

Seguros

elEconomista.es

¿SANIDAD PÚBLICA O SANIDAD PRIVADA? LA COLABORACIÓN COMO ÚNICA OPCIÓN

El seguro de salud y la patronal de la sanidad privada vuelven a exigir un marco de colaboración público-privada estable





Actualidad | P8

Sanidad pública o privada: la colaboración nos hace más fuertes

La pandemia de coronavirus continúa presionando a la sanidad española. Los hospitales privados y el seguro de salud piden un marco de colaboración.



Ahorro e inversión | P20

Cómo ahorrar de forma segura más allá del plan de pensiones

Ahora que el Gobierno plantea la retirada de las ventajas fiscales de los planes de pensiones, el seguro de vida ofrece muchas alternativas.



Con pasión | P32

Alfonso 'De Rechupete' López, cocinero y empresario

"El porcentaje de suerte en un negocio es muy bajo, el éxito viene por darle duro y el trabajo en equipo", explica el cocinero y empresario.



Consejos útiles | P22

Cómo prevenir un ciberataque en la empresa y en el hogar

El aumento del teletrabajo ha disparado las vulnerabilidades de muchas empresas frente a las ciberamenazas. Se pueden prevenir los ataques con algunos consejos.

Movilidad | P24

La asignatura pendiente de los coches sin emisiones en España

La mal llamada nueva normalidad ha impulsado las ventas de coches eléctricos en España, pero la tecnología aún no cala en las calles.

Mascotas | P36

Coberturas imprescindibles para la salud de las mascotas

Los seguros de mascotas ofrecen la posibilidad de cubrir algunos gastos veterinarios. Estas son las garantías imprescindibles si quiere proteger la salud de su mascota.

Edita: Editorial Ecoprensa S.A.

Presidente Editor: Gregorio Peña Vicepresidente: Raúl Beyruti Sánchez

Directora de Relaciones Institucionales: Pilar Rodríguez Director de Marca y Eventos: Juan Carlos Serrano

Director de elEconomista: Amador G. Ayora Coordinadora de Revistas Digitales: Virginia Gonzalvo Diseño: Pedro Vicente y 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)



El futuro de la sanidad está en la colaboración público-privada

Si algo nos ha enseñado la pandemia es que solo se sale adelante trabajando juntos. La colaboración es esencial para luchar contra la amenaza invisible y parece que imparable, que ha puesto en jaque al mundo entero. La lucha contra el virus ha puesto de manifiesto la necesidad de aprovechar todos los recursos y, de nuevo, colaborar para mejorar nuestra forma de luchar contra la amenaza.

En este contexto, y después de seis meses de alerta sanitaria, la colaboración entre la sanidad pública y la privada se hace aún más evidente. Lejos de consignas políticas -de cualquier signo- se ha demostrado que el trabajo conjunto de hospitales públicos y privados ha sido la clave para evitar el colapso sanitario en España. Solo aprovechando todos los recursos disponibles se podrá atajar la pandemia sin poner en riesgo la atención sanitaria de otras patologías tan o más importantes que el Covid-19. Es un grito unánime del sector privado, tanto de las compañías de seguros como de los grupos hospitalarios, la necesidad de contar con un marco de colaboración claro y transparente que sienta las bases de una colaboración público-privada más estrecha y a largo plazo. Esto no quita mérito, ni fortaleza ni capacidad de servicio a la sanidad pública. Al contrario.

■
Para atajar la segunda ola de contagios es necesario un marco estable de colaboración entre ambos sectores
 ■

El seguro privado de salud ayuda a descongestionar listas de espera y permite importantes ahorros de costes a los hospitales públicos. Fundación Idis calcula que el ahorro anual es de 569 euros por paciente. Con más de 9 millones de asegurados, el ahorro supera los 4.000 millones de euros al Sistema Nacional de Salud. Es hora de aprovechar estos recursos y potenciarlos. La sanidad privada atendió a miles de pacientes en la primera ola de la pandemia. Y no se aprovecharon todos sus recursos disponibles. Ahora que nos enfrentamos a la segunda ola de contagios y hospitalizaciones, el sector insiste en ofrecer todos sus

medios -materiales y humanos- al Ministerio de Sanidad y a las Comunidades Autónomas para volver a trabajar codo con codo. No en vano, la red hospitalaria privada también forma parte del Sistema Nacional de Salud. No podría ser de otra manera.

De todo esto, y más, trata nuestro reportaje de portada de la edición de octubre de *elEconomista Seguros*. Un número en el que también analizamos por qué no termina de acelerar la venta de coches eléctricos en España, los consejos necesarios para evitar un ciberataque y cómo ahorrar gracias al seguro de vida si al final eliminan las ventajas fiscales de los planes de pensiones. También hay espacio para la tecnología, el ocio, la cultura. Y las fórmulas más eficaces para estar sano y bello por dentro y por fuera. Retome los placeres sencillos que le hacen feliz, no caiga en la anhedonia, tan típica del otoño, que siempre invita a la melancolía... Feliz lectura.



Rafael Calderón
 Director del canal corredores
 y asociaciones de Reale Seguros

Por qué una compañía como Reale Seguros apuesta por la mediación de seguros

De todos los canales de distribución, la mediación aporta a Reale Seguros su principal línea estratégica. Desde los inicios de nuestra andadura como aseguradora, no se ha entendido nuestro desarrollo sin la presencia de este colectivo. Su profesionalidad, capacidad de adaptación a los cambios y su fortaleza frente a los clientes le han dado un valor diferenciador. Esta visión se ha visto reforzada, más si cabe, por cómo han afrontado la etapa de Covid-19 que estamos atravesando, siendo un puente entre clientes y compañía que sin duda ha puesto de manifiesto esa diferenciación.

La mediación está acelerando todos los procesos de cambio, para adaptarse a la nueva situación, y seguir liderando un sector como el de la distribución, cada vez más sólido, con una visualización por parte de clientes y entidades, de conocimiento y asesoramiento que tanto se necesita en estos momentos. Aspectos que otras líneas de distribución no pueden aportar con tanta claridad.

La mediación es consciente de este posicionamiento y, por lo tanto, de su diferenciación frente al resto de canales, pese a los vaticinios de consultoras y estudiosos de la evolución que tendrían estos profesionales, en un mercado muy competitivo, el resultado no puede ser más distante, siendo hoy una de las locomotoras de la distribución y ganando, año tras año, terreno. Hoy más que nunca los clientes buscan asesores con conocimiento, que les puedan indicar las mejores opciones, que les ayuden a pasar esta situación, y aquí los mediadores son imprescindibles para entidades como Reale Seguros.

La situación del Covid-19 ha acelerado un proceso que nos daba cierto respeto. Se ha producido un acercamiento muy importante con los clientes. Las compañías hemos reaccionado para dotar a la mediación de

herramientas que permitan ajustar la medicina que cada cliente requiere, tanto en aspectos económicos, como de productos y servicios. Hemos visto claramente que surgirán nuevas demandas de coberturas, servicios de valor añadido, nuevos formatos de comunicación que nos obligarán a todos los actores del sector asegurador a desarrollar herramientas que faciliten estas demandas. Y también, están claras las preferencias de los mediadores por elegir sectores de negocio que han salido reforzados de la pandemia, para el desarrollo de su crecimiento, y de las entidades con las que se encuentren más cómodos en esta travesía, donde la confianza, el apoyo, y la comunicación cercana con ellos marcará la diferencia.

Si algo nos ha enseñado esta situación es que los clientes son mucho más digitales de lo que teníamos en mente. Por ello, hemos visto la utilización de la tecnología por su parte como algo natural. Se han acelerado los procesos de documentación electrónica, firma digital, campañas, etc., que sin duda hacen mucho más fácil la información para el cliente. Para estar informado en todo momento y con la rapidez que requiere, esto obliga a mediadores y entidades a avanzar en todos los procesos digitales, para que el cliente disponga de un abanico de posibilidades cuando, donde y como él quiera.

