajoz y Ciudad Real. En cada uno de estos territorios, siete de cada diez ciudadanos tienen su entierro asegurado. Los lugares donde la gente es menos propensa a asegurar su adiós definitivo son Huesca, Baleares y Teruel. Sin embargo, incluso en estas demarcaciones, una de cada cinco personas tiene un seguro que se ocupará de todos los trámites relacionados con su fallecimiento.

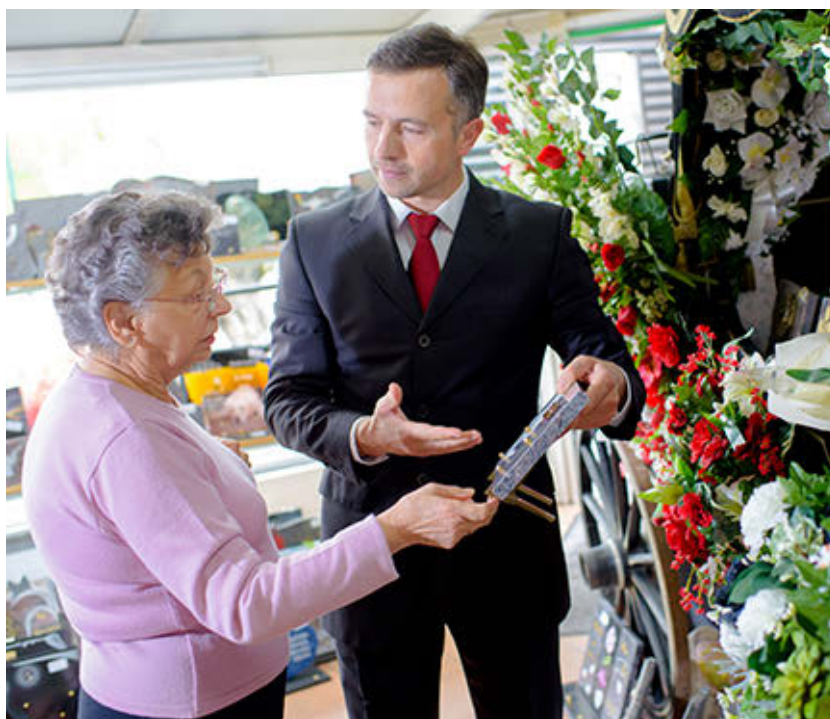
Las características del seguro de decesos

El seguro de decesos destaca por ser un producto de carácter familiar. Una misma póliza suele dar cobertura a varias generaciones de una misma familia. Esto se hace patente echando un vistazo a los tramos de edad de los asegurados. La mitad de las personas de más de 50 años tiene un seguro de decesos en España y, en edades particularmente avanzadas, son casi el 60%. Pero es que, además, un tercio de los adolescentes y el 40% de los veinteañeros cuentan con esta protección.

Un vistazo al tipo de municipio donde residen los asegurados de decesos muestra cómo este producto goza de mayor aceptación en los municipios de entre 10.000 y 100.000 habitantes. Es decir, en pueblos grandes y ciudades pequeñas.

¿Cómo influye el lugar de residencia?

El lugar de residencia puede incrementar el precio del seguro de decesos hasta en un 46%, desde los 93 euros de la provincia española más barata para contratar este seguro hasta los 137 de la más cara. Así se desprende del *Índice de precios del seguro de decesos*, realizado por Rastreator, que analiza la variación de las primas en función del lugar de residencia del asegurado. Según este análisis, Girona (137,32 euros al año), Madrid (137,18 euros) y Bar-



El 47% de la población española tiene contratado un seguro de decesos.

celona (136,22 euros) son las provincias donde resulta más caro contratar un seguro de decesos.

Por otro lado, Palencia (93,88 euros), Soria (95,30 euros) y Tenerife (95,79 euros) son las regiones con las primas medias del seguro de decesos más ba-

La prima media del seguro de Decesos en 2021 se sitúa en los 118 euros al año

ratas, entre un 20,1% y un 18,5% por debajo de la media. Girona es la región que cuenta con la prima más elevada de toda España, 137,32 euros al año, lo que supone un 16,8% por encima de la media. En 2021, dicha media está situada en 118 euros al año, un 20% menos en comparación con el año pasado.

RSC

AXA forma sobre cambio climático a todos sus empleados

AXA España ha arrancado la formación en cambio climático para el conjunto de sus empleados. Durante una semana la compañía ha celebrado la *Learning Week 2021 Clima* y puesto en marcha la AXA Climate Academy, un ambicioso programa de formación online que tendrán que realizar todos sus empleados en el mundo en los próximos meses. Del 25 al 29 de octubre, casi mil empleados se han inscrito a las acciones y completado los cursos de formación realizados bajo un formato híbrido, y formatos como los talleres experienciales o los *scape rooms*. En total, se han impartido 14 talleres, ponencias y cursos *online*. El objetivo es involucrar y formar a los empleados en el viaje al cambio climático.

Este compromiso del Grupo AXA queda plasmado en su plan estratégico que busca reforzar a la compañía como referente en lucha contra el cambio cli-



Cerca de mil empleados de AXA ya han realizado la formación. eE

mático tanto por su papel como asegurador como por inversor y *role model* en la materia. El compromiso del Grupo AXA con la lucha del cambio climático ha impulsado nuevos anuncios de la aseguradora dentro del COP26 que restringen la suscripción de riesgos de petróleo y gas y acentúan el apoyo a las medidas de transición de las empresas a modelos más respetables con el medioambiente.

Aseguradoras

Santalucía y Mapfre desisten de fusionar sus negocios funerarios

Las condiciones impuestas por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) a la fusión de los negocios funerarios de Mapfre y Santalucía ha hecho que ambas entidades desistan de la operación.

Aunque Competencia aprobaba la unión, las condiciones impuestas en la resolución publicada e pasado mes de septiembre han sido las detonantes de la decisión; tal y como expresa Mapfre en un comunicado remitido a la Comisión Nacional del Mercado de Valores el pasado viernes 29 de octubre:

Con fecha 5 de junio de 2019 Santalucía y Mapfre formalizaron un acuerdo para el desarrollo conjunto de sus respectivos negocios funerarios en España, en los términos que se describían en la comunicación enviada a la CNMV en dicha fecha.

La ejecución del acuerdo estaba condicionada a la

aprobación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC). Con fecha 8 de septiembre de 2021, se notificó a Santalucía la resolución de dicha autoridad en la que, si bien se aprobaba la operación, se subordinaba la misma al cumplimiento de diversas condiciones.

Tras el análisis y valoración de la resolución dictada por la CNMC, en especial de sus condiciones, Santalucía y Mapfre han decidido desistir de la operación descrita. La resolución del acuerdo no conlleva consecuencia económica alguna para las partes, y supone que ambos grupos continuarán, como hasta la fecha, gestionando sus negocios funerarios en solitario.

Ambos grupos aseguradores continuarán prestando sus servicios funerarios de forma independiente, tal y como señala Mapfre en su comunicado al regulador del mercado.



Adelantamos los reyes

 **Preventiva**
Seguros

ii **20 razones** para
adelantarte a los reyes!!

20€

Si contratas uno de nuestros seguros de Decesos obtendrás **20€*** canjeables en los siguientes comercios:

 **CEPSA**  **MediaMarkt**  **ATRÁPALO**  **amazon.es****  **DECATHLON**

*Promoción aplicable a todas las nuevas contrataciones del **SEGURO PREVENTIVA VIVO, FUSIÓN, PREVENTIVA ÚNICA BASIC y PREVENTIVA ÚNICA PLUS**, efectuadas entre el 8 de noviembre y el 10 de diciembre 2021. Promoción válida para contrataciones realizadas en cualquiera de nuestras sucursales, agencias, web y canal telefónico de Preventiva Seguros, con una prima anual mínima de 120. Consultar bases de esta promoción en www.Preventiva.com. Se trata de una tarjeta regalo Click&Gift canjeable en las tiendas **CEPSA, AMAZON.ES****, **MEDIAMARKT, ATRÁPALO** o **DECATHLON**. **Amazon.es no patrocina esta promoción. Se aplican restricciones. Ver los detalles en: amazon.es/cheques-regalo-condiciones.

El seguro de salud mejora su atención de la enfermedad grave

Más de once millones de españoles cuentan con la cobertura de un seguro de salud, pero ¿qué pasa cuando son diagnosticados con una enfermedad grave? ¿Cuál es el papel del seguro de salud y la sanidad privada en estos casos?

Virginia M. Zamarreño. Fotos: iStock

Más de 11 millones de españoles -entre asegurados y mutualistas- tienen contratado un seguro de salud. Esto supone, por un lado, duplicar la cobertura sanitaria que les ofrece el sistema sanitario público, aunque, obviamente, no todas las pólizas tienen las mismas coberturas. La mayoría de los asegurados de salud utilizan su póliza para acudir a especialistas médicos o realizarse pruebas diagnósticas, pero ¿qué sucede cuando se les diagnostica una enfermedad grave?

De acuerdo con el informe *Sanidad privada, aportando valor: Análisis de situación 2021*, elaborado por el Instituto para el Desarrollo e Integración de la Sanidad (Fundación Idis), la sanidad privada representa el 29,2% del gasto sanitario total, lo que supone





El seguro de salud incorpora nuevas tecnologías diagnósticas y los últimos avances en el tratamiento de enfermedades graves.

el 2,7% del PIB, y hace que España sea uno de los países donde el peso del gasto sanitario privado sobre el total es mayor. Además, se estima que el ahorro generado por el seguro privado se situaría entre 506 euros -si realiza un uso mixto de la sanidad, utilizando tanto sanidad pública como privada- y 1.368 euros al año -si el paciente usa exclusivamente el sistema privado-.

El seguro de salud no ha parado de crecer en los últimos años, tanto en número de asegurados como en volumen de primas. "En 2020 se han alcanzado 11 millones de asegurados -contando con los mutualistas-, lo que supone un incremento del 4,4% respecto al año anterior. Por tipología, el 77% de los asegurados corresponden a asistencia sanitaria, el 16% a mutualismo administrativo y el 7% restante a reembolso de gastos", explica Marta Villanueva, directora general de la Fundación Idis.

La asistencia sanitaria privada

La sanidad privada lleva a cabo una actividad asistencial significativa y contribuye a disminuir las listas de espera del sistema público. En este sentido, los hospitales privados llevaron a cabo en 2018 -los últimos datos disponibles- el 30,2% de las intervenciones quirúrgicas; el 23,7% de las altas y el 24,4% de las urgencias de todo el territorio nacional en alguno de sus 441 hospitales. Esto representa el 56%

del total de centros hospitalarios, con 50.960 camas (el 32% de todas las existentes).

Esta actividad se ha mantenido durante los meses más duros de la pandemia. Según datos de la Alianza de la Sanidad Privada Española (Aspe), la sanidad privada ha atendido al 19% de los pacientes afectados por Covid-19 y al 14,2% de los pacientes ingresados en unidades de cuidados intensivos por esta enfermedad.



La sanidad privada ha atendido al 19% de los pacientes afectados por Covid-19 y al 14,2% de UCI

Innovación y tecnología

Uno de los aspectos que destaca la Fundación Idis es la apuesta de la sanidad privada por la innovación y la tecnología. Los centros sanitarios privados disponen del 52% de los equipos de resonancia magnética, del 44% de los PET y del 34% de los TAC. Cataluña, Madrid, Andalucía y Comunidad Valenciana son las que cuentan con más equipos de alta tecnología. Pero, además, la sanidad privada cuenta con tecnología de vanguardia para el tratamiento de múltiples enfermedades, como el cáncer o en-

fermedades neurológicas. En este sentido, dispone de un gran número de aceleradores lineales para radioterapia y braquiterapia de última generación; es pionero en el uso de PET/RMN para un diagnóstico más preciso y un 90% de reducción de la radiación; ha construido en el último año y por primera vez en España dos centros de protonterapia, disponibles para pacientes con cánceres en zonas especialmente sensibles a la irradiación; y dispone de equipamientos HIFU (High Intensity Focus Ultrasound) en tres centros para el tratamiento de procesos neurológicos sin necesidad de cirugía, señala la entidad en su informe.

Cuando aparece la enfermedad grave

A la hora del tratamiento de las enfermedades graves a través del seguro de salud es necesario tener en cuenta que, si esta sobreviene estando ya asegurado, lo más probable es que el seguro de salud autorice su tratamiento -siempre en función de las coberturas contratadas en cada póliza-. Otra cosa es cuando un enfermo ya diagnosticado quiere contratar un seguro de salud. En este caso, aunque ya hay compañías dispuestas a asegurar a personas con enfermedades graves preexistentes, con unas primas más elevadas, la mayoría de las aseguradoras no las admite. Para evitar problemas a la hora de acceder al seguro de salud, el corredor de seguros Carlos Lluch nos recomienda no caer en campañas que ofrecen seguros de salud muy baratos, porque las rebajas en precio se trasladan a la tecnología utilizada: "No esperemos láser, tratamientos innovadores, cirugía robótica, etc., en seguros *low cost*. Esto suele significar más dolor, periodos de recuperación más prolongados, mayor riesgo de infecciones, mayores cicatrices y secuelas, etc.". Además, incluyen más exclusiones. "Y tras toda exclusión hay lo que se pretendía evitar, la vuelta al circuito público y sus listas de espera", explica. "O profesionales con menor experiencia y/o reputación, lo que puede implicar desde mayor riesgo de error en el diagnóstico y tratamiento a menores expectativas de supervivencia en casos graves". Y, sobre todo, "mayor saturación y menor calidad de atención en los *low cost*: un médico que cobra siete euros por visita tiene que hacer muchas para llegar a fin de mes".

Lluch advierte de que la mayoría de las aseguradoras mantienen en sus pólizas su derecho a anular con una antelación de dos meses cada año. "Sólo unas pocas renuncian expresamente a su derecho a ejercer el art 22 de la Ley de Contrato de Seguros. Esto convierte a estas últimas en pólizas vitalicias para el cliente mientras que las primeras suponen un riesgo en caso de en-



fermar o envejecer". Y esto es importante, porque muchas aseguradoras reducen su cobertura a partir de cierta edad.

A la hora de contratar un seguro de salud también conviene fijarse en las técnicas y tratamientos que cubren, y si el acceso a las últimas técnicas está cubierto o hay que pagar un extra. Y, si lo que quiere es cambiar de compañía, el corredor de seguros señala que hay que tener especial cuidado: "Tenemos tendencia a no recordar las enfermedades pasadas y corremos el riesgo de que nuestro historial real, en el futuro, revele un posible error en las declaraciones y eso conlleva la negativa de la nueva aseguradora a dar cobertura".

Y un factor fundamental: "Hay que tener en cuenta que el directorio de médicos y hospitales concertados por una aseguradora es dinámico. No hay que comprar tal o cual seguro porque está el médico que nos gusta si el seguro es de cuadro médico cerrado, pues al año siguiente puede no estar incluido. Si queremos garantizar que dispondremos sí o sí de ese médico hay que pensar en clave de seguro de reembolso, que cubrirá el médico mientras esté en el cuadro y también cuando salga de este", explica Carlos Lluch.

El seguro de enfermedades graves

Varias compañías cuentan con oferta específica para cubrir las enfermedades graves, Acunsa, la aseguradora de la Clínica Universitaria Navarra, dispone de un seguro de salud específico: *Alta Especialización Élite*, con cobertura exclusiva en Clínica Universidad de Navarra.

Complementa cualquier póliza de salud que se tenga ya contratada y ofrece coberturas y tratamientos exclusivos para patologías oncológicas, cardiacas, circulatorias, y de neurocirugía (para patologías cerebrales) que requieren mayor especialización médica y tecnológica. Esto incluye cirugía del Parkinson, Cirugía Cardíaca mínimamente invasiva, Quirófanos híbridos, Cirugía Robótica para diferentes especialidades. Tratamientos oncológicos innovadores, como la inmunoterapia, la protonterapia o tratamiento con protones. Acunsa destaca que es "la única compañía de seguros de salud que garantiza este tratamiento (hasta 25.000 euros por tratamiento)". También la radioembolización con microesferas de Ytrio90 para tumores hepáticos, y tratamientos de radioterapia con los aceleradores lineales más avanzados que dispone Clínica Universidad de Navarra, tanto de radioterapia externa (Elekta) como intraoperatoria (LIAC). Así mismo cubre el trasplante entre vivos.

La compañía, además, garantiza equipos diagnósticos pioneros en España y las últimas pruebas diagnósticas, y su póliza *Alta Especialización Élite* ofrece, también, alternativas terapéuticas no conven-



cionales o que se encuentran en ensayo clínico. Y, en este caso, garantiza la cobertura de gastos para los tratamientos en ensayo clínico.

Por otra parte, Generali ofrece un seguro específico de enfermedades graves. Con esta póliza, una vez confirmado el diagnóstico, el asegurado podrá acceder al Cuadro Médico de la compañía para el tratamiento de la enfermedad grave durante 60 meses y hasta la suma asegurada de 500.000 o un millón de euros. La compañía explica que, según la modalidad contratada, se podrá acudir "en España o en el extranjero a cualquier médico o centro, abonando los gastos, que luego serán reembolsados conforme a las condiciones".

Las enfermedades que cubre Generali en esta póliza son: cáncer; infarto de miocardio; accidente cerebrovascular; enfermedades cerebrales derivadas de tumores benignos o malformaciones vasculares; insuficiencia renal; intervención por afección de la arteria coronaria; sustitución de las válvulas del corazón; trasplante de órgano vital; esclerosis múltiple y parálisis

Innovación

Zurich busca 'startups' para 'reinventar' el sector asegurador

Zurich Seguros quiere descubrir ideas capaces de generar un impacto a largo plazo, pero también dejar un espacio para que las empresas ofrezcan soluciones novedosas que ayuden a la compañía a explorar nuevas fronteras de innovación con una visión global y escalable. En su tercer año, el concurso mundial busca nuevas empresas emergentes con tecnologías comercialmente viables y modelos innovadores que aborden los desafíos relacionados con la sostenibilidad, la automatización, los nuevos riesgos y otros problemas que afectarán a las futuras generaciones.

La aseguradora tiene como propósito la protección de las personas, pero también una responsabilidad con el futuro, por eso quiere fomentar el crecimiento de jóvenes empresas que aporten enfoques innovadores, con este campeonato quiere conseguir la mejor combinación entre ambas: la experiencia de



Las 'startups' podrán inscribirse en el concurso hasta el 31 de diciembre. EE

una aseguradora global con casi 150 años y el espíritu transformador de nuevas empresas quieran reimaginar el sector del seguro. El plazo de inscripción estará abierto hasta el 31 de diciembre.

Se trata de una oportunidad para llevar esas soluciones al mercado con el conocimiento y el apoyo operativo de una compañía como Zurich.

Aseguradoras

Hiscox celebra sus 120 años de historia en el mercado recordando sus principales hitos

En 1901 el suscriptor de seguros marítimos en Lloyd's AE Roberts creó la compañía Roberts Agency, germen de la actual Hiscox, que en estos 120 años de historia ha sido testigo y participe de algunos de los acontecimientos más importantes de la historia reciente. A Roberts se unió en 1938 Ralph Hiscox, suscriptor de seguros no marítimos. Y de esta asociación surgió en 1946 la sociedad Roberts & Hiscox, de la mano de la familia de Roberts y el propio Ralph Hiscox.

En la década de los años 70 su hijo, Robert Hiscox, se hizo con la mayoría de la sociedad y junto al resto de socios sentó las bases de lo que hoy es la esencia de la empresa: "disciplina en la suscripción y gestión de siniestros, innovación en productos y servicios y creatividad comercial". Fue también en esta década cuando se creó la Hiscox Collection; colección de arte que hoy supera las 1.000 obras de arte contemporáneo, señala la compañía.

En 1993 se inauguró Hiscox Europa y Broniek Masojada, actual CEO desde el año 2000, se convirtió en director general. En 1996 adquirió The Economic Insurance Company, rebautizada como The Hiscox Insurance Company, y que curiosamente también se había formado en 1901. En esta misma década, en 1997, se produjo la salida a la Bolsa de Londres.

Y ya en el siglo XXI, en 2006, tuvo lugar la apertura de Hiscox USA. Finalmente, este año la compañía será testigo del cierre de una era, ya que Broniek Masojada se jubilará al finalizar 2021 y será sustituido por Aki Hussain, actual director financiero de la compañía y máximo responsable de Hiscox Re & ILS.

A lo largo de estos años, Hiscox ha participado en la evolución del sector asegurador mundial en situaciones complicadas. Como el Ciclón Tracy en 1974; u otras más actuales como el ataque al World Trade Center en 2001 o el huracán Katrina en 2005.



adidas

amazon.es

Expedia

GARMIN



EL ROJO GENERALI TE RECOMPENSA POR CUIDARTE

Generali Vitality es el programa de salud que te cuida y premia con grandes recompensas desde el primer paso.

Más información en
www.generali.es/vitality

CONTIGO, TODO

LORENA NÚÑEZ LABALLÓS

Directora financiera de Asociación Europea



“Uno de los grandes retos de la compañía y del sector será mejorar la experiencia del cliente”

Asociación Europea cumplió 65 años en mayo y presta servicio a más de 220.000 clientes. Es una compañía especialista en asistencia familiar, opera en el ramo de decesos y gestiona en torno a 19 millones de euros en primas, con un importante crecimiento en los últimos cinco años.

Por V.M.Z. Fotos: EE

Han pasado 65 años desde que Asociación Europea inició su actividad. ¿Cómo ha evolucionado el seguro de decesos?

El seguro de decesos es uno de los más extendidos en nuestro país, junto con los seguros de vida y autos; cubre, según las últimas cifras oficiales, a un 46,6% de la población, más de 22 millones de españoles. Nuestra compañía ha ido evolucionando en estos años junto con las características del propio

seguro de decesos. Comenzó siendo un seguro que prestaba servicio única y exclusivamente funerario a todas aquellas familias para las que asumir ese coste suponía una dificultad económica importante, a un seguro mucho más personalizado. A medida que han pasado los años, el seguro ha ido incorporando otras coberturas enfocadas a las necesidades en vida de los asegurados, como los subsidios por enfermedad o acciden-

te, y otros servicios de elevada demanda, como servicio psicológico, asesoramiento legal, tramitación documental o asistencia en viaje. El seguro de decesos ha desarrollado un papel muy importante en la actividad aseguradora y dentro de la sociedad, ya que por sus características es un seguro con una función social reseñable, que se ha visto acrecentada en esta crisis del Covid-19, acompañando a numerosas familias. En los últimos tiempos, llenos de incertidumbre, nuestra sociedad ha asumido importantes cambios que convierten al seguro en un arma para aportar a la población esa tranquilidad y certeza que tanto valor han cobrado.

¿Qué valores destacaría dentro de Asociación Europea?

Además de los valores que representan a nuestra entidad, como son el compromiso, transparencia, solvencia, transformación y servicio, que están presentes día a día en nuestra actividad, en los últimos años cre-

damental dentro de nuestro ramo, en un momento en el que toda la sociedad ha sido plenamente consciente del valor de nuestros seres queridos y de nuestra tranquilidad.

¿A qué atribuye el éxito de la evolución de la compañía en estos años?

Parte del éxito de nuestra compañía reside en su modelo de gestión, en el cual como bien indica el nombre de nuestro último plan estratégico que finalizará en el año 2022 (*La voz de tod@s*), siempre escuchamos y contamos con todas las piezas clave de nuestro negocio: nuestros clientes, mediadores, empleados, *partners* y accionistas. Entendemos nuestra actividad como un engranaje en el que todas las piezas deben sentirse partícipes, ya que solo con una buena coordinación de todas ellas podremos seguir ofreciendo el mejor servicio a nuestros asegurados. La especialización y adaptación a lo largo de todos estos años a las necesidades del cliente también han sido vitales en el de-

“Además de compromiso, transparencia, solvencia y servicio, uno de nuestros principales valores es la resiliencia”



“Asociación Europea se ha reinventado no solo en la forma de comercializar sus productos, también internamente”



emos que uno de nuestros principales valores y que mejor nos puede definir es la resiliencia. La compañía ha sido capaz de afrontar y adaptarse a los constantes cambios y exigencias normativas, se ha reinventado no solo en la forma de comercializar sus productos, sino también internamente, digitalizando sus procesos internos e impulsando la innovación. Esta capacidad de adaptación se ha puesto de especial relieve con la situación vivida a consecuencia del Covid-19.

En este breve periodo de tiempo, todos hemos vivido una aceleración digital forzosa, fuimos capaces de prestar asistencia a un gran número de asegurados en condiciones realmente difíciles, adaptarnos al 100% al teletrabajo toda la plantilla y todo ello sin dejar de asumir nuevos retos y cumplir nuestros objetivos. Demostrar cercanía, empatía y poner en valor el acompañamiento es fun-

sarrollo de Asociación Europea Cía. de Seguros, no solo en lo que se refiere al seguro de decesos, incorporando garantías complementarias que le han dado un mayor valor, sino también por los últimos acuerdos firmados con Asisa, que nos permiten especializarnos y ampliar nuestra oferta de seguros personales contando con seguros de asistencia sanitaria y seguros de vida.

En la actualidad ¿cuáles son los retos a los que se enfrenta la compañía?