Nos falta trabajar conjuntamente en la palanca de compartir datos, siendo rigurosos con el cumplimiento de la legislación actual en este sentido, pero que nos permita ser mucho más eficientes y eficaces, con menor uso de la documentación física, con unas comunicaciones más ágiles. Recientemente, Unespa y las principales organizaciones de corredores han firmado un documento de tratamiento de estos datos al que Reale Seguros se ha adherido para avanzar en este proceso.



Preventiva
Seguros

AFIN.2

Asistencia Familiar Integral

- **Decesos**
- **Accidentes**
- **Hogar**
- **Vida**

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

Infórmate en el **900 20 30 10**



Preventiva

Seguros



preventiva.com



Carlos Lluch
Corredor de seguros

No todo es sano en Salud

Hace unos días, un amigo que trabaja en una aseguradora de salud me contaba que con el confinamiento muchos asegurados han optado por no acudir al médico y a los servicios de urgencia. Además, el desvío de recursos hacia quienes han requerido asistencia con motivo del Covid-19 ha hecho que otras asistencias programadas se hayan pospuesto. Como resultado, las clínicas y los médicos han visto caer sus facturaciones en picado.

Añadamos que, en la mayoría de las condiciones generales de seguros de salud, la exclusión de epidemias y pandemias es un hecho materializado, un enfoque cuasi exclusivo del tratamiento en centros públicos. La posible facturación de un punto crítico ha caído fuera del tiesto privado. Los médicos se han quejado. Pero las clínicas, fuertemente concentradas en unos pocos oligopolios, sabían que tenían la sartén por el mango por lo que han facturado a precios muy por encima de los *forfait* pactados con carácter previo a la crisis pandémica. Así, sin pausa, ponen al día sus cuentas de resultados.

Recuerdo a médicos generales y especialistas, así como a profesionales sanitarios tales como fisioterapeutas pidiéndome consejo en las redes sociales y foros. Invariablemente, la pregunta es: "¿Por qué tal o cual aseguradora acude a mi consulta y me ofrece honorarios que solo puedo aceptar si estoy desesperado?". Hablo de ofrecer siete euros por consulta a un médico especialista. O tres euros por sesión de rehabilitación donde el *fisio* me contó que la propuesta de la compañía era: "Podrás reducir el tratamiento de 30 a 20 minutos y, como cubrimos 20 sesiones anuales y no se habrá curado, el resto se las cobras a tarifa". Puramente psicópata.

Debemos entender que los seguros a pocos euros facilitan la contratación en precario que obliga trabajar a destajo para sobrevivir. ¿Quién querrá eso para sí? ¿Acaso los mejores profesionales de la salud, aquellos que curan en mayor porcentaje, que cometen menos errores y salvan más vidas? ¿Por qué hay seguros que excluyen la tecnología láser y técnicas poco invasivas, más seguras, de recuperación rápida e indolora? Si, a la hora de vender un seguro de salud debemos pensar en las personas y su supervivencia más que en la facilidad para endosar una venta o un *rappel*. Debemos conocer lo que hay detrás del *low cost*, lo que implica entregar a nuestro cliente a profesionales con una propuesta de valor real o a posibles incompetentes con métodos obsoletos.

Nombramientos

Iñaki Peralta sustituirá a Iñaki Ereño al frente de Sanitas

Iñaki Peralta será el nuevo CEO de Sanitas y de Bupa Europe & LatinAmerica. El directivo ha desarrollado casi toda su carrera profesional en Sanitas y forma parte de la compañía desde hace más de dos décadas. A lo largo de estos años, Peralta ha adquirido una extensa experiencia en los negocios de Sanitas, ya que actualmente es director general de Sanitas Seguros, pero anteriormente ha dirigido también Sanitas Hospitales y ha sido director de Operaciones de Sanitas Mayores.

Desde 2012, el directivo es miembro del comité de dirección de ELA, la Market Unit de Bupa para Europa y Latinoamérica que agrupa los negocios -seguros y provisión hospitalaria y dental- del grupo multinacional de salud Bupa en México, Brasil, Chile, Perú, Ecuador, Bolivia, Colombia, Panamá, República Dominicana, Guatemala, Miami, Polonia y Turquía, además de Sanitas en España.



En su nuevo puesto como CEO de Bupa ELA, Peralta será miembro del comité de dirección del Grupo Bupa y reportará a Iñaki Ereño, su antecesor en el cargo y que ha sido nombrado Group CEO de Bupa el pasado 10 de septiembre.

Peralta asumirá el cargo el 1 de enero de 2021, fecha en la que el anterior consejero delegado y nuevo Group CEO de Bupa, Iñaki Ereño, comenzará a desempeñar sus funciones en la matriz de Sanitas.

Nombramientos

Santalucía ficha a un nuevo director de Clientes, Producto y Analítica y a un nuevo director de 'M&A'

Santalucía acaba de incorporar a Javier Casado como nuevo director de Clientes, Diseño de Producto y Analítica Avanzada. Licenciado en Económicas y Dirección de Empresas (ICADE-2) por la Universidad Pontificia de Comillas, PDD por IESE y Certificado en Foundations in Design Thinking por Ideo, Javier cuenta con más de 22 años de experiencia profesional enfocada al diseño de programas de orientación a clientes, nuevos modelos de negocio, productos y servicios.

Entre las empresas más relevantes para las que ha trabajado se encuentran, entre otras, compañías como Accenture, Renfe, Air Europa / Globalia y Everis. Casado formará parte del equipo de la Dirección General de Negocio, liderada por Dominique Uzel y, desde su nuevo puesto, será el responsable de la implantación de "innovadoras estrategias de captación y fidelización de clientes, diseño de la experiencia de cliente y omnicanalidad, e impulsará el desa-

rollo de nuevos productos, así como la utilización de la analítica avanzada en todo el grupo", explica la compañía que dirige Andrés Romero.

Para todo ello, Javier Casado contará con el apoyo de los actuales equipos de Desarrollo de Productos y de Marketing de Clientes, que pasarán a depender jerárquica y funcionalmente de esta nueva Dirección de Clientes.

Este no es el único fichaje de Santalucía en las últimas semanas. El grupo asegurador incorporó el pasado mes de septiembre a Gustavo Garrido como director de M&A. Garrido formará parte del equipo de la Dirección General de Desarrollo Corporativo e Internacional, liderada por José Luis Ruiz.

Gustavo es ingeniero por el Instituto Militar de Engenharia (IME) de Río de Janeiro y MBA por la Columbia Business School de Nueva York.

El seguro de salud refuerza su papel con la pandemia

El seguro de salud busca la fórmula para adaptarse a las nuevas condiciones impuestas por la pandemia en un entorno que exige, cada vez más, de la colaboración público-privada.

Virginia M. Zamarreño. Fotos: istock

Más de seis meses después de la declaración del Estado de alarma y de la imposición de un mando único sanitario, la sanidad pública y la privada continúan colaborando de forma estrecha para atajar la enfermedad causada por el virus Sars-COV-2. Un agente microscópico y desconocido que ha causado un daño sin precedentes a la generación que más tiempo ha vivido sin enfrentarse a grandes tragedias causadas por el hombre. En estos seis meses, la colaboración entre el Sistema Nacional de Salud y la sanidad privada ha sido clave para doblegar la famosa curva en la primera ola de la enfermedad. Y lo está siendo ahora, cuando nos enfrentamos en lo que ya parece ser la segunda ola de la pandemia.

La emergencia sanitaria mundial producida por el Covid-19 ha provocado una situación de crisis que

ha llevado al límite al sistema, corriendo el riesgo en algunos momentos de colapsar y haciendo imprescindible el trabajo "sinérgico, conjunto y estratégico de las dos modalidades de provisión y aseguramiento en beneficio del paciente y siempre con el protagonismo de los profesionales sanitarios y la colaboración de toda la sociedad", explica Fundación IDIS.