Uno de los grandes retos no solo de nuestra compañía, sino del sector, será mejorar la experiencia del cliente, ya que no podemos alejarnos de los patrones de comportamiento del consumidor en los últimos años, en los que la brecha digital se ha reducido notablemente. En la actualidad, situar al cliente en el centro de todos nuestros procesos es nuestro mayor reto, a través de una cons-

tante eficiencia operativa y mejora en la gestión de datos. Poder diseñar una oferta mucho más flexible teniendo en cuenta las necesidades reales, preferencias y estilo de vida de los clientes será vital para nuestra entidad, así como la expansión territorial por aquellas zonas en las que todavía no tenemos presencia. A pesar de la elevada capilaridad del seguro de decesos en España, todavía no tenemos una elevada presencia en algunas regiones, especialmente en lo que respecta a la zona norte de España.

Otro de los grandes desafíos será contar con los recursos, capacidad y habilidades necesarias para poder afrontar nuestra estrategia, sobre todo en lo referente a las competencias tecnológicas necesarias para poder ofrecer esa inmediatez, personalización y trato directo con nuestros clientes. Todo nuestro ecosistema debe estar preparado para seguir avanzando en el camino de la transformación digital, desde nuestros emplea-

prevé una mejora del margen técnico de nuestra cuenta de resultados, producida, entre otros aspectos, por la mejora del ratio de siniestralidad en 2021 con respecto a los peores meses de la pandemia que vivimos el año pasado.

Hablemos de futuro. ¿Cómo afronta la compañía los próximos años?

La compañía centrará sus esfuerzos tanto en seguir creciendo como en potenciar la fidelización de sus clientes, mejorando su estrategia de retención, así como la expansión territorial por aquellas zonas en las que no tenemos presencia. Para ello, mejorará las coberturas que ofrece su seguro de decesos, con la inclusión de nuevas garantías de cara al año 2022 que lo harán más atractivo para sus usuarios.

Dichas coberturas, que comunicaremos a nuestros asegurados en los próximos meses, se centran sobre todo en el despliegue

“Asociación Europea espera cerrar 2021 con un crecimiento de la facturación de un 6% y un 7% en el número de asegurados”

“En 2022 la compañía se centrará en seguir creciendo y en potenciar la fidelización de sus clientes”



dos a nuestra red de mediación, debemos entender la continuidad de nuestro negocio de una forma más eficiente, y para ello será vital mejorar la experiencia del cliente entendiéndola como un proceso continuo, desde el momento de la contratación hasta la prestación del servicio.

¿Cómo prevé acabar este año?

Entrando ya en el último trimestre del año, la compañía espera mantener su volumen de facturación en un crecimiento en primas que girará en torno al 6% con respecto al año anterior. Esperamos además cerrar el año con más de 224.000 asegurados, lo que supone un incremento del 7,1%. Nuestro margen de solvencia, que superó el 350% en 2020, se mantendrá prácticamente igual o incluso podrá mejorar en 20 puntos porcentuales, situándose nuestra compañía entre las más solventes del ramo de decesos. También se

de servicios tecnológicos con una gran usabilidad para nuestros clientes, y en especial para nuestros mayores. Además, continuaremos potenciando la venta de seguros personales, llegando a un mayor número de clientes gracias a nuestros recientes acuerdos de distribución de seguros de salud y vida, que nos servirán para dirigirnos a una tipología diferente de familias. En la actualidad, los hogares que cuentan con personas de más de 65 años concentran la mayor tasa de penetración del seguro de decesos, y queremos potenciar la contratación en familias más jóvenes.

Todo lo acontecido en estos años debe servirnos para pensar en el futuro del seguro y afianzarlo como un elemento de protección y tranquilidad ante las nuevas amenazas y costumbres de los consumidores, sin dejar de prestar el mejor servicio.

REALE VIDA RIESGO

Protégete ante situaciones inesperadas.

Los seguros de Vida Riesgo de Reale se adaptan a tus necesidades personales, laborales y familiares.

Con una amplia gama de capitales, coberturas complementarias y el asesoramiento de nuestros mediadores profesionales, tú sólo tendrás que elegir la solución:

- **Reale Vida Global**
- **Reale Vida Responsable**
- **Reale Vida Temporal a Plazo**
- **Reale Vida Esencial II**
- **Reale Vida Instinto Familiar**

El 94% de los clientes que ya se sienten protegidos por nuestros seguros, están muy satisfechos con el asesoramiento recibido.



**MÁS INFORMACIÓN EN REALE.ES
O EN EL 900 455 900**

 **REALE
SEGUROS**



Sede corporativa de Mutua Madrileña.

Mutua completa su red de distribución con El Corte Inglés

Tras la alianza, Mutua venderá en exclusiva sus seguros en los más de 2.000 puntos de venta de El Corte Inglés. Este acuerdo y el que mantiene en bancaseguros con CaixaBank le permite completar el círculo de la distribución de sus seguros.

elEconomista. Fotos: Mutua Madrileña

Mutua Madrileña continúa avanzando con paso firme en su estrategia de diversificación y transformación con un nuevo hito: su alianza estratégica con El Corte Inglés, operación que le supondrá un desembolso de 1.105 millones de euros, para colaborar en el ámbito de los seguros y los fondos de inversión y que incluye también su entrada en el capital del grupo de distribución.

Este movimiento histórico va a permitir a Mutua ampliar exponencialmente sus canales de distribución gracias a la fuerza de El Corte Inglés, que cuenta con 2.000 puntos de venta, 15 millones de clientes activos, (cerca de 12 millones de ellos con tarjeta del grupo), 700 millones de visitas presenciales a sus tiendas al año y 500 millones de accesos a sus sitios web.

Hace diez años, Mutua Madrileña firmó una alianza de banca seguros con CaixaBank con la que accedió a la mayor red de oficinas de España (5.200

en aquella época). Ahora, la alianza estratégica con El Corte Inglés le da acceso a los canales de la mayor empresa de distribución minorista del país. Dos operaciones históricas con las que Mutua cierra el círculo, accede a las dos mayores redes comerciales de España y consigue acercarse prácticamente a toda la población.

Alianza entre gigantes

Gracias a la alianza firmada, Grupo Mutua adquirirá el 50,01% de cada una de las dos sociedades que desarrollan la actividad aseguradora de El Corte Inglés, es decir, SECI (Seguros de Vida y Accidentes) y CESS (Correduría de Seguros) por un importe de 550 millones de euros. De este modo, tras el acuerdo, Mutua se convertirá en el proveedor en exclusiva de los seguros tanto de vida como de no vida. Igualmente, Mutuactivos, la gestora de Mutua Madrileña, distribuirá sus fondos en exclusiva entre los clientes de El Corte Inglés. Por su parte, CESS se convertirá en agencia vinculada para vender sólo los productos de Mutua bajo la marca Seguros El Corte Inglés.

Gracias a la operación, los clientes accederán a una mejor y más completa y personalizada gama de productos aseguradores y dispondrán de una ex-

Mutua invertirá 1.105 millones de euros en su gran alianza estratégica con el grupo de distribución

tensa red de distribución, nacional e internacional, que abarca canales de venta tanto físicos como digitales.

El acuerdo prevé el mantenimiento de la marca Seguros El Corte Inglés, la proyección internacional y la creación de productos novedosos y avanzados que se adapten a las necesidades de los clientes.

Proyecto de futuro

Además, el Grupo Mutua se suma al proyecto de futuro de El Corte Inglés al adquirir una participación del 8% de su capital, procedente de la autocartera, por 555 millones de euros. Grupo Mutua estará representada en el Consejo de Administración de El Corte Inglés por su presidente y consejero delegado, Ignacio Garralda. La entrada de Mutua Madrileña en el capital de El Corte Inglés refuerza, además, la cooperación y el vínculo entre ambas empresas, que comparten valores de excelencia en el servicio y en la experiencia de cliente.

Los consejos de administración de El Corte Inglés y Grupo Mutua han aprobado la operación, cuyo cierre queda a la espera de que se obtengan las autorizaciones administrativas pertinentes.

La alianza industrial de crecimiento entre ambas compañías en el sector asegurador permitirá combinar el liderazgo de El Corte Inglés en distribución con el de Grupo Mutua en seguros generales, y facilitará a ambas empresas una mayor capacidad de crecimiento del negocio de seguros, así como mayor vinculación y fidelización de los clientes.



Marta Álvarez, presidenta de El Corte Inglés, e Ignacio Garralda, presidente de Mutua.

CaixaBank: otra alianza de éxito

La operación realizada con El Corte Inglés no es la primera que amplifica de forma notable la potencia comercial de Mutua Madrileña. Sin duda, otra de las grandes alianzas firmadas por el grupo asegurador fue la adquisición a CaixaBank del 50,01% de SegurCaixa Adeslas y su acuerdo en bancaseguros.

Este movimiento supuso una inversión total de 1.075 millones de euros y otorgó a Mutua Madrileña una posición de control en la compañía. Del total del importe pagado, aproximadamente la mitad correspondió a la valoración realizada del negocio de SegurCaixa Adeslas, mientras que el resto se centraba, básicamente, en el negocio futuro que generaría la comercialización, a través de las más de 5.200 oficinas de la red comercial que mantenía entonces "la Caixa"

(la mayor del país), de los productos de la sociedad. La posición de control de Mutua Madrileña en SegurCaixa Adeslas (SCA) permitió a la aseguradora consolidarla en sus cuentas por integración global.

A cierre de 2020, la compañía (SCA) obtuvo unos ingresos de 3.975 millones de euros (un 2,9% más) y un beneficio neto de 436 millones de euros, un 12,7% más que en el ejercicio anterior.

En el ramo de seguros de salud, Adeslas registró un volumen de primas de 2.856 millones de euros, un 6,2% más que el año anterior. Esta cifra superó ampliamente la subida media del 5,1% del conjunto sector en este ramo, lo que le permitió consolidar su liderazgo, con una cuota de mercado en salud por encima del 30%.



En algunos países la legislación avanza más rápida que la implantación real de los coches automatizados y autónomos.

Presente y futuro del coche autónomo

Durante los últimos años se ha desarrollado exponencialmente la tecnología en los coches, ¿en qué punto se encuentra esa transición hacia el coche autónomo en el mundo ahora que estamos a punto de cerrar 2021 y que el horizonte cercano promete importantes avances?

Diego Fernández Torrealba.
Fotos: iStock

En primer lugar, en líneas generales vamos a explicarles cuáles son los diferentes niveles de la conducción autónoma que se han establecido. El Nivel 0: el coche tradicional sin automatización en la conducción. El Nivel 1 es el de la asistencia en la conducción. Son vehículos que cuentan con algún sistema de ayuda, como el de mantenimiento del carril o los controles de velocidad adaptativos. En el Nivel 2 se da la automatización parcial. Coches que siguen necesitando conductor, pero tienen una cierta capacidad para actuar de manera independiente. Cuentan, además de los sistemas antes mencionados, con control de movimiento longitudinal y lateral.

A continuación, el Nivel 3 ofrece automatización condicionada. Se sigue precisando de la actuación del conductor, pero tiene ya una gran autonomía. Además del control de movimiento, cuenta con sistemas de detección y respuesta ante objetos. El propio vehículo puede decidir incluso cuando cambiar de carril o frenar para evitar una colisión. El Nivel 4: automatización elevada. En este tipo de coches no se precisará de la intervención humana, puesto que el propio vehículo lo controlará todo. Eso sí, si existiera cualquier fallo en el sistema principal sería posible que una persona pudiera tomar los mandos.