Desde el primer momento, la sanidad privada puso todos sus recursos a disposición de las autoridades "priorizando siempre el interés general y el bienestar de toda la población". Pero no siempre ha sido un camino de rosas: "El debilitamiento del sector sociosanitario, la dependencia y la falta de colaboración directa con el sector privado son males que ya existían antes del Covid-19 en nuestro sistema sanitario y, que, con la pandemia, se han mos-



trado en su máxima expresión”, explicaba Juan Abarca, presidente del Instituto para el Desarrollo e Integración de la Sanidad (Fundación IDIS) durante la presentación del informe *Sanidad Privada. Aportando Valor. Especial Covid-19*.

Más colaboración

En la actualidad, cerca de 9 millones de españoles cuentan con un seguro privado de salud -sin tener en cuenta a los mutualistas- que contribuyen a la descarga y el ahorro del sistema público global, lo que implica un ahorro de al menos 564 euros por asegurado/año, que suponen un ahorro mínimo de 4.949 millones de euros para el sistema público.

“Solo con cooperación seremos capaces de vencer a este virus y solo así lograremos construir un futuro mejor y más saludable para todos”, insistía Abarca. Más colaboración es, precisamente, lo que pide la Alianza de la Sanidad Privada Española (Aspe), la patronal del sector que agrupa a más de 1.300 entidades sanitarias y representa a más del 80% de ellos centros hospitalarios privados. La entidad que preside Carlos Rus solicitó ya a principios de septiembre la creación “de un marco de colaboración públi-

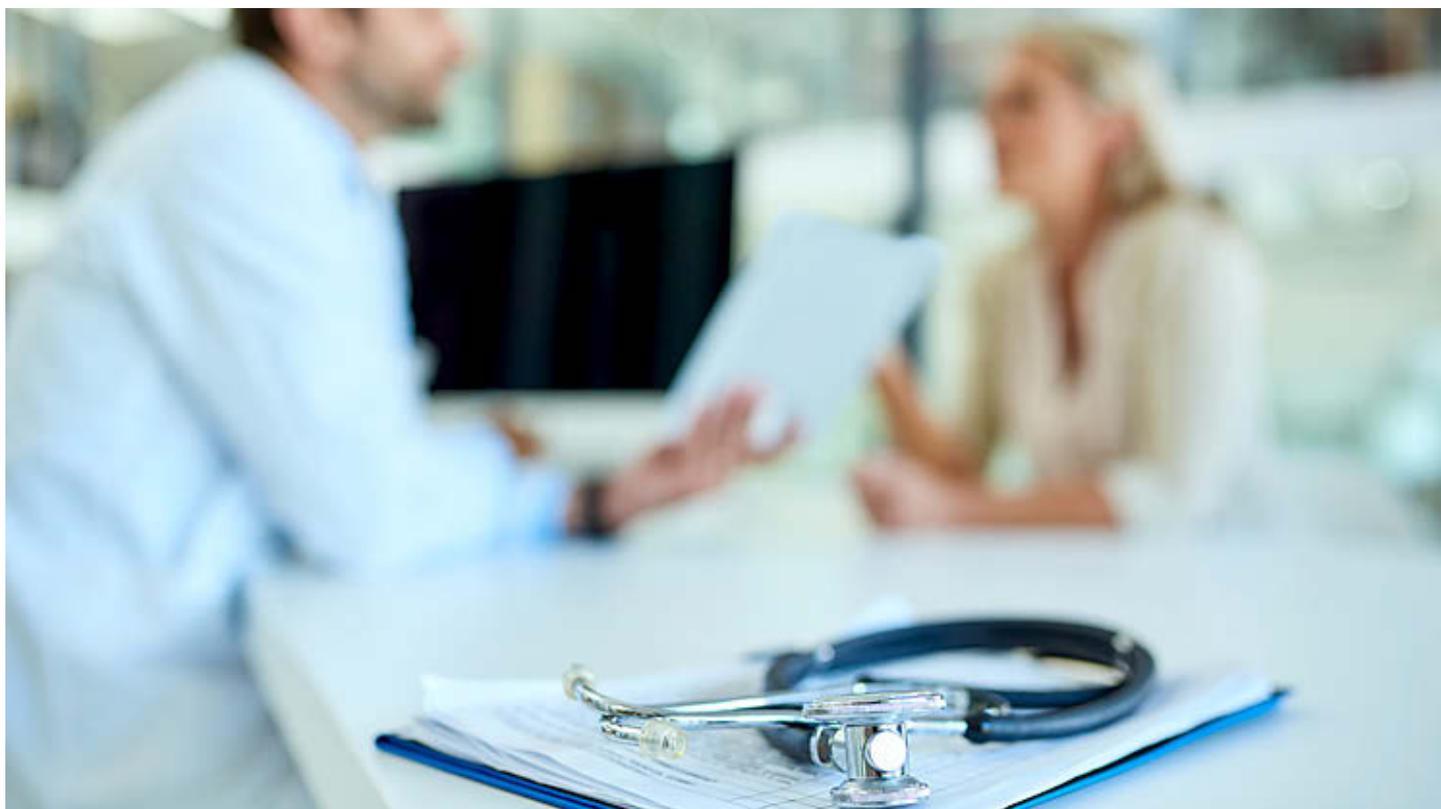
El seguro de salud permite un ahorro de hasta 564 euros al año por asegurado al sistema público

co-privado claro y transparente en el que se precisen las condiciones y la forma de trabajo más eficaces de actuación sanitaria ante la segunda ola de Covid-19”.

Aspe reafirma su total colaboración tanto con el Ministerio de Sanidad como con los diferentes gobiernos autonómicos en la lucha contra la pandemia, e insiste en poner a su disposición todos sus medios para contribuir a la atención sanitaria de los afectados por la nueva enfermedad. “Siempre hemos estado en primera línea y dispuestos a colaborar con todos nuestros medios asistenciales y humanos. Esto no va a cambiar porque es nuestro deber -sin necesidad de un estado de alarma que obligue a ello-, de manera que seguiremos atendiendo a todo tipo de pacientes, tanto Covid como no Covid”, explica Carlos Rus, presidente de Aspe.

El presidente de Aspe insiste en pedir al Ministerio que lidera Salvador Illa “que articule un acuerdo claro de colaboración y coordinación que evite situaciones con graves consecuencias económicas. Como, por ejemplo: tener un hospital privado paralizado, con UCI y camas disponibles, y al tiempo se construyan instalaciones sanitarias provisionales, como hospitales de campaña, en zonas donde no se ha hecho uso de los recursos ya existentes”.





En este sentido, Carlos Rus llama a la responsabilidad: "Es responsabilidad de todos los que formamos parte del sistema sanitario, pero sobre todo de aquellos encargados de su gestión, el tomar las medidas necesarias para no cometer los mismos errores, de manera que es importante que exista una mejor coordinación y ayuda entre comunidades autónomas".

Además, la sanidad privada también sufre la escasez de profesionales sanitarios. Un mal que afecta también al sector público. "Pedimos también que nos ayuden en el tema de la escasez de profesionales. Es importante que no se olviden de la sanidad privada en temas que se deciden ejecutar en la pública y que son igual de necesarios para nosotros", señala.

El papel del seguro de salud en la pandemia

El Dr. Enrique de Porres, consejero delegado de Asisa, también considera necesario estrechar la colaboración para evitar el desperdicio de los recursos. "La pandemia ha puesto de manifiesto las limitaciones de todos los sistemas sanitarios del mundo y la necesidad de actuar de manera coordinada para movilizar todos los recursos disponibles y atender adecuadamente a los pacientes. En una situación de crisis sanitaria y económica no es razonable tener recursos ociosos. No somos un país tan rico como para permitirnoslo. Sólo pediría el nivel de interlocución necesario para poder ofrecer alternativas que ayuden a mejorar la situación, que las hay".

El consejero delegado de Asisa recuerda que las compañías de seguros de salud "continuamos garantizando la asistencia a nuestros asegurados sin aplicar la cláusula de exclusión prevista para situaciones de riesgo imposibles de evaluar, como es el caso de las pandemias". En la primera ola de la pandemia, el grupo Asisa atendió a más de 11.500 pacientes por Covid-19 y cubrió el ingreso hospitalario de casi 4.000 asegurados, tanto en su red propia como en la concertada. "Además, mantenemos la cobertura asistencial ordinaria garantizando la atención a nuestros asegurados sin listas de espera, lo que ayuda a descongestionar la situación del sistema sanitario público", añade el Dr. Enrique de Porres.

Por su parte, Miguel García, director de comunicación y negocio responsable de DKV Seguros, asegura que "No sólo hemos atendido al 20% más o menos de los pacientes Covid, sino que hemos ahorrado costes al sistema público a través de los seguros de salud. También, contribuimos generando confianza y seguridad, descargando el sistema público a través de las coberturas privadas, cuya demanda ha aumentado sensiblemente en la segunda mitad del año. Hemos evitado miles de visitas a hospitales y, por tanto, contagios, ofreciendo servicios de telemedicina, en nuestro caso de forma gratuita y a cualquier persona, fuese asegurado o no".

El futuro de la atención sanitaria

La digitalización y el uso masivo de la telemedicina en estos últimos seis meses puede darnos una pista



de cómo está transformando la pandemia a la atención sanitaria, ya sea pública o privada. Para Miguel García, "ha sido una oportunidad para poner en valor la telemedicina y la salud digital, que ha sido utilizada por millones de personas durante la pandemia". Y es algo que no tiene marcha atrás: "Los ciudadanos han perdido miedo a la digitalización de la salud y aquí la sanidad privada lleva el liderazgo y va por delante".

Una percepción que comparte el consejero delegado de Asisa. "Estos meses se han acelerado, por necesidad, algunas transformaciones soportadas por el avance de las TIC y de los procesos de digitalización de la actividad sanitaria que, sin la pandemia, se habrían demorado más. Entre ellas, la capacidad de respuesta asistencial no presencial soportada por los sistemas de telemedicina y video-

consulta y la conectividad sobre *smartphones*, que ha permitido una gestión más ágil de la relación entre los usuarios de los servicios y el dispositivo asistencial, algo que ya está incorporado al quehacer ordinario del sector sanitario privado".

El presidente de Aspe destaca que "hemos demostrado también, otra vez más a lo largo de los años, que somos el aliado rápido, eficiente, flexible y fiable del Sistema Nacional de Salud, por lo que cabe decir que nos hemos convertido en su reserva estratégica y fundamental en la viabilidad futura de nuestro sistema sanitario".

Evitar el colapso

En estos momentos, los hospitales españoles se enfrentan de nuevo a una gran presión asistencial y muchos de ellos luchan para evitar la saturación y el colapso. "Estamos incrementando las plantillas y el aprovisionamiento de recursos diferenciando circuitos sin dejar de realizar nuestra actividad normal. Además, estamos a disposición y en constante comunicación con las autoridades sanitarias para poder ejecutar esa coordinación tan necesaria en estos momentos", destaca el presidente de la patronal de la sanidad privada en España.

La pandemia dispara el interés por la contratación de seguros de salud particulares y colectivos

El seguro de salud

Desde la declaración de la pandemia, la demanda de seguros de salud ha crecido en el mercado español y no solo de particulares. En la correduría de seguros RibéSalat han detectado un incremento en la contratación de seguros colectivos de salud desde el estallido de la actual crisis sanitaria.

"Ha cambiado nuestra manera de valorar la importancia de preservar la salud. Hasta la fecha, muchos ciudadanos no se planteaban contratar este tipo de seguro. Ahora, el respeto que produce ir a los hospitales o centros médicos por temor al contagio ha hecho incrementar el interés y la demanda de contar con un seguro médico privado", explica Alberto Díez de Celis, director de Previsión Social de RibéSalat.

El Covid-19 ha supuesto un impulso definitivo para este tipo de seguros, "sobre todo para aquellos que cuentan con coberturas específicas de este virus, como la posibilidad de realizar una prueba PCR o serológica, la inclusión de coberturas asistenciales al domicilio o la baja por enfermedad", explica. Los seguros de salud han tenido que adaptarse a esta nueva situación y a las necesidades de los clientes, concluye.

Estas son las profesiones con más riesgo de infección por Covid-19

El coronavirus ha cambiado en gran parte el sistema establecido, pero la economía debe seguir moviéndose, siempre con adecuadas medidas de prevención y protección. Aún así, algunas tareas profesionales presentan un riesgo elevado de contagio por Covid-19.

Diego Fernández Torrealba

El Covid-19 ha colocado a nuestra sociedad en una tesitura bastante complicada, en la que debe procurarse cuidar tanto de la salud propia como de la ajena pero también tratar de mantener en la medida de lo posible nuestra -ya maltrecha- economía, para lo que el trabajo no debe volver a detenerse. En ese equilibrio tenemos que aprender a movernos en estos tiempos que corren, con la necesaria ayuda de las decisiones políticas y no pese a ellas.

Con precaución y los medios necesarios, claro está, pero como diría el mítico grupo Queen *Show must go on*, la rueda laboral debe continuar, siguiendo con la producción y moviendo la economía mientras realizamos una labor de utilidad, pero sin ponernos en riesgo o al menos asumiendo el mínimo riesgo posible.

Por desgracia ese equilibrio es complicado de conseguir en el desarrollo de determinadas profesiones, que corren un mayor riesgo de contagio por Covid-19 y a las que hay que dotar de las mejores medidas de prevención para que desarrollen su trabajo de la manera más segura que se pueda.

La agencia británica de Digital PR Kaizen y el vendedor de lentillas Lenstore han realizado recientemente un estudio conjunto que determina cuáles son las profesiones más expuestas a riesgos de salud, entre los que se encuentra la posibilidad de contagio por Covid-19. Centrándonos en este último apartado, que es el que preocupa con más fuerza en este año 2020, observamos cómo tras la presentación del informe no existen demasiadas sorpresas con respecto a lo esperado: los profesionales de la rama de la salud son, en líneas generales, los más expuestos a contagio por coronavirus, con ocho profesiones entre las diez más arriesgadas en este aspecto.

Los siete trabajos con un mayor riesgo de infección son, por este orden, dentistas, enfermeros de cuidados intensivos, médicos de cabecera, paramédicos y técnicos de emergencia sanitaria, anestesistas, cirujanos y veterinarios, mientras que en la novena plaza se sitúan los fisioterapeutas. Otras profesiones, ya ajenas al sector sanitario, que presentan un riesgo elevado son las de auxiliar de vuelo



Las medidas de prevención son necesarias para desarrollar un trabajo seguro. iStock

-octava con más peligro de contagio- y bombero -décima-.

En la cara opuesta se sitúan las ramas profesionales que implican escaso o nulo contacto presencial con otras personas, puesto que habitualmente desarrollan su trabajo mediante dispositivos electrónicos como

Los profesionales de la rama de la salud son los más expuestos al contagio por coronavirus

ordenadores, tabletas y *smartphones*. Las profesiones que corren el riesgo más bajo de contraer el virus son los contables, los *managers* informáticos y los programadores. Abogados y *marketing managers* también tienen, relativamente, escasas posibilidades de ser infectados mientras realizan su tarea profesional.

REALE CONTIGO



Pensado para la protección familiar del mañana.

Reale Contigo es el seguro de decesos cuya garantía principal cubre ampliamente las situaciones ligadas al fallecimiento, ofreciendo un servicio de alta calidad a una tarifa muy competitiva. Además, incorpora una amplia gama de servicios, que nos permitirá cubrir todas las posibles situaciones.