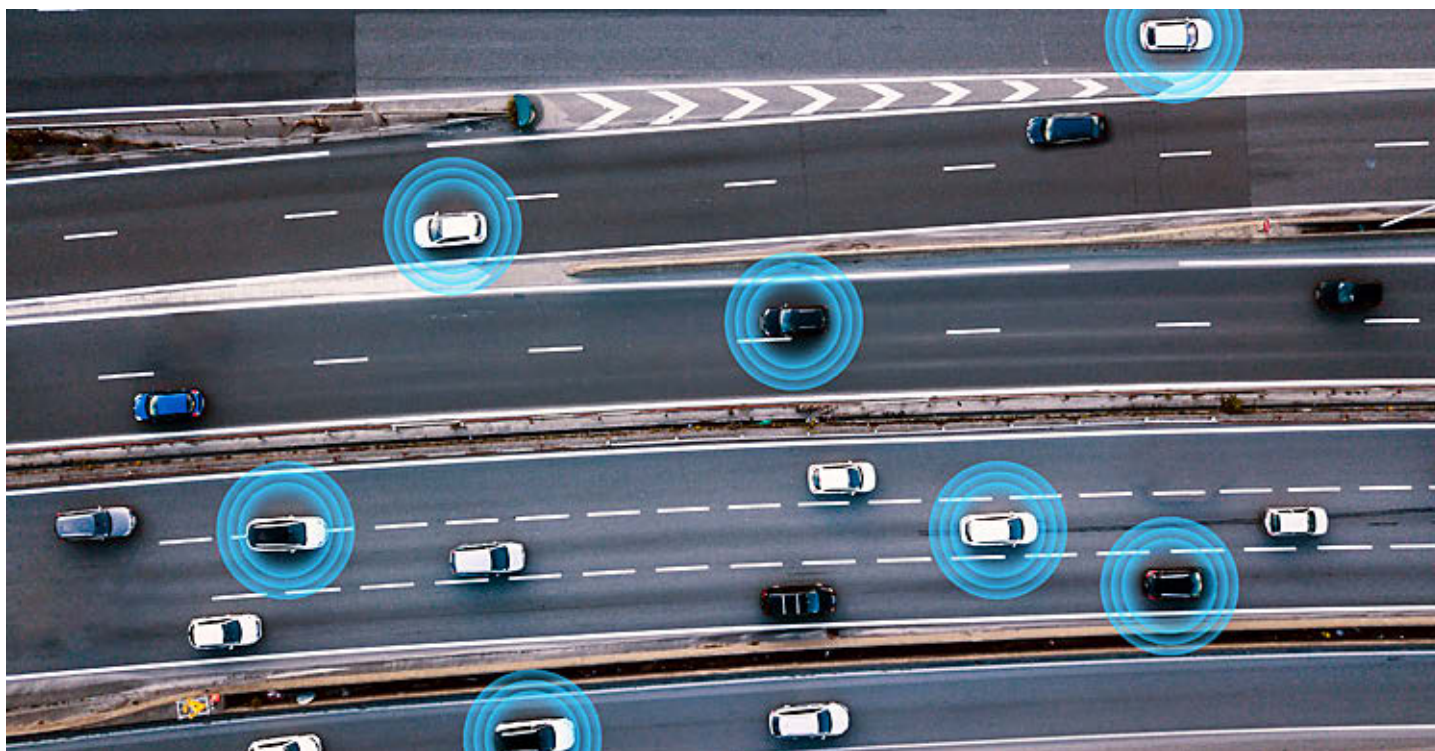
Por último, el Nivel 5 es el de la automatización completa. Coches plenamente autónomos, capaces de responder ante cualquier situación y suplir la acción humana. Únicamente tendremos que seleccionar nuestro destino en el navegador de a bordo cuando nos subamos al coche y dejar que el vehículo haga el resto.

El escenario actual

Desplegado el mapa, ¿en qué punto nos encontramos actualmente? Ahora mismo el parque móvil cuenta todavía con muchísimos coches tradicionales, pero también integra cada vez más vehículos en niveles 1 y 2 de automatización. Sin embargo, a este escenario se le podría dar pronto una gran aceleración, según un informe de la empresa IDTech en el que se recoge que la implantación y comercialización de coches con un nivel 3 de autonomía serán una realidad entre los años 2023 y 2024.

De hecho, desde el pasado mes de marzo, en Japón la marca Honda dispuso en el mercado una edición limitada (únicamente de cien unidades) de una versión de su Legend EX con nivel 3 de autonomía. Es sólo el punto de partida hacia lo que está por venir: Múnich dispondrá su primera flota de taxis autónomos en 2022, y también el año que viene Mercedes lanzará al mercado su clase S, que contará con similar tecnología.

Paralelamente a la industria, o incluso antes que ella, avanza la legislación, puesto que varios países están adaptando su normativa a los dictados propuestos por la Unece, la Comisión Económica de



Los expertos auguran el acelerón del coche autónomo en 2024 y su implantación global en 2046.

las Naciones Unidas para Europa. Este organismo ha aprobado el uso de la asistencia de mantenimiento de carril automatizado durante la circulación, lo que permitirá que las personas puedan desentenderse de conducir siempre que la velocidad del vehículo sea inferior a 60 kilómetros por hora o en vías como las autopistas y autovías en las que no se permiten peatones.

Todo ello, con la condición de que cada vehículo se encuentre completamente preparado para ese paso adelante, incluyendo un sistema de reconocimiento de la capacidad como conductor y otro de aviso que indique con la suficiente antelación (10 segundos de margen) que es necesario retomar el control manual del coche.

Más allá del pionero Japón, se prevé que en el año próximo tanto Alemania como Reino Unido permitan legalmente este tipo de conducción, algo a lo que también se encamina Francia, que está adaptando su normativa para afrontar esta evolución. Pero 2023 se espera como un año en el que esta tecnología dé un importante salto, despegando y generalizándose. En 2024 también se han puesto muchas esperanzas, ya que se espera que para entonces la tecnología de los coches autónomos podrá igualar o incluso superar el nivel de seguridad que ofrece la conducción por parte de un humano. Casi nada.

Mirando más allá

Si todo esto nos parece sorprendente, más aún lo es la perspectiva para dentro de unas cuantas dé-

cadass. Según el estudio citado, en el año 2046 estos vehículos autónomos podrían copar todo el parque móvil, satisfaciendo la demanda total de movilidad, y todo ello con una gran esperanza de seguridad para las personas; tanto que según las estimaciones cuatro años después de esa fecha, en el 2050, se podría llegar prácticamente a la cero siniestralidad provocada por coches autónomos, por increíble que parezca. Ante ese escenario muchos países, siempre según el estudio, podrían llegar a prohibir la conducción humana en vías públicas con

2050

IDTech prevé que en 2050 se reduzca a cero la siniestralidad de los coches autónomos

el fin de que no interfiera a la conducción autónoma y así se evite que se produzcan accidentes.

Aún con todo lo que hemos vivido en estos dos últimos años, este panorama se nos antoja todavía como de ciencia-ficción. Los años nos dirán hasta donde son certeras o no estas predicciones que ahora nos parecen increíbles, o en qué lugares del mundo se hacen realidad, pues parece prácticamente imposible la implantación global de este tipo de vehículos. Pero, con todo esto, lo innegable es que el coche autónomo parece estar ante el momento de su despegue definitivo.



Cómo empezar a digitalizar un negocio

La tecnología gana terreno, es indisoluble de casi cualquier proyecto, por lo que autónomos y emprendedores deben siempre estar al día en materia de digitalización.

Diego Fernández Torrealba. Foto: iStock

Confiamos en que en el ámbito profesional nunca desaparezca el trato directo personal, el cara a cara: además de ser práctico, ayudar a la comprensión y facilitar el trabajo en equipo aporta cercanía, humanidad y empatía, aportando un valor añadido a la comunicación. Pero no nos podemos sustraer a los beneficios de comodidad, practicidad, inmediatez, ahorro de coste y tiempo, comunicación en masa y simplificación que permite la tecnología. Ambos factores, el humano y el digital, pueden ser perfectamente complementarios y no excluyentes.

Como autónomos, en la gran mayoría de los casos no podemos dar la espalda a la realidad digital si queremos que nuestro negocio llegue a buen puerto o se mantenga en una línea positiva. Así que es pertinente estar al día en materia de digitalización no solo para optimizar nuestro tiempo de trabajo, sino para que nuestro proyecto continúe siendo rentable, llegue a cada vez más clientes mediante una

comunicación efectiva y aumente su capacidad y potencial.

Ahora bien, en este proceso se plantea una pregunta esencial: ¿por dónde empiezo a digitalizar o a implementar esta tecnología en mi negocio? La firma Cosmomedia, especializada en marketing digital para empresas, ofrece una perspectiva interesante: la digitalización de un autónomo comienza por él mismo. Es decir, que más allá de usar uno u otro programa, aplicación o sistema en nuestro proyecto empresarial, deberemos antes poner esfuerzo en aprender a desarrollar las competencias necesarias para posteriormente utilizar la tecnología de la manera más eficiente posible.

Parece que casi todo el mundo se ha puesto las pilas en materia digital, pero una cosa es tener una cierta idea de manejar la tecnología y otra emplearla de manera realmente eficiente en un negocio. El *II Informe Oportunidades y Retos para autónomos y pequeñas empresas de España* apunta que la capacitación digital es uno de los mayores obstáculos de las pymes en este proceso de desarrollo tecnológico.

Entonces, ¿cómo ponerse al día? Formarse por cuenta propia nunca está de más, pero un curso formativo de carácter práctico y global -más allá de aprender a utilizar un programa determinado- puede ser una buena manera de conseguirlo. La propia Cosmomedia ha creado junto a Serdata un plan de digitalización especializado para pymes y autónomos, una de las muchas opciones que como clientes tenemos a nuestra disposición si pretendemos formarnos digitalmente y desarrollar de la manera más eficaz nuestra iniciativa.

Qué es el intraemprendimiento y por qué puede beneficiar a su empresa

El intraemprendimiento ayuda a las firmas a crecer y optimizar sus recursos mediante la explotación del talento interno e incluso externo para alcanzar la tan ansiada innovación.

Diego Fernández Torrealba. Foto: iStock

El término intraemprendimiento ha ganado un protagonismo creciente en la lucha de las compañías por reinventarse y ser lo más competitivas y rentables posible; un concepto que acuñó el empresario Gifford Pinchot hace casi 40 años, en 1985, pero cuya vigencia y protagonismo es cada vez mayor. Tanto, que llevar a cabo una buena intraemprendedora resulta prácticamente indispensable para que una firma se mantenga fuerte y no quede pronto desfasada, obsoleta o improductiva.

Pero, ¿qué es el intraemprendimiento? Podríamos definirlo como el fomento de la actividad emprendedora dentro de las empresas y organizaciones. Generalmente se asocia a las prácticas que permiten incentivar y desarrollar el talento y la creatividad de los trabajadores con el fin de que estos propongan y desarrollen dinámicas que hagan más eficaz, grande, rentable y atractiva la compañía para la que trabajan.

Los beneficios de este tipo de dinámicas son numerosos. Las empresas consiguen una mayor capacidad de flexibilidad y crecimiento, incluso en sectores que no eran los iniciales, mejorando la gestión, potenciando su imagen de marca, desarrollando nuevas metodologías de trabajo, incrementando su eficacia, explorando otros horizontes profesionales y aumentando la rentabilidad; por su parte, los trabajadores alcanzan una mayor motivación laboral, aumentan su implicación con la empresa y encuentran nuevos incentivos -mayor autonomía profesional, mejor valoración personal, ruptura con la monotonía, recompensa laboral o económica-.

Pero no todo es de color de rosa, y las compañías deben ser conscientes de que incentivar el intraemprendimiento requiere no solo de dinero, sino de tiempo -procurando, además, que el espacio destinado a que los empleados desarrollen su creatividad para ayudar a la empresa a mejorar forme parte de su jornada laboral o por lo menos se incentive debidamente-. Debe organizarse bien, con el fin de que el tiro no salga por la culata y los trabajadores pierdan motivación, implicación y productividad, redundando en malos resultados para el negocio.

Por último, cabe resaltar que hay otro tipo de prácticas que -dependiendo de quien opine- también se consideran como intraemprendimiento. Hablamos de iniciativas en las que una compañía requiere de apoyo externo para desarrollarse, apoyándose en startups especializadas o convocando concursos de ideas y proyectos. Prácticas más costosas pero también efectivas en busca de talento y creatividad que apoyen la perpetua renovación y optimización a las que hoy en día se obligan las firmas.



Los cuidados que necesitan las mascotas cuando llega el frío

Aunque aún estemos en otoño, el invierno climatológico ya empieza a notarse, y debemos tomar las precauciones de salud adecuadas no solo para nosotros, sino para nuestros animales de compañía si ese es el caso.

Diego Fernández Torrealba. Foto: iStock

Qué cuidados especiales necesita una mascota durante el invierno? Para empezar, deberemos tener en cuenta la especie animal de la que se trate y sus necesidades particulares, y dentro de esta las características de cada raza. Por ejemplo, en el caso de los perros los pastores alemanes, san bernardos o husky soportan de maravilla el frío, mientras que los canes pequeños, como los chihuahuas, lo pasan mal. La edad del animal también es determinante, puesto que los cachorros y los ancianos son los más débiles y expuestos a las inclemencias meteorológicas. En este sentido, los consejos de un veterinario serán claves para desarrollar las pautas adecuadas.

Además hay que tener en cuenta otros dos factores fundamentales: el lugar en el que se reside y sus condiciones meteorológicas -no es lo mismo el frío invernal de Sevilla que el de Burgos- y si nuestra mascota habita en casa o en el exterior, caso en el que habrá que redoblar la precaución.

La edad de la mascota y su raza influye en los cuidados que necesita para afrontar el frío

Más allá de eso, el consejo es no pasarse ni de descuido ni de sobreprotector, adaptándose a las necesidades particulares de nuestro animal y teniendo en cuenta estos aspectos:

-Hidratación: al igual que en nuestro caso, los animales deben estar convenientemente hidratados, aunque haga frío. Así que cada día deberán tener al alcance una buena dosis de agua, no necesariamente menos que durante los meses de calor.