- **Pack Legal Total:** Testamento Vital, Testamento Hereditario, Borrado de Vida Digital...
- **Pack Asistencia:** Servicios Presenciales Ayuda Psicológica, Asistencia Familiar...
- **Pack Salud:** Servicio de Salud, Servicio Dental, Línea Médica Telefónica, Acceso a Servicios de Bienestar y Salud.

Reale Contigo, te acompaña en los momentos difíciles.

Más información en: www.reale.es o en el 914 547 400.

REALE GROUP

 **REALE
SEGUROS**

TOGETHER MORE

Nombramientos

Generali ficha un nuevo director de fusiones y adquisiciones

Generali tiene nuevo *group head of Mergers & Acquisitions*. El grupo asegurador italiano ha anunciado el nombramiento de Massimiliano Ottochian como director de fusiones y adquisiciones. Desde su nuevo cargo, Ottochian reportará directamente al General Manager del grupo asegurador, Frédéric de Courtois.

Massimiliano Ottochian se encargará de identificar oportunidades de crecimiento rentable en los mercados y sectores con mayor potencial, contribuyendo a la consolidación del liderazgo del grupo el sector asegurador y en la gestión de activos, explica la compañía.

Con más de 20 años de experiencia en operaciones internacionales de *M&A*, desde 2009 Massimiliano Ottochian ha ocupado el cargo de director general del departamento de instituciones financieras de



Deutsche Bank. Cargo similar al que ocupó en UBS.

Por otra parte, Generali ha culminado la fusión de sus filiales portuguesas. Así, tras la compra de Seguradoras Unidas, el grupo asegurador ha completado el proceso de fusión legal de todas sus filiales de seguros no vida en Generali Companhia de Seguros y Generali Vida Companhia de Seguros., que ahora ha cambiado su nombre por el de Generali Seguros. Pedro Carvalho será el CEO de la entidad.

Ciberriesgos

Hiscox refuerza su seguro de ciberriesgos para adaptarlo a las nuevas amenazas

Los riesgos ciber a los que se exponen las compañías y autónomos están en constante evolución. El mundo empresarial ha cambiado radicalmente desde el pasado mes de marzo. Para ayudar a grandes empresas, pymes y profesionales a impulsar su defensa frente a los incidentes ciber, Hiscox ha desarrollado Hiscox Cyber Clear 360°.

“La tecnología está cambiando también nuestra vida profesional, cada vez tenemos más dispositivos y aplicaciones conectadas a internet aumentando las posibilidades de que nuestras empresas sean ciberratacadas o sufran un robo de información. Nuestro objetivo es ofrecer una solución completa que responda a las nuevas necesidades del tejido empresarial, como son la defensa ante ataques de ingeniería social, errores humanos, ciberextorsión o vulneración de datos, incidentes que ya se han convertido en habituales”, declara Alan Abreu, responsable de riesgos ciber de Hiscox.

La póliza especializada Hiscox CyberClear 360° ha sido desarrollada durante los últimos meses abogando por la simplificación y claridad de los mensajes. Y está adaptada a las últimas tendencias del entorno de la ciberseguridad, como son el aumento del teletrabajo, el mayor uso de dispositivos móviles, la relevancia de los *ecommerce*, el RGPD, el crecimiento de contratación de VPN y uso de la nube.

El seguro ofrece cobertura para sistemas facilitados por un proveedor externo tecnológico, incluidos aquellos alojados en la nube, protección de equipos, una sección especializada en fraude tecnológico o servicios preventivos para empresas a través de la plataforma Servicios de Ciberseguridad Hiscox. La póliza ofrece acceso a la plataforma de servicios de Ciberseguridad de Hiscox, que incluye un paquete de servicios de ciberseguridad y soporte técnico para solucionar cualquier incidencia, explica la compañía aseguradora en un comunicado.

Educación financiera

Fundación Mapfre crea un 'escape room' de cultura financiera

Fundación Mapfre ha creado el primer *escape room* financiero con el que dicha entidad quiere contribuir a promover la educación financiera y aseguradora en la sociedad. La entidad considera que la educación financiera no solo permite a los ciudadanos afrontar mejor las consecuencias derivadas de la caída de la actividad económica actual, sino también conocer las claves de la economía doméstica, ganar confianza a la hora de gestionar un presupuesto, ser más sensibles a los riesgos a los que están expuestos en la vida y aprender a tomar decisiones de forma informada.

El *escape room*, disponible hasta el 15 de octubre, está compuesto por cuatro pruebas que permiten a los participantes, en este caso mayores de 18 años, poner a prueba sus conocimientos en materia de seguros, como por ejemplo, acerca del tipo de pólizas que existen y la labor social del seguro.



También con relación a las finanzas personales y consumo responsable, con pruebas con las que averiguan con cuántos años creen que deberían empezar a ahorrar y qué beneficios creen que tiene planificar las compras, fijarse en las etiquetas y comprar productos locales. Esta es una de las iniciativas con las que Fundación Mapfre se suma al *#diaeducacionfinanciera*, celebrado el lunes, 5 de octubre, bajo el lema "Finanzas para todos, finanzas responsables".

Antetítulo

La Fundación ICO también se suma a la celebración del Día de la Educación Financiera

El 5 de octubre se ha celebrado el Día de la Educación Financiera, una jornada promovida por el Banco de España y la Comisión Nacional del Mercado de Valores, en colaboración con una veintena de instituciones públicas y privadas entre las que se encuentra la Fundación ICO y que tiene como objetivo la toma de conciencia de la importancia de la cultura financiera en el día a día.

El lema elegido en esta edición ha sido *Finanzas responsables, Finanzas para todos*, con el que se pretende acercar a la población el principio de prudencia y conocimiento, dos pilares básicos para ciudadanos, empresas e instituciones bancarias en el uso y gestión de las finanzas personales y profesionales.

Por quinto año consecutivo esta jornada se ha celebrado el primer lunes del mes de octubre y durante todo el día tendrán lugar actividades para mostrar

la importancia de la cultura financiera, el conocimiento de nuestra propia economía, el control de la gestión de las cuentas personales y el estudio de acciones como compras, ventas, inversiones, etc.

Premios Finanzas para todos

Asimismo, se entregaron los *Premios Finanzas Para Todos 2020*. En esta edición el premio a la *Trayectoria en el Desarrollo del Plan de Educación Financiera* ha recaído en el Instituto de Estudios Financieros por su labor en la formación de niños, jóvenes y ciudadanos en riesgo de exclusión, a través de proyectos realizados por todo el país.

Por su parte, el *Premio a la Mejor Iniciativa de Educación Financiera* ha recaído en el Ayuntamiento de Barcelona por el curso de economía básico que impartió para la mejora de la toma de decisiones, dirigido a colectivos vulnerables, explica la entidad en un comunicado.

Mutua, líder en innovación gracias a su talento interno

Todos los años pone en marcha proyectos surgidos de su programa de intraemprendimiento Mutualnova. En la edición de este año participan 350 profesionales.

elEconomista.

No cabe duda de que son los propios empleados los que hacen a una empresa grande. Con sus ideas, su ingenio, su talento..., en definitiva, la innovación de los profesionales permite a las compañías crecer, diversificarse, hacerse más sostenibles y, como no, adaptarse a los nuevos tiempos y tendencias, algo imprescindible para sobrevivir por los siglos de los siglos. Así sucede, al menos, en Mutua Madrileña, compañía en la que cuentan con un programa de intraemprendimiento en el que los propios empleados proponen ideas para posteriormente desarrollar productos, servicios y procesos para mejorar el negocio.

Para Mutua Madrileña, la innovación forma parte de su ADN, por lo que la aseguradora fomenta una cultura empresarial moderna, en la que los empleados dedican parte de su tiempo a innovar, a fomentar su creatividad y crear proyectos disruptivos con los que hacer de la compañía una empresa todavía más competitiva y totalmente adaptada a los nuevos hábitos de los consumidores.