- Alimento: también como los humanos, el frío interior suele provocar que su cuerpo necesite más calorías que en verano, así que, siempre bien asesorados, quizás sea recomendable incrementar -sin pasarse- la dosis diaria de alimento.

- Descanso: fundamental es que puedan dormir en lugares abrigados. Si el animal pernocta en el jardín seguramente será recomendable que su espacio esté a una pequeña altura por encima del suelo, especialmente si ha nevado. Si es necesario podemos disponer mantas.

- Abrigo: dependiendo mucho del tipo de animal y de las condiciones climatológicas. Tal vez no sea necesario o tal vez en ocasiones le venga bien un abrigo, un chubasquero o calcetines para las patas si el suelo está nevado o mojado.

- Lavado (y secado): quizás podamos espaciar más los lavados en caso de que el frío sea intenso o esto no haga falta. En cualquier caso, tras cada lavado siempre habrá que procurar secar lo mejor posible al animal.

Espaciar los lavados, abrigarlos del frío y fomentar el descanso, los consejos básicos para cuidar de nuestra mascota en invierno.



Mediadores de seguros

Las consultas sobre los ciberseguros crecen un 30% en los mediadores

Las consultas relacionadas con los seguros de riesgos cibernéticos se han disparado un 30% en el último año, según los datos recopilados por el Consejo General. El crecimiento se debe al aumento de ataques contra pymes durante la pandemia por el aumento del teletrabajo. Sólo en España, el año pasado se produjeron 40.000 casos al día. Las pymes sufren el 70% de los ataques en España, según datos del Incibe, ya que son más vulnerables al no contar con buenas infraestructuras digitales. El coste medio que genera este tipo de ciberdelincuencia a una pyme es de 35.000 euros.

El error humano es la causa de una gran parte de los ataques, debido a la falta de formación de los empleados y a la ausencia de medidas de ciberseguridad en el teletrabajo. Por ello, los mediadores recuerdan la necesidad de contar con un seguro específico que cubra los posibles daños que se pue-



El aumento del teletrabajo provoca el alza de los ciberataques. eE

den ocasionar a raíz de este tipo de amenazas. Para el Consejo General "es un ramo muy complejo por la dificultad de delimitar el alcance del riesgo y la casuística que genera. Aunque todavía está dando sus primeros pasos, es uno de los que más crecerá en menos tiempo". Los ciberseguros generan un negocio de 500 millones de euros en España con un crecimiento sostenido de dos dígitos.

Movilidad

El futuro de la movilidad y la economía colaborativa depende del seguro, según Marsh

Para contribuir al desarrollo de la economía colaborativa global y del sector de la movilidad, será necesario crear nuevas formas de seguros, según un nuevo informe publicado por Marsh. El informe, *Mobility in a post-pandemic world: From evolution to revolution*, analiza las tendencias globales que marcarán la manera en que las sociedades de todo el mundo se moverán, compartirán y asegurarán sus servicios de aquí a 12 o 18 meses.

Según el informe, la pandemia ha remodelado los patrones de movilidad y la economía colaborativa en todo el mundo. Desde el aumento de las entregas de "última milla" hasta el primer servicio de entrega sin conductor y la popularidad de las motos eléctricas; los hábitos de movilidad continuarán evolucionando durante los próximos 18 meses. Pero si el sector de los seguros, que juega un papel clave en esta dinámica, no evoluciona junto con estos cambios, este progreso se vería dificultado.

El informe destaca algunas de las tendencias que pueden ser una oportunidad para esta evolución necesaria en el sector de los seguros, entre las que se incluye el apoyo a los trabajadores subcontratados en actividades relacionadas con la movilidad y el transporte de pasajeros o la entrega a domicilio de comida, paquetería u otros productos. Si bien los conceptos de trabajador autónomo y contratista independiente no son nuevos, las empresas digitales que utilizan este tipo de trabajadores han sacado a la luz las deficiencias en materia de seguridad social para apoyarlos en caso de que se lesionen en el trabajo y pierdan ingresos.

Además, de la misma manera que los pagos digitalizados pueden conllevar un riesgo digital, los ingresos digitalizados también pueden conducir a una forma híbrida de beneficios que se base en una combinación de programas públicos e industria privada, señala Marsh.

El seguro, a la cabeza en RSC e inversión social

El sector asegurador tiene un alto grado de compromiso social. Esta es una de las conclusiones del estudio Inversiones en inversión y desarrollo (I+D) y responsabilidad corporativa de Investigación Cooperativa entre Entidades Aseguradoras (Icea).

Redacción. Foto: iStock

El 85% de las entidades aseguradoras mantiene una política activa en materia de responsabilidad corporativa; y han destinan 112 millones de euros al año a acciones como el mecenazgo cultural, la acción social o el fomento de la seguridad vial, entre otras. Además, ocho de cada diez entidades afirman que tienen en cuenta la Agenda 2030 y los ODS a la hora de tomar decisiones en este ámbito.

El estudio apunta que la RSC actúa de forma sinérgica con la inversión de impacto social, cuyos objetivos comprenden desde el impulso de la investigación en ciencia y tecnología y la mejora de la vida de las personas hasta el fortalecimiento de la capacidad innovadora del tejido empresarial del país. En este sentido, si observamos las cifras de inversión en el último año, la inversión de impacto en España creció un 26% en 2020.

Cada vez son más las empresas que tienen en cuenta factores sociales, ambientales, de gobernanza y, en definitiva, de impacto social. La inversión en I+D se ha consolidado como una de las vías innovadoras que actualmente genera más impacto social a medio y largo plazo. Sin embargo, en 2019 el 49,1%

del gasto en investigación y desarrollo fue financiado por las propias empresas de I+D+i, lo que indica un desconocimiento por parte del sector privado de la existencia de instrumentos que les permitan incluir la I+D en su estrategia y cartera de inversión.

En lo que respecta al sector asegurador, su inversión en I+D es reducida actualmente; el 68,5% de las entidades encuestadas invierten en ella menos del 1% de su facturación. Como contrapunto, el 75% de las aseguradoras incrementarían su cartera de I+D si conocieran mejor los instrumentos que les permiten adherirse a este tipo de inversión. En este sentido, el 98,3% de las entidades considera que se deberían incrementar los recursos destinados a proyectos de I+D en nuestro país. Sin duda, el sector asegurador como captador de ahorro privado juega un papel decisivo a la hora de financiar e impulsar este tipo de inversiones/proyectos, señalan los impulsores del estudio.

“La RSC mejora la imagen de la empresa y da valor a la entidad, tiene un beneficio colateral porque atrae y retiene talento, fideliza a los clientes, evita riesgos reputacionales... Las acciones de RSC dan valor a los mercados”, destaca Asunción Martín, socia responsable del sector asegurador en PwC Tax & Legal Services.



Seguros^{tv}

LA Reportajes
CARA
DE
TU Eventos
COM Entrevistas
PAÑÍA
DE Actualidad
SEGU
ROS

¡VISÍTANOS!

segurostv.es



Espada, el último dispositivo 'beauty' de Foreo para tratar el acné y limpiar la piel desde casa.

Tecnología 'beauty': la belleza se rinde a los avances tecnológicos

Hace tiempo que la industria de la belleza aprovecha el torrente tecnológico no sólo para mejorar sus productos y potenciar la eficacia de sus tratamientos. También los dispositivos de uso cosmético han experimentado las bondades de los avances científicos, perfeccionando su funcionamiento y calidad

Ana M. Serrano. Fotos: eE

Actualmente, los artilugios al servicio de los rituales estéticos superan el ámbito profesional. Desde limpiadores faciales electrónicos, masajeadores o depilación láser hasta sofisticadas rutinas antimanchas o antiedad están al alcance del consumidor particular con resultados similares a los tratamientos realizados en centros especializados.

Foreo, el gigante de la tecnobelleza

Entre las firmas que han apostado por la tecnología beauty, Foreo ocupa los primeros puestos, tanto por

su carácter pionero como por su enfoque dirigido a estimular la salud de la piel y desestigmatizar problemas como el acné. El acné es uno de los principales responsables de la falta de confianza en uno mismo, sobre todo entre los jóvenes, que puede desencadenar una serie de trastornos tan graves como el estrés, la ansiedad, incluso la depresión.

Por ello, la firma sueca en línea con sus valores corporativos -hacer que las personas se sientan bien en su propia piel- ha diseñado un dispositivo de luz LED

Seguros

elEconomista.es

azul para tratar esta alteración cutánea. Espada es el nombre elegido para este pequeño artilugio capaz de destruir las bacterias causantes del acné, los granitos y los puntos negros. Las pulsaciones T-Sonica ayudan, además, a reducir la inflamación y regular la producción de sebo. El dispositivo con silicona de grado médico aprobada por la FDA, resistente a las bacterias es tan eficaz como su nombre gracias a su potencia de 3W.

Luna es la estrella de Foreo, el dispositivo imprescindible para lograr una profunda limpieza cutánea, el paso previo a cualquier otro tratamiento. Las pulsaciones T-Sonic y los largos filamentos de silicona, se alían con la tecnología térmica. Una agradable sensación de calor limpia el rostro a la temperatura ideal mediante movimientos circulares. Luna 3 plus es la gran revelación de la temporada, pues incluye la posibilidad de activar tratamientos con microcorrientes para revitalizar y estimular la producción de colágeno.

También tenemos que hablar de Ufo 2 Black. Y es que simboliza uno de los mensajes más fuertes de la compañía. Fusionando la potencia con el diseño Ufo 2 Black se ha convertido en el máximo representante del hedonismo y la elegancia. ¿Qué hace por nosotros? Reafirmar, iluminar y rejuvenecer la piel en tan solo unos minutos. La tecnología de termoterapia prepara la piel para que los ingredientes de las mascarillas penetren en profundidad. La crioterapia enfría la piel al instante dotándola de firmeza. Además, reduce poros y bolsas. Las pulsaciones T-Sonic rematan el trabajo, facilitando la absorción y suavizando las líneas de expresión.

El efecto ‘glow’ de Nu Skin

Lucir una piel radiante y con efecto glow es la nueva obsesión. ¿Qué hacer para conseguirlo? Pues apuntarse al ageLOC Boost de Nu Skin. El nuevo dispositivo de la marca de Utah optimiza la piel a través de la microcorriente pulsante variable alterna: envía pulsiones intermitentes y variables ocho veces por segundo, cambiando automáticamente de polaridad positiva a negativa en cada ciclo de 2,4 segundos. Está pensado para el uso combinado con el Activating Serum, cuya fórmula a base de extracto de azucena marina, vitamina C y niacinamida favorece la renovación celular al tiempo que exfolia de manera suave.

El limpiador inteligente de Q77+

Gel Limpiador Tonificante es lo último de Q77+, un producto multifunción diseñado para limpiar y liberar la piel de impurezas. Además de limpiar, tonifica el rostro gracias a su cabezal de silicona vibratorio que, al ser rotacional, arrastra toda la suciedad y las células muertas, eliminando también cualquier residuo de grasa. Su fórmula (libre de parabenos y sulfatos) con Sepitonic M3.0, extracto de frutas tropicales, pollustop y A-Bisobolol revitaliza la piel de forma impecable.

Para esa piel tan delicada del contorno de ojos, Tali-ka ha diseñado un dispositivo de masaje a base de rodillos especial para esta zona. Combate y atenúa las patas de gallo, las bolsas y las ojeras gracias a la tecnología de microcorrientes y terapia de luz. Cuenta con dos modalidades: détox y regenerante.

Y yo con estos pelos

Encrespado, lacio, soso... A veces el cabello se pone tan indómito que ni siquiera la socorrida coleta nos salva del caos. Pero que no cunda el pánico. Dyson desembarcó hace unos meses con su nave espacial Airwrap para todo tipo de cabello. Se trata de un dispositivo al que se acoplan diferentes cabezales en función del tipo de peinado que se desee. Se emplea con la melena húmeda, porque, aunque desprenden calor no queman la fibra capilar. Los onduladores funcionan mediante un sistema de aire que atrae el cabello sin necesidad de enroscarlo en el cabezal.

Si el problema es la caída, el Casco Regenerador Capilar Láser es la solución. Se trata del primer dispositivo basado en la aplicación de diodos LED para el tratamiento del crecimiento capilar con luz láser LLLT (Low Level Light Therapy). La terapia, equivalente a un tratamiento en clínica, está adaptada al uso doméstico. Potencia el desarrollo de los folículos pilosos gracias a su terapia de luz láser infrarroja, que penetra en el cuero cabelludo. De esta forma, el cabello crece sano y fuerte. Es inalámbrico, ligero, flexible y duradero, ideal para usarlo en casa o incluso de viaje. Ha sido testado y aprobado por la FDA y la Comisión Europea como procedimiento seguro, eficaz y sin efectos secundarios.