Sobresaliente en creatividad

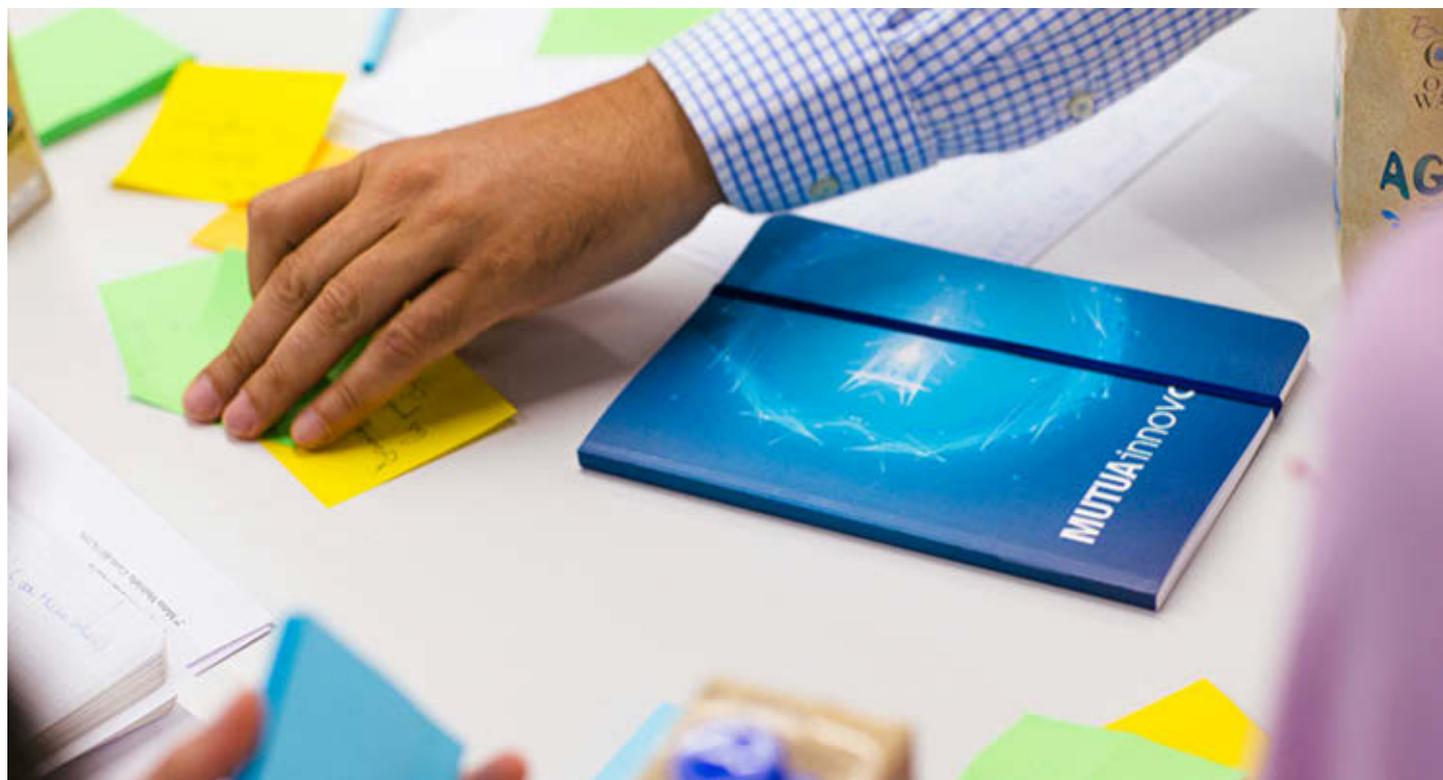
El Programa de Intraemprendimiento de Mutua Madrileña, Mutualnova, cuenta todos los años con una convocatoria de proyectos entre sus empleados. Tras presentar sus candidaturas, los profesionales se unen en grupos y comienzan a desarrollar sus ideas. Posteriormente, un comité de expertos, formado por directivos de primera línea de la compañía, evalúa los trabajos y elige aquellos que pueden ser más viables como negocio. A partir de ahí, un equipo de asesores acompaña a los intraemprendedores que dedican parte de su jornada -o incluso fuera de ella- al desarrollo de sus ideas, a madurarlas, a hacer pruebas de ensayo y error con el ánimo de dar a luz a proyectos totalmente viables y que aporten valor añadido a Mutua.

La compañía, en todo momento, les da soporte, orientación, *mentoring*, tiempo para desarrollarlo, financiación y asesoramiento para adaptar esa idea a un modelo de negocio.

Este año, Mutua tiene en marcha la quinta edición

Ganadores y participantes de la edición de 2019 de Mutualnova con el presidente de la compañía, Ignacio Garralda (en el centro). Mutua Madrileña





Los participantes de MutualInnova desarrollan sus iniciativas aplicando metodologías ágiles como 'design thinking' o 'scrum'. M.M.

de este proyecto, en el que participan más de 350 empleados. En el programa de Intraemprendimiento de Mutua puede participar cualquier empleado, desde *millennials* hasta los más veteranos y con una dilatada trayectoria en la empresa

Como novedades, en esta ocasión se han aplicado tres filtros en el desarrollo de iniciativas. Todas ellas deben de encajar en uno de estos tres marcos:

1. Retos estratégicos para Mutua.
2. Retos que solucionen problemáticas actuales en cualquiera de las áreas de negocio.
3. Tendencias que nos deja el Covid-19 y que previsiblemente tendrán impacto en el corto y medio plazo.

Otra de las grandes novedades del programa de este año es que ha extendido su participación a los empleados de las delegaciones de Mutua de Barcelona, Sevilla, Oviedo y Valencia, a SegurCaixa Adeslas y a los profesionales de BCI Seguros (Chile) y Seguros del Estado (Colombia), las compañías internacionales participadas por Mutua. En todos los casos, los equipos participantes son multidisciplinares y formados por profesionales de diversas áreas de negocio como los ramos de auto, hogar, vida, IT, Big Data, Comercial y Marketing, Datos, Auditoría Interna, Call Center, Delegaciones, Digital, Riesgos, Prestaciones, Mutuactivos, etc.

'Mentoring' profesional

Además, el programa ha incorporado a Tetuan Valley como *partner* para dar ayuda a los emprendedores en el desarrollo de sus proyectos. Los expertos de esta *startup* son especialistas en el desarrollo y promoción de habilidades como la creatividad, el trabajo en equipo, la comunicación en público... Basan su aprendizaje en la aplicación de diferentes metodologías ágiles, como *design thinking*, *lean startup*, *scrum*, el desarrollo de MVPs y prototipos funcionales, *pitch practice*... En resumen desde Tetuan Valley asesorarán y ayudarán a los equipos en el desarrollo de sus proyectos basándose en su *expertise* en innovación.

Ideas de éxito hechas realidad

Del papel a la realidad. El Programa de Intraemprendimiento de Mutua cuenta ya con numerosos casos de éxito que partieron de un *briefing* y se hicieron realidad. La edición de 2016, por ejemplo, dio lugar a un proyecto a pleno rendimiento en la aseguradora: los seguros preconcitados, un servicio que permite ofrecer seguros preconcitados con precio cerrado sin necesidad de que el cliente pase por el proceso de cotización. También de la promoción de ese año nació *MM Connect*: una aplicación móvil para los empleados de Mutua que permite a los profesionales de la aseguradora realizar numerosas gestiones relacionadas con su actividad en la compañía, como consultar sus nóminas, los días pendientes de vacaciones, solicitar una baja, ver sus certificados fiscales... Una aplicación de éxito demostrado

y muy útil en el día a día de los profesionales de la aseguradora.

Igual de destacado es el proyecto que surgió de la edición de 2017: *Eme*, un asistente virtual basado en inteligencia artificial pionero en el sector seguros, que aúna texto y voz, y que ha sido reconocido por Google como caso de éxito internacional en el sector seguros. La puesta en marcha de *Eme* ha multiplicado por 5 las consultas digitales respondidas en canales digitales (web y app de Mutua). Desde su lanzamiento, en octubre de 2018, el asistente cuenta con 70.000 usuarios únicos al mes y gestiona más de 150.000 mensajes mensualmente, con una ratio de acierto del 90%.

En su fase de lanzamiento, *Eme* nació con la intención de responder a todas las preguntas de los internautas (clientes o no) sobre los productos de Grupo Mutua, las operativas más frecuentes y sobre la empresa en general. En una segunda fase, el asis-

El asistente virtual 'Eme' ha sido reconocido por Google como caso de éxito internacional

tente virtual ha dado un paso más dotándose de mayor "inteligencia" ya que ahora identifica al cliente y sus productos contratados, contesta de forma personalizada y es capaz de realizar operativas. Con esta evolución, hemos vuelto a ser los primeros en ofrecer esta tecnología y uno de los pioneros en España más allá del sector.

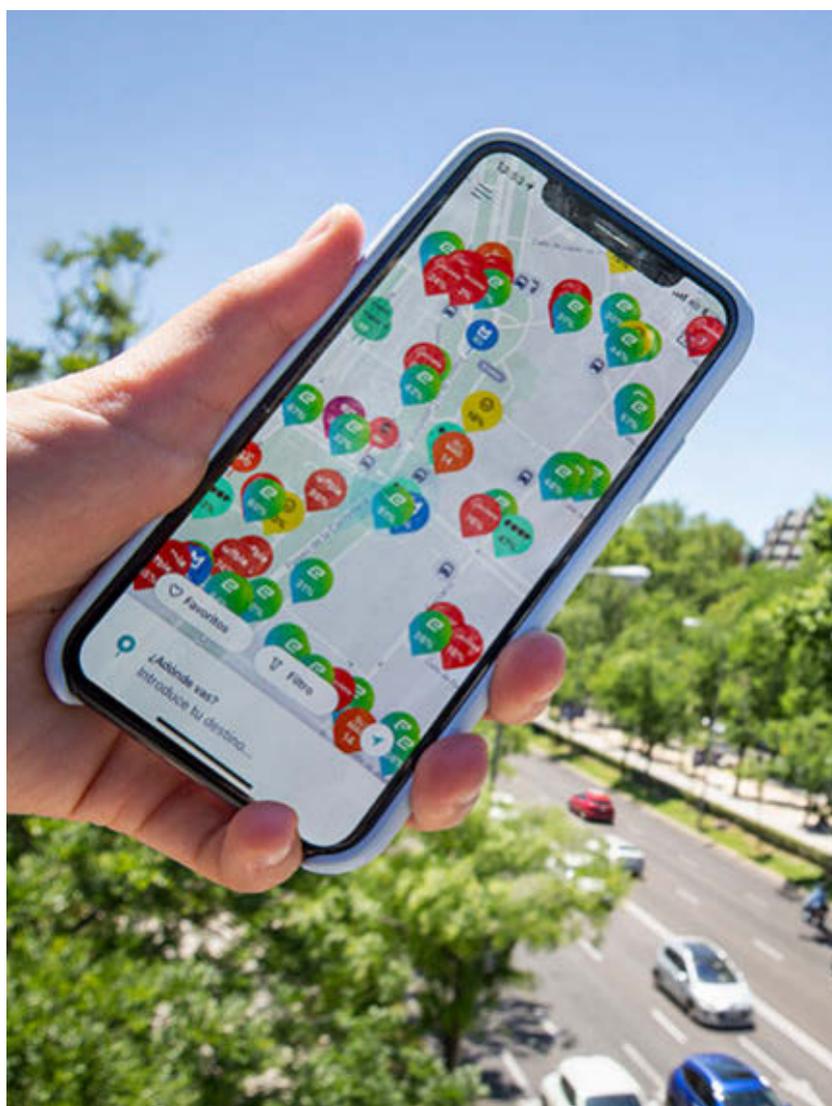
En concreto, el asistente de Mutua ya es capaz de identificar en la consulta la póliza del mutualista y ofrecerle información personalizada sobre su seguro de auto, así como responder a consultas individualizadas que facilitan la autogestión, como las relacionadas con partes, recibos, datos de su póliza o el programa de fidelización de la compañía.

De la edición de 2019, por su parte, surgieron varias ideas que ya se han convertido en servicios reales dentro de Mutua:

- *autoMMaster* es un nuevo servicio que ha permitido optimizar el buscador de talleres y de los procesos de peritación y tasación, lo que se ha traducido en una mejora de la experiencia de usuario y ha agilizado los tiempos de reparación.

- A través del proyecto *Mutua eMMpresa*, la compañía ha entrado en el segmento de pymes y autónomos mediante la inversión en Singular Cover.

- *MutuaXperiencia*: nuevos seguros de viajes para mutualistas.



Mutua mantiene inversiones en más de 50 'startups'. Mutua Madrileña

El apoyo de las 'startups'

El intraemprendimiento es una de las herramientas de innovación corporativa de Mutua Madrileña. Pero no es la única. En la aseguradora cuentan también con importantes contratos de colaboración con 'startup' externas y fondos de 'venture capital' que permiten igualmente a Mutua crecer en el ámbito de la innovación aprovechando el conocimiento que estos nuevos agentes pueden aportar en productos, servicios o gestión del propio negocio.

En concreto, Mutua mantiene ya inversiones en más de 50 'startups': a través Kibo Ventures, en cuyo fondo de 'venture capital' la aseguradora entró en 2012, y Antai Venture Builder que desde 2019 ha construido oportunidades interesantes como Elma, Nemuru, Carnovo o Singular Cover donde además Mutua es inversor de forma independiente.

De igual modo muestra del compromiso de la compañía con la innovación es su colaboración y apoyo al

South Summit, uno de los encuentros líderes que se organizan en España sobre innovación y emprendimiento y cuya última edición se está celebrando en estos días.

En definitiva, Mutua está combinando sus procesos de transformación interna con la innovación externa que aportan las 'startups', lo que también le permite acceder a las nuevas tendencias del mercado y construir nuevos proyectos empresariales innovadores.

Aseguradoras

Mapfre remodela su área de empresas para crecer en España

El Comité de Dirección de Mapfre Iberia ha aprobado una profunda remodelación del Área de Empresas de la aseguradora en España. El objetivo es incrementar cuota de mercado en este segmento, atender el negocio con una visión más transversal y ganar en agilidad y servicio. La nueva Dirección de Empresas asume, además de competencias técnicas, responsabilidades de desarrollo de negocio en grandes brokers, canal principal en este ámbito. Incorpora también el negocio global de Mapfre España.

De este modo, la estructura de Empresas de la compañía agrupará las siguientes áreas: Grandes Brokers, Negocio Global y Negocio Empresas. Esta última se segmenta en Low Market y Upper/Middle Market. Al frente del Área de Empresas la compañía sitúa a Santiago Martín. Además, Alejo Selvas es nombrado director técnico de Low Market; y Fernando López



pasa a ocupar el cargo de director técnico de Upper/Middle Market. Por su parte, David Corredor se incorpora a esta nueva estructura manteniendo su función de director de Desarrollo de Negocio Global. Y José Antonio Fraga Garabato es nombrado director de Desarrollo de Negocio de Grandes Brokers. El Canal Corredores se integra en el Área Comercial y de Desarrollo de Negocio. Al frente del mismo se sitúa a Luis Tortajada. Todos los cambios entrarán en vigor el 1 de enero de 2021.

Defensa jurídica

Las consultas legales sobre los profesionales autónomos se disparan un 25% en el año

Los autónomos son el pilar principal en una economía de pymes como la de España. Se calcula que, aproximadamente, un 30% de los puestos de trabajo son creados por este colectivo. Después del inicio de la pandemia por COVID-19 y de las medidas para frenarla, la Asociación de Trabajadores Autónomos (ATA) calcula que un 10% de autónomos afronta ahora mismo un riesgo real de cerrar el negocio de forma inminente.