El único inconveniente de la mayoría de estos dispositivos suele ser el precio. Ya que tenemos el famoso *Black Friday* a tiro de piedra, ¿por qué no aprovechar los descuentos tan jugosos que, como cada año, nos propondrán en pocos días para darnos un capricho?

Redenhair, el caso que trata la alopecia en casa.





Para fomentar el segundo pilar es necesario fomentar la cultura financiera y no olvidarse de pymes y autónomos. iStock

Planes de pensiones de empleo, sí, pero no a costa del ahorro privado

Aunque todavía no está aprobado, el Gobierno pretende aumentar las ventajas fiscales de los planes de pensiones de empleo a la vez que rebaja las de los planes de pensiones privados. Los sectores del seguro y del ahorro colectivo advierten de que esta práctica afecta especialmente a los autónomos.

V.M.Z.

Está cansado de oírlo, el sistema de previsión social se sustenta en tres pilares. El primero corresponde al sistema público de pensiones. Se trata de unas prestaciones que cada ciudadano tiene aseguradas y se componen de las pensiones contributivas y las no contributivas. La cuestión ahora reside en su cuantía. La mayor esperanza de vida hace que muchos gobiernos se planteen reducir la cantidad que cada trabajador percibirá en

su jubilación, porque estará más años percibiendo la pensión. El segundo pilar es el que está constituido por los sistemas de ahorro previsional promovidos por las empresas. Su objetivo es generar ahorro privado para el trabajador, para complementar su futura pensión de jubilación.

En estos planes de pensiones, las aportaciones las puede realizar la empresa en nombre del emplea-

do; y el empleado también puede aportar a su ahorro de forma periódica. Por último, el tercer pilar es el formado por el ahorro individual, por los planes de pensiones u otros instrumentos de ahorro previsional que quiera contratar el ahorrador. La combinación de los tres pilares favorecerá que el ciudadano, cuando llegue el momento de la jubilación, pueda seguir disfrutando de una calidad de vida similar a la que tenía cuando estaba trabajando.

Las mismas reglas del juego para todos

En un momento en el que los agentes sociales -empresas y sindicatos en representación de los trabajadores- entienden que desarrollar el segundo pilar es más necesario que nunca, este desarrollo no se puede hacer en detrimento del tercer pilar, el del ahorro privado, ni dejando fuera a un colectivo tan importante como el de los trabajadores autónomos y el de los empleados de pequeñas y medianas empresas, prácticamente el 90% de los trabajadores españoles.

Esta es una de las principales conclusiones del encuentro organizado por el Observatorio Caser: *Planes de pensiones de empleo: a la espera del necesario impulso del segundo pilar*, en el que participaron Elisa Ricón, directora general de Inverco; Celia Ferrero, vicepresidenta de ATA, la Federación Nacional de Asociaciones de Trabajadores Autónomos; Asier Uribechevarría, vocal de WealthTech de Aefi, la Asociación Española de Fintech e Insurtech y Eva Valero, directora del Observatorio de Pensiones de Caser.

Solo un 3% de las pequeñas y medianas empresas cuenta con algún tipo de producto de ahorro para su plantilla, un porcentaje que se reduce al 1% si nos centramos en Planes de Pensiones de Empleo, según el estudio 'Planes de pensiones de empleo: ¿cómo son percibidos por las Pymes y microempresas en España?' elaborado por el Observatorio de Pen-

siones Caser. Para algunas grandes empresas puede ser una herramienta habitual de retribución y retención del talento, pero el 65% de las pymes de hasta 50 empleados ni siquiera conocen, ni han oído hablar de los Planes de Pensiones de Empleo. Además, como alerta Elisa Ricón, "no hay desarrollo del sistema de empleo porque no hay conciencia y no hay estímulos financieros ni fiscales".

Los autónomos, los más perjudicados

Para la vicepresidenta de ATA, la nueva bajada del tope de aportaciones a los planes de pensiones individuales, hasta los 1.500 euros, es una mala noticia. "Supone un castigo injusto para una parte muy importante del tejido productivo de nuestro país, los autónomos, que, por el momento, es la única opción con la que cuentan para complementar su pensión pública", a la espera de que se concrete el plan de promoción pública. La directora general de Inverco añade que "el segundo pilar tiene una permeabilidad que no tiene el tercero. Pero la solución no es darnos a elegir, no hay que elegir entre uno y otro".

Para los tres expertos, es vital fomentar la educación y cultura financiera a todas las edades, así



Solo un 3% de las pymes cuenta con algún instrumento de ahorro para sus empleados

como apoyarse en la digitalización para ofrecer productos financieros que se adapten a las diferentes necesidades y los perfiles de los ahorradores; además del fomento de productos de ahorro flexible, personalizado, eficiente y rentable. Y, nunca, fomentar el segundo pilar a coste del ahorro individual.



Asier Uribechevarría (Aefi); Celia Ferrero (ATA); Elisa Ricón (Inverco); y Eva Valero (Caser). eE



iStock

El reaseguro: una radiografía del aliado infalible de las aseguradoras

Aunque el capital de las cuatro principales compañías reaseguradoras de Europa se mantuvo alto durante 2020, la pandemia y los desastres naturales provocaron una fuerte caída de los ingresos en el sector.

Olga Juárez Gómez

El reaseguro es la parte más desconocida de los seguros, definir todas sus vertientes, funciones y utilidades no es tarea fácil. De una forma simple las reaseguradoras podrían ser consideradas, valga la redundancia, las aseguradoras de las aseguradoras. Aunque es un sector que suele quedar en segundo plano, deslumbrado por los seguros eventuales, actualmente se encuentra en plena agitación. Por un lado, las cuatro principales reaseguradoras europeas cayeron drásticamente en 2020 debido a siniestros relacionados con el Covid-19, en consecuencia, líneas concretas de reaseguros han sufrido una corrección en el precio.

Antes de indagar más en la situación actual del reaseguro, Santiago Arechaga, CEO de Swiss Re Iberia, nos desglosa las diferentes vertientes del concepto. "El reaseguro como actividad podría entenderse como el mecanismo que tienen las asegu-

radoras para ceder parte del riesgo, que ellas no están preparadas para absorber". "En muchas ocasiones, el riesgo es demasiado volátil o excesivo, y nosotros actuamos como un mecanismo de distribución del riesgo a nivel global. Es decir, cogemos ese riesgo que no están dispuestas a absorber las aseguradoras directas, y lo absorbemos los reaseguradores. Nos podríamos definir como el reasegurador de las aseguradoras", explica Arechaga.

El reaseguro en ocasiones se confunde con el coaseguro, este último es un mecanismo que utilizan las compañías aseguradoras para repartirse la responsabilidad en la cobertura de determinados riesgos. El coaseguro engloba a dos o más compañías de seguros, de esta forma, durante un período de tiempo acordado cada una de las compañías solo asume un porcentaje del riesgo, además, engloban las primas.

En cuanto a los riesgos que asumen los reaseguradores, Arechaga expone lo siguiente: "Absorbemos los mismos tipos de riesgos que una aseguradora común, desde ese punto de vista, podemos hablar de riesgos de tipo personal o aquellos que afectan a las cosas, al inmovilizado de las empresas o personas".

Un panorama reconocible

Tras la pandemia, los siniestros aumentaron en el cuarto trimestre de 2020 debido a un crecimiento en la mortalidad, Estados Unidos fue el país más golpeado por este fatídico hecho. Las cuatro principales reaseguradoras europeas Hannover Re, Munich Re, Scor y Swiss Re informaron de los siniestros pagados y de las reservas adicionales por valor de 2.400 millones. Aunque el capital de las cuatro se mantuvo muy alto hasta finales de 2020, la pandemia provocó una fuerte caída de ingresos con respecto al año anterior.

El papel de las reaseguradoras no cubre solo asegurar a las aseguradoras, sino que su evolución afecta al sector por completo. "Aquí hay varias consecuencias, por un lado, participamos de forma muy activa junto con las compañías aseguradoras a la hora de diseñar los productos que cubran los riesgos que tienen las personas. Tenemos un papel relevante en la innovación del producto. Además, somos partícipes de otros efectos apreciables, como son las condiciones de suscripción, o que tipo de información requerimos de un riesgo a la hora de ponerle precio o de aceptar su condición", comenta Arechaga, CEO de Swiss Re Iberia.

La pandemia no ha sido el único infortunio vivido este último año por las aseguradoras y reaseguradoras, cada vez son más frecuentes las noticias sobre desastres naturales. Detrás siempre están las aseguradoras para apoyar a las zonas afectadas. Un reciente estudio de Swiss Re afirma que el sector asegurador ha sufrido unas pérdidas de 34.000 millones de euros hasta junio por motivos del cambio climático, un 27% más que la media de la última década. La compañía también considera que el aumento de las pérdidas por catástrofes relacionadas con el clima y la naturaleza se traducirá en gastos en primas de entre 121.000 y 158.000 millones de euros, lo que aumentará el precio de los aseguramientos.

Ante esta situación es inevitable pensar sobre el volcán de La Palma, esta erupción ha sido catalogada como la quinta mayor catástrofe natural de España desde que existen datos. No obstante, según Arechaga las compañías de reaseguro todavía no pueden cuantificar el impacto real de este siniestro. "En España existe el Consorcio de Compensación de Seguros, una entidad pública que da cobertura a estos riesgos catastróficos", explica el CEO de Swiss Re Iberia.



Santiago Arechaga, CEO de Swiss Re Iberia. eE

Aunque la situación actual es sensible, los precios generalizados se mantienen estables, menos algunas líneas concretas que sí han visto una corrección del precio. "Yo creo que a esta corrección todavía le queda recorrido en aquellas líneas que no se han visto afectadas. Las líneas de *property* y eventos de la

Habrà corrección de precios en las líneas de seguros más afectadas por la siniestralidad

naturaleza son líneas que han visto una experiencia de siniestralidad muy negativa, esto hace necesario una corrección del precio", expone Arechaga. No es sostenible un entorno asegurador donde las reaseguradoras no pueden remunerar a su capital adecuadamente, por lo tanto, necesitan material para cubrir los riesgos.

El 'boom' del 'antiaging': ¿es posible ganarle la batalla al paso del tiempo?

La tecnología se alía con la medicina para favorecer tratamientos que alargan la juventud y retrasan el envejecimiento, algo buscado desde tiempos inmemoriales

Ana M. Serrano. Foto: iStock

El sueño de la inmortalidad no es un delirio de los tiempos modernos. El hombre lleva siglos intentándolo, creando pócimas mágicas cuyas fórmulas garanticen la juventud eterna. Lo hicieron los alquimistas, primero en Egipto y Mesopotamia, en China e India, durante el Imperio romano y en la Antigua Grecia. En Europa, casi siempre vinculada con las corrientes herméticas, el origen de la alquimia se remonta a más de 2.500 años.

Lo que sí es muy de ahora es el avance de las nuevas tecnologías, la ciencia y un estilo de vida cómodo y saludable que favorece una larga existencia en condiciones óptimas. Se trata del célebre *antiaging*, una serie de pautas y tratamientos dirigidos a prolongar la juventud. Las bases son sencillas: alimentación ligera, poco calórica, y práctica habitual de ejercicio moderado. Pero eso no basta para detener el estrés oxidativo causante del envejecimiento. Los adelantos científicos han permitido identificar el origen de la longevidad en cierto tipo de enzimas y proteínas que no todos los individuos poseen.

A través de diferentes test genéticos, biochips de ADN y estudios nutricionales, hormonales, biológicos e inmunológicos, la medicina antienvjecimiento -que forma parte de la medicina estética- ha logrado establecer tratamientos y programas personalizados dirigidos a la mejora de los factores que influyen en la pérdida de la vitalidad. Obviamente, la medicina *antiaging* no impide el proceso de envejecimiento que, hoy por hoy, sigue siendo irreversible e imparabile. Sí logra retrasarlo, aumentando la esperanza y la calidad de vida, fundamentalmente mediante la prevención.

Los estudiosos de la longevidad aseguran, no obstante, que la genética influye sólo un 25%, mientras que el 75% restante depende en gran medida de los hábitos de vida. Aparte de la alimentación y el ejercicio físico, para alcanzar la vejez sin patologías ni limitaciones físicas es importante mantener a raya factores de riesgo -hipertensión, estrés, diabetes, colesterol alto, sedentarismo, tabaquismo, sobrepeso- y trabajar de manera activa para mejorar las condiciones físicas mediante terapias establecidas siempre por un especialista.



La medicina antienvjecimiento ayuda a retrasar los estragos de la edad.

Son ellos, los médicos antiedad, los únicos capacitados para, tras un estudio exhaustivo del paciente -pruebas físicas, riesgos cardiovasculares, composición corporal, análisis bioquímicos-, de sus hábitos y estilo de vida y de su genética, determinar el plan de salud individual adecuado que incluirá tratamientos nutricionales; suministros adicionales de vitaminas, oligoelemento o antioxidantes; programas de ejercicios físicos y/o psíquicos y reposiciones para restablecer los niveles correctos, en caso de deficiencias.

De esta forma, no sólo se logra ralentizar el proceso de envejecimiento y la destrucción celular, también se mejora el rendimiento físico, se aumenta el tono muscular y la inmunidad, así como la elasticidad e hidratación de la piel.

Productos

Caser renueva 'Cling_Cling', su seguro digital de ahorro

Caser Seguros ha lanzado una nueva versión de *Cling_Cling*, la solución aseguradora para ayudar a las personas en la tarea del ahorro. Se trata de un plan de ahorro digital que contiene ayudas para ahorrar, como el redondeo de compras con las tarjetas de crédito que el cliente ya tiene contratadas en otras entidades y que puede vincular a la *app Cling Cling*. Gracias a estas funcionalidades, es posible destinar fácilmente al ahorro cantidades que seguramente acabarían en gastos.

Una de las motivaciones de los ahorradores es obtener bonificaciones a sus ahorros, por eso en *Cling_Cling* se gestionan para ser invertidos y buscar rentabilidad. En este caso, la solución es un seguro de ahorro *unit linked* con tres posibles carteras de inversión (conservadora, moderada o dinámica) que el cliente elige en el momento de la contratación y que, en lo sucesivo, podrá cambiar, si lo de-



Caser renueva 'Cling_Cling' para hacer el ahorro más fácil a sus asegurados. eE

sea, desde la propia *app*. En esta aplicación los ahorradores podrán seguir el ritmo de sus aportaciones, las contribuciones del redondeo y la evolución de la rentabilidad. La contratación mínima es una prima inicial de 10 euros y otra periódica de 10 euros al mes, y puede realizarse bien a través de la red de agentes de seguros de Caser o desde la web de la compañía de seguros.

Productos

Helvetia renueva su gama de seguros de Hogar con tres nuevas modalidades de contratación

Helvetia Seguros ha renovado su oferta de seguros de Hogar con una nueva línea de productos, dirigida tanto a viviendas en propiedad como a viviendas en alquiler. La nueva gama de seguros de Hogar de Helvetia permite al cliente una mayor personalización a la hora de la contratación para que pueda cubrir los requerimientos específicos de su hogar.

Esta nueva gama se compone de tres modalidades distintas, que se adaptan a las características específicas de cada vivienda.

Helvetia Hogar Confort: cuenta con coberturas imprescindibles que cubren los daños esenciales que puede sufrir una vivienda.

Helvetia Hogar Integral: esta modalidad no solo incluye las coberturas más básicas para cubrir los percances más frecuentes en el hogar; sino tam-

bién otras garantías y servicios de gran valor añadido, explican.

Helvetia Hogar Global: está dirigida a aquellos clientes que quieren estar cubiertos ante el gran abanico de eventualidades que pueden suceder en el hogar. Con las coberturas más completas del mercado y con una amplia y variada oferta de servicios.

Cada una de estas modalidades cuenta con una serie de coberturas exclusivas y con un paquete de garantías y servicios opcionales para que el cliente pueda añadir a su seguro las coberturas necesarias para dotar a su vivienda de una protección más específica.

Con este lanzamiento, la compañía explica que "cumple con una de las prioridades de su nueva estrategia *helvetia 20.25*, relativa a mantener una oferta completa de productos, adaptada a las expectativas más exigentes de sus clientes".

RSC

Allianz Partners dona material médico a Juan Ciudad ONGD

Noviembre es para Allianz Partners el mes de la Solidaridad, un compromiso corporativo al que la compañía quiere dar vida a través de distintas iniciativas de carácter interno con sus colaboradores y externo, a través de organizaciones sin ánimo de lucro. En esta ocasión, ha sido a través de la organización Juan Ciudad ONGD con quien Allianz Partners ha podido iniciar una colaboración para ofrecer material sanitario y facilitar el acceso a la salud de personas en los entornos más desfavorecidos.

Se trata de una colaboración que implica la cesión por parte de la empresa de asistencia y seguros de cerca de un centenar de utensilios esenciales para el cuidado de la salud de las personas. Estas herramientas integran desde laringoscopios, medidores de glucosa, aparatos para medir la tensión o mantas térmicas, hasta respiradores y desfibriladores



Voluntarios de Allianz Partners ayudan con el material médico donado. eE

cardiacos. Más de un centenar de aparatos médicos, escasos y de difícil acceso para los pacientes que se encuentran en países en vías de desarrollo.

A través de esta donación, Allianz Partners quiere poner de manifiesto la importancia de la Solidaridad y la cooperación corporativa desde la empresa privada a organizaciones sin ánimo de lucro.

RSC

Sanitas homenaja a los deportistas que compitieron en los Juegos de Tokio 2020

Sanitas, proveedor médico oficial del Comité Olímpico Español (COE) y del Comité Paralímpico Español (CPE), ha reunido a algunos de los deportistas que participaron en los últimos Juegos para comentar con ellos su experiencia y logros en la cita del país nipón. El piragüista Saúl Craviotto; la taekwondista Adriana Cerezo; la triatleta paralímpica Eva Moral; y la atleta paralímpica Sara Andrés han sido los deportistas que han compartido con los empleados de Sanitas algunas de sus mejores anécdotas en Tokio.

“Estos han sido unos Juegos históricos. Han trasladado un mensaje muy importante a la humanidad, que poco a poco todo avanza”, ha asegurado Saúl Craviotto. “Sin duda han sido los Juegos del cambio. La vida es cambio y estos Juegos nos han demostrado que tenemos esa capacidad de adaptarnos a todo aquello que surja”, aseguraba Sara Andrés.

Por su parte, Eva Moral ha catalogado este ciclo olímpico como “los Juegos de la ilusión. Los Juegos son la fiesta del deporte y estos nos han dado una dosis extra de ilusión”, explicaba. “Hemos vuelto a ilusionarnos, a la realidad que necesitábamos”, ha concluido Adriana Cerezo.

Iñaki Peralta, consejero delegado de Sanitas y Buropa Europe & LatinAmerica, ha querido destacar la importante labor de estos deportistas y su especial esfuerzo en un año tan complejo. “Los deportistas españoles servís de inspiración a nuestra sociedad y hoy a nuestros compañeros de Sanitas por vuestro esfuerzo, sacrificio y capacidad de adaptaros a las circunstancias, por complejas que éstas sean. Siempre es así, pero en un año marcado por el aplazamiento de los Juegos, vuestra constancia y perseverancia son un ejemplo para todos. Vuestros éxitos son la mejor muestra de que siempre hay que seguir luchando”, ha afirmado Peralta.

Nombramiento

Jacobo Hornedo, nuevo CEO de Aon España

Aon ha anunciado el nombramiento de Jacobo Hornedo como nuevo CEO de Aon España. Reportará a Pedro Penalva, recientemente designado CEO de Iberia, África e Israel. Desde su nuevo puesto coordinará los intereses de Aon en nuestro país, desarrollando a nivel local la estrategia de la firma centrada en “mantenerse en constante evolución para ofrecer soluciones de impacto a los clientes, acelerar la innovación, y crear oportunidades y valor pa-

ra empleados, clientes y sociedad”. Hornedo ocupaba desde 2017 el puesto de Chief Commercial Officer para Aon España, además de ser miembro del Comité Ejecutivo de Aon Iberia. Cuenta con una larga experiencia en Aon que comenzó en el área de Reaseguros en Londres durante tres años. Ha desempeñado distintas funciones de responsabilidad dentro del Grupo Aon, con especial foco en Clientes Multinacionales, señala la firma.

Aseguradoras

VidaCaixa gana 580,8 millones de euros hasta septiembre, un 10% más

VidaCaixa ha obtenido un beneficio neto consolidado de 580,8 millones de euros entre enero y septiembre de 2021, un 10,1% más que en el mismo periodo de 2020. Las claves del incremento en la cuenta de resultados, en la que no se incluye el negocio asegurador ni de pensiones de Bankia, son el mayor volumen en las carteras de negocio y el crecimiento sostenido del patrimonio bajo gestión, según señala la compañía.

Las primas y aportaciones a los diferentes seguros de ahorro en los nueve primeros meses del año han experimentado un crecimiento del 10,6%, hasta los 7.128,4 millones de euros.

La variación es positiva tanto en el segmento individual, que crece un 8%, como en el de colectivos, cuyo incremento supera el 22% en el tercer trimestre del ejercicio.

Nombramiento

Juan Pablo Galán de la Fuente, nuevo CEO de Verti

Juan Pablo Galán es el nuevo CEO de Verti, compañía digital de seguros del Grupo Mapfre. Será el responsable de dirigir el desarrollo de la empresa, en sustitución de Marcos García March, que acaba de ser situado al frente de la dirección corporativa de Negocio Digital del grupo asegurador. En el momento de este nombramiento, Juan Pablo Galán era director técnico, con responsabilidad sobre marketing, pricing, suscripción, canales digitales y contact

center de Verti. Anteriormente había ocupado el puesto de director de desarrollo de negocio digital en la compañía. Juan Pablo trabajaba en Verti desde 2010.

Galán cuenta con una amplia experiencia en el sector asegurador y ha desarrollado su carrera profesional en diferentes posiciones en el ámbito de seguros digitales, como suscripción y canales.

Aseguradoras

Vitalias comercializará la hipoteca inversa de Caser

Caser Seguros y Vitalias han llegado a un acuerdo para que la empresa comercialice el producto Caser Hipoteca Inversa en las distintas comunidades autónomas en las que opera: Cataluña, Andalucía, Cantabria y Madrid. De esta forma, Vitalias amplía su cartera de servicios dentro de la llamada *Silver Economy*. Por su parte Caser, -que fue la primera aseguradora que lanzó este producto en julio de 2019-, desarrolla su capacidad de distribución.

Vitalias lleva más de diez años asesorando en ventas de nudas propiedades con contrato de rentas vitalicias inmobiliarias en el territorio español.

Al añadir Caser Hipoteca Inversa puede ofrecer más opciones a las personas mayores para que estas puedan obtener el máximo rendimiento de su propiedad sin tener que dejar de disfrutar de la misma y sin venderla, explica la entidad.

Tener mala prensa: ¿de qué me sirve enfadarme tantísimo?

Es necesario estar preparados para entender que la visibilidad tiene dos caras a gestionar. El enfado ayuda a detectar lo injusto de algunos comentarios, interpretaciones y actos de otras personas, desde nuestro punto de vista

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

Vaya consulta más interesante hoy: “Soy jefa. Tengo muy mala prensa en la oficina, me enfado de manera habitual en alta intensidad y luego lo pago en casa con la familia. Al final del día ya me pregunto ¿de qué me sirve enfadarme tantísimo? Pero cómo me cuesta darme cuenta en el trabajo. ¿Alguna recomendación, Doctora?”

Respuesta: Los profesionales pueden ser “punto de admiración y también punto de mira”. La visibilidad es moneda de dos caras a gestionar. Existen ambas probabilidades y es necesario preguntarse:

¿Qué consecuencias quiero que esto tenga en mí al acabar el día?

Esta pregunta me puede enfocar cada mañana para ser más consciente de lo que sí puedo elegir. Hará hoy: comentarios, juicios, prejuicios, valoraciones en positivo, reconocimientos o felicitaciones. Todo esto nos emocionará.

Si lo que se recibe del exterior está alineado con lo que pienso de mí, la expectativa que he generado se cumple y mi emoción puede ser la alegría. Si la moneda gira y lo que recibo del exterior creo que no se corresponde con quien yo creo que soy, lo puedo interpretar como injusto. Es entonces cuando, llama a la puerta de mi amígdala una emoción: el enfado. Y dice: “Toc, toc, ya estoy en casa”

El enfado ayuda a detectar que algo me parece injusto o bien que se está abusando del poder o autoridad. “Eso no debería ser así”. Aporta información sobre nuestros valores, creencias y principios de cómo nos gustaría que fuera el mundo y lo que

perciben de nosotros.

¿Cómo gestionarlos mejor? Unos breves consejos le podrán ayudar. Son aprendizajes de jefes. Personas que, como tú y yo, no nacieron sabiendo de estos temas. Querían mejorar en su gestión emocional y lo han ido consiguiendo paso a paso:

Permitir que el equipo muestre su punto de vista, escuchando sin juzgar su perspectiva, sino acogiendo su visión.

Analizar si puede haber algún error de percepción (una perspectiva parcial, incompleta, confusa).

“Se pueden compartir los puntos de vista y mediar para una solución que nos beneficie como equipo”.

Antes de decir algo o actuar sin pensar, probar el antídoto del autocontrol, respirando en silencio y guardando la calma con mensajes positivos: para, piensa y actúa.

No perder las formas y, si lo hacemos, disculparnos lo antes posible: “Perdona, te he respondido de una forma que no era adecuada”.

Evitar pagar el enfado con los demás que nos apoyan y son a veces los grandes mutilados por nuestro malestar.

Revisar cada noche nuestra gestión del enfado. Valorar si se ha reducido la intensidad o la frecuencia. Todo suma. Ser agradecidos en este aprendizaje de la gestión emocional y premiarse.



La pintura silenciosa de Morandi resuena en la Fundación Mapfre

'Morandi. Resonancia infinita' ofrece una retrospectiva de la obra de este pintor italiano marcada por el misterio y la fragilidad de sus pinturas. Ya puede visitarse en Fundación Mapfre

Ana M. Serrano. Fotos: Giorgio Morandi, VEGAP

La Fundación Mapfre exhibe en la sala Recoletos (Madrid) una interesante retrospectiva dedicada a Giorgio Morandi, cuya obra trasciende los límites del tiempo y de lo tangible. *Morandi. Resonancia infinita* recorre todas las etapas de su trayectoria artística: desde los inicios, vinculados a la reflexión sobre Cézanne y el cubismo, la breve e importante adhesión a la pintura metafísica, hasta la definición de un lenguaje maduro y original, documentado en la sección "Diálogos silenciosos".

La muestra incide en la musicalidad constante de la obra de este pintor italiano, presente en todos los objetos que habitan su obra a modo de cajas de resonancia. El recorrido propone el análisis de su obra a través de varios conceptos clave: el efímero momento metafísico en el que sus obras se pueblan de objetos infrecuentes en su iconografía; las flores y las naturalezas muertas; los paisajes; el timbre autónomo del grabado y la influencia de su legado en la evolución del arte contemporáneo.

Flores y bodegones

Contemplar los cuadros de Morandi es como entrar en una habitación dormida, bañada por la luz lechosa de un día de invierno, donde los objetos cotidianos -botellas, conchas, cuencos, latas, jarrones, cajas- protagonizan la escena. Silenciosas y sublimes, sus composiciones generan una inquietante sensación de misterio. El eco de sus trazos resuena sobre ese mutismo pintado en todos los colores de blanco. La iluminación, ambigua, se expande por la atmósfera como un leve pero incesante susurro.

También las flores acompañaron siempre la poética en blanco del pintor. Los matices de ocre, marfil, rosado o grisáceo perfilan rosas, zinnias o margaritas de capullos apretados que introduce en jarrones erguidos sobre superficies horizontales. De esta forma acentúa el efecto de la fragilidad y fugacidad de las mismas, condenadas a la decadencia y el ocaso.



'Natura morta', 1919.



'Fiori', 1950.



'Natura morta metafisica'.



'Cortile di via Fondazza'.

Los paisajes

Él, que apenas salía de casa, se asomaba al exterior a través de la única ventana de su estudio en Via Fondazza. Las vistas al pequeño patio, donde un olivo y un macizo de flores definían el umbral entre el pintor y el mundo que tan repetidamente representó durante la década de los 30, determinaron el inicio de su madurez artística y el desarrollo de su personal lenguaje pictórico. El pueblito de Grizzana, situado al borde de los Apeninos, le proporcionó otro importante arsenal de herramientas paisajísticas con las que ejecutar en el lienzo las partituras de la naturaleza.

El timbre autónomo del grabado

Entre las piezas que conforman la exposición, buena parte se centra en los grabados que el pintor boloñés realizó a lo largo de toda su carrera. El primero, a los 22 años, determinó una manera más de expresión artística. Para él la estampa no era un mero complemento de sus óleos, sino una técnica específica que le permitía profundizar en los espectros lumínicos.



El Museo Guggenheim de Bilbao se ha convertido en una referencia imprescindible de la ciudad de la ría. iStock

Bilbao: entre el orgullo de ser y la imparable evolución

Calles señoriales y la ría que se abre paso marcando la historia del lugar. Desde aquel antiguo astillero que, al cerrar, dejó a la ciudad industrial huérfana de progreso hasta la creación de lo nuevo que viene. Con ese orgullo particular de no olvidar el origen, Bilbao.

Anita Cufari

Tal vez, el paseo que mejor representa ese empecinamiento amable por no desconectarse de quiénes son es el de la memoria (Abandoibarra). Un recorrido que, entre esculturas, refresca el germen de lo que siempre está por suceder. Con el Guggenheim de fondo -que siempre vale la pena la visita- impresiona el dolor mudo del conjunto escultórico de las Sirgueras. Esas mujeres de antaño, en su mayoría viudas, que arrastraban las barcas. No pierda detalle de los rostros y la memoria de los tejidos de los trajes creados por la artista Dora Salazar.

O la inquietante adolescente que emerge de la ría a pocos metros del puente de Zubizuri. *Bihar* (mañana) es obra del escultor hiperrealista Rubén Oroz-

couna, creada para incomodar con los interrogantes que provoca. Y lo logra.

Mientras la escultura punzante nos lleva a pensar qué estamos haciendo hoy para que ese mañana soñado no sea pura utopía, hay otros que lo están creando.

Diseño e innovación

Desde el Basque Biodesign Center ya se reflexiona y experimenta con nuevos materiales. Enclavado en medio de un caserío tradicional, nada hace sospechar que allí el futuro se crea con impresoras 3D, observando la naturaleza y repensando qué hacemos con los desperdicios de hoy para convertirlos en telas, paredes o suelos sostenibles. Que lo sos-

tenible no es crear algo nuevo, sino entender qué hacer con lo actual.

Y aunque parezca raro hablar de pieles naturales en esta época, en el taller de peletería Ramón Ezkerra lo de ayer y hoy se convierte en prendas perfectamente diseñadas y recreadas por encargo.

Diseño y souvenirs con mucha alma

Por supuesto, como en toda ciudad abierta al turismo, encontrará los detalles comerciales para llevarse un poco de Bilbao con usted. Pero está aquí y el diseño autóctono es parte de la identidad cultural de la ciudad.

Respetando orgullosos el diseño local y los artistas que plasman lo que la realidad acota, en el Azkuna Zentroa, la antigua Alhóndiga de Bilbao, a los días le faltan horas para empaparse de las actividades y el arte contemporáneo. Vaya. Así como consejo de amigo. Vaya, tómese un momento para enamorarse de los espacios, la cultura, y ese *hall* central con las columnas diseñadas por Philippe Stark.

I'm a Basque Designer cuelga orgulloso el cartel con los diseñadores que plasman la idiosincracia de la ciudad. Desde los collages imposibles de Susana Blasco hasta la tinta sensible de Aitor Sarabia, una tienda del Azkuna siempre cambiante, respetuosa con el producto, el resultado y los artistas.

Si lo suyo es callejear en busca de regalos, aproveche el paseo por las siete calles de su casco histórico y hágase con algunos de los detalles artesanos de Orriak. Hasta puede ver cómo Miguel Ángel crea esas maravillas caladas en hojas de magnolio, mientras Edurne le cuenta historias del lugar. Para tradiciones, las históricas piezas de Calzado Bizkargu-neaga, todo un emblema local para encontrar tallas grandes, alpargatas, albarcas y trajes tradicionales.

Y si ha sabido observar, seguro que la flor del sol, la Eguskilore, ha aparecido como testigo y guardiana de todo lo que sucede en su viaje. El símbolo de protección de la mitología vasca que, también, puede llevarse puesto. Que en joyerías Eguskilore aseguran que el amuleto comenzó allí y basta ver los 71 años de historia realizando alta joyería para el País Vasco y más allá, que nadie se atreve a poner en duda el motivo de su progreso.

Identidad en boca

Durante el recorrido, imposible no tentarse con la gastronomía vasca. ¡Hay tanto por descubrir! Aproveche ese orgullo y amor por este terruño, convertido en platos de carnes, pescados y verduras frescos, coloridos y sabrosos de los mercados y restaurantes locales. ¿Recetas tradicionales? ¡Claro! ¡Está en la ciudad del orgullo por la identidad!

Y no olvide dejar espacio para lo nuevo. Porque to-



Pasacalles en Portugalete. eE



El Basque Biodesign Center experimenta con nuevos materiales. eE

do ese diseño y creatividad vasca también se sirve a la mesa. Desde el estrella Michelin Neura, el modernísimo Basuki o el sorprendente Basquery y sus maravillosas cervezas artesanales. La IPA, no se vaya sin haberla probado.

O algún txacolí de la premiada Viña Sulibarria. Por cierto, súper recomendada la visita a su molino tradicional que aún sigue funcionando.

Pero el Bilbao de hoy es también el de ayer. Un domingo a la mañana por Portugalete, cruzar el puente colgante, terraceo en el restaurante homónimo y adentrarse en la feria o algunas de las terrazas para ver los pasacalles o las gentes del lugar que se mezclan con curiosos de todas partes. Bilbao es una ciudad viva, latente, ecléctica, colorida, un destino imprescindible en cualquier época del año.

‘French Smooth’: tradición escocesa con un toque francés

La maestra mezcladora de Dewar’s, Stephanie MacLeod, añade un toqué francés al aroma escocés del whisky gracias a las manzanas ácidas de Normandía y ocho años en barrica.

Ana M. Serrano. Foto: eE

French Smooth es el segundo de una innovadora serie de whiskies de ocho años acabados en barricas de diferentes lugares del mundo. Siguiendo la estela de *Dewar’s 8 Caribbean Smooth*, el nuevo blend de la destilería escocesa incorpora a sus tradicionales aromas cítricos y miel de brezo el toque ácido de las manzanas de Normandía y la dulzura de la canela y la *crème anglaise*. Todo ello gracias a un añejamiento en barricas de Calvados. Esta última innovación de la maestra mezcladora de Dewar’s, Stephanie MacLeod, forma parte del espíritu audaz y genuino de la marca.

Por eso tenemos que hablar del legado Dewar’s, de una pequeña tienda de bebidas alcohólicas en el condado de Perth y de tres señores unidos por los lazos de sangre y el auténtico nudo celta, símbolo de la eternidad y el ciclo de la vida. John Dewar (1805-1880) fue el primero, quien tuvo la idea de abrir la tiendita de licores allá por el 1846 y realizar las primeras mezclas personales de whisky en cuanto se lo permitió la legislación de la época.

John Alexander, el mayor de sus dos hijos, era el cebrerito. Tommy, el pequeño, fue el «disfrutón»: mucho más de salir, alternar y relacionarse con las altas esferas de la sociedad londinense, incluso de la norteamericana. Ambos trabajaron durante un tiempo tras el mostrador del comercio de su padre y, cuando él murió, heredaron un negocio bastante bien encarrilado que se esmeraron en expandir. Mientras John Alexander se centraba en la parte económica de la marca, Tommy se entregó a la comercialización. Era lo suyo. Al tándem se unió A. J. Cameron, el primer maestro mezclador de Dewar’s, pionero en el proceso de doble envejecimiento.

Era 1896 cuando, en las afueras del pueblo de Aberfeldy, se construyó la destilería predestinada a fabricar el whisky escocés más suave del mundo. Con la mejor cebada escocesa malteada, el agua pura procedente del arroyo de Pitilie y el proceso inédito aplicado por Cameron nació el icono de la firma, *Dewar’s White Label*, cuya mezcla continúa representando la curiosidad y el espíritu osado de su fundador. Desde hace 175 años, “vivir con curiosidad” (stay curious) ha sido la insignia de una firma que no ha cesado de innovar, de



‘Dewar’s 8 French Smooth’, la última creación de la destilería escocesa.

investigar y crear las mezclas más insospechadas en el infinito universo del whisky. Buena prueba de ello es el delicado sabor de su *Dewar’s 8 French Smooth*. Ocho por los años de doble envejecimiento en roble, *french* por los aromas extraídos de las barricas de Calvados, *smooth* por el sosiego de sus aromas verdes. “Un whisky brillante y delicioso” — señala Stephanie MacLeod—, “fruto de una fusión inesperada de culturas y matices”, añade Marta Bordas, Iberia Dewar’s Brand Director.

Dewar’s lanza su última creación con el aroma de las manzanas ácidas y doble envejecimiento

Para celebrar el lanzamiento y dar a conocer este nuevo *blend*, Dewar’s ha lanzado una activación en redes sociales y puntos de venta. A través de un código QR, los usuarios pueden acceder a un sorteo activo hasta el próximo mes de junio. Más información en su web: <https://www.dewars.com/es/es/campaigns/dewarswin21es/>.