“Los trabajadores autónomos están en alerta, pues su principal preocupación es cuánto tiempo más podrán seguir soportando un descenso de facturación y unas cargas y costes que, a muchos, los lleva a no poder mantener su actividad”, explica Cristina González, abogada de Arag. De hecho, los meses de confinamiento han supuesto un periodo en el que las consultas relacionadas con los trabajadores autónomos se dispararon un 25%, con respecto al mismo periodo del año anterior.

Las principales dudas de este colectivo se centran en las posibilidades de tramitar un ERTE y en cómo gestionarlo, cómo suspender la cuota de autónomos y también sobre las ayudas que pueden recibir, teniendo en cuenta que muchos negocios que están regentados por autónomos los componen una misma unidad familiar. Además, estos últimos días han aumentado considerablemente las consultas sobre la nueva ley del teletrabajo y la prórroga de ayudas que recientemente han sido aprobadas hasta el 31 de enero 2021.

Actualmente, hay diversas ayudas contempladas para apoyar a este sector, desde los créditos ICO o la prestación por cese de actividad, pasando por los rescates de planes de pensiones. “Se trata de seguir combatiendo juntos la pandemia y de apoyar a un sector muy importante de nuestra sociedad, que marca el ritmo de nuestra economía y de la recuperación de nuestro país”, afirma González.

Cómo ahorrar de forma segura más allá de los planes de pensiones

A pesar de las peticiones del sector del seguro, el Gobierno parece decidido a eliminar los incentivos fiscales de los planes de pensiones. El sector asegurador ofrece otras opciones para canalizar el ahorro a medio y largo plazo.

V.M.Z. Fotos: iStock



En pleno proceso de elaboración de los nuevos Presupuestos Generales del Estado, el Gobierno baraja la eliminación de los beneficios fiscales de los planes de pensiones. Estos mal llamados *beneficios fiscales* no son más que un diferimiento del IRPF, que el ahorrador debe pagar una vez alcanzada la jubilación y cobrado el capital ahorrado en el plan de pensiones.

El argumento que esgrimen los encargados de elaborar los presupuestos, la ministra de Hacienda, María Jesús Montero, y el secretario de Estados de Asuntos Sociales, Nacho Álvarez, es el que ya ha expuesto en varios informes la Autoridad Independiente de Responsabilidad Fiscal (AIReF). El beneficio fiscal de los planes de pensiones supone un coste fiscal para el erario de 1.643 millones de euros -450 millones de euros si se tiene en cuenta el diferimiento fiscal- y tiene, además, carácter regresivo, si se tiene en cuenta la desigualdad, según señala la AIReF, al centrarse en las rentas altas.

Mejor tratamiento fiscal

El objetivo de este mejor tratamiento fiscal del ahorro en planes de pensiones es estimular el ahorro complementario para la jubilación, pero el análisis de la AIReF señalaba que "el beneficio fiscal no alcanza este objetivo e incluso puede ser negativo para un conjunto amplio de ahorradores una vez que se tiene en cuenta la fiscalidad de ese ahorro en el momento de la jubilación, así como las comisiones del plan de pensiones y la tasa de preferencia intertemporal.

El expresidente de la AIReF y ministro de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones, José Luis Escrivá, está de acuerdo con estas consideraciones y estima que los beneficios de los planes de pensiones individuales "no ayudan a aumentar el ahorro a medio plazo". Escrivá ha manifestado recientemente que lo útil es conseguir que a las rentas bajas y medias que precisan una pensión complementaria se les incentive a ahorrar. El ministro de Seguridad Social vería con buenos ojos trasladar estos beneficios fis-



cales a los planes de pensiones colectivos de empresa, algo que también podría beneficiar a los trabajadores autónomos.

Otras fórmulas para ahorrar

Más allá de los planes de pensiones, el sector asegurador ofrece muchas opciones para ahorrar a medio y largo plazo y, así, complementar la pensión pública de jubilación. Lo que los ahorradores deben saber es que la mejor manera de elegir la herramienta más adecuada es contar con el asesoramiento de un profesional cualificado.

El seguro español gestionaba 238.267 millones de euros de sus clientes a cierre del primer semestre del ejercicio. De esta cantidad, 193.303 millones corresponden a productos de seguro de vida y ahorro. Los restantes 44.963 millones constituyen el patrimonio de los planes de pensiones cuya gestión ha sido encomendada a aseguradoras. Esta última cuantía es un 2,58% superior a la del mismo periodo del ejercicio anterior.

'Unit linked', rentas vitalicias, PIAS...

Una opción para los ahorradores que tengan mucho tiempo hasta su jubilación y tengan un perfil de riesgo más aventurero son los *unit linked*. Se trata de seguros de vida ligados a la evolución de una cesta de valores que varía en función del perfil inversor del asegurado, desde el más conservador al más arriesgado. En estos productos el riesgo lo asume el tomador del seguro, por lo que la rentabilidad

puede ser muy elevada, pero también puede incurrir en pérdidas. Esta gama de seguros de vida cerró el primer semestre del año con 14.224 millones de euros de patrimonio gestionado, un 5,27%.

Para aquellos ahorradores que quieran una herramienta a medio y largo plazo se crearon los seguros individuales de ahorro a largo plazo (SIALP). Estas pólizas movían 4.337 millones al acabar junio, un 4,44% más. Otra opción para ellos son los PIAS, planes individuales de ahorro sistemático (PIAS). Hasta junio, acumulaban 14.140,67 millones de euros de sus asegurados, un 0,45% que un año antes.

Rentas vitalicias

Las rentas vitalicias y temporales son la herramienta preferida por los ahorradores españoles dentro de la gama de opciones que ofrece el seguro de vida. Este tipo de productos que pagan el ahorro acumulado en forma de una mensualidad durante la vida del asegurado una vez jubilado, o durante un tiempo concreto, gestiona 89.779,8 millones de euros de sus asegurados hasta junio, un 0,21% más que en el mismo periodo del ejercicio anterior.

Otra opción, por la que la patrona de la industria aseguradora española, Unespa, ha apostado en los últimos años es la transformación de patrimonio en rentas vitalicias, que ya ha convencido a 28.669 españoles mayores de 65 años, con un capital acumulado de 2.402,46 millones de euros en los seis primeros meses del año.



Una de las asignaturas pendientes de la ciberseguridad en España es la seguridad de las contraseñas. iStock

Cómo prevenir un ciberataque en la empresa y en el hogar

El aumento del teletrabajo ha traído aparejado el despegue de los ataques cibernéticos, tanto a empresas como a los hogares españoles. Se calcula que España es el cuarto país en el que más han crecido los ciberataques desde que comenzó la pandemia de Covid-19.

V. M. Z.

Los expertos de OnRetrieveal, empresa española especializada en la recuperación de datos, afirman que “el eslabón más débil de una organización son los empleados por la falta de conocimientos básicos de ciberseguridad”. Esto lo saben bien los cibercriminales y por ello sus técnicas van dirigidas hacia ellos. “En OnRetrieveal recomendamos a las empresas que la gestión de la ciberseguridad de sus organizaciones comience por concien-

ciar y por formar a sus empleados en materia de ciberseguridad, para que dejen de ser una puerta de entrada a datos e información crítica de la empresa”, explica Ricardo Labiaga, director técnico de OnRetrieveal. Y este riesgo no es exclusivo de las grandes corporaciones, los hogares también son objetivo de los ciberdelincuentes. Ahora que nuestras casas se han convertido también en nuestros puestos de trabajo, los ciberdelincuentes están apro-

vechando las vulnerabilidades y han aumentado sus ataques de manera exponencial. Por ello, es importante prevenir y tomar en cuenta algunas medidas de seguridad.

El director técnico de OnRetrieval señala que las más relevantes son la utilización de VPN o red privada virtual facilitada por la empresa, para evitar conectarse a una red no autorizada; o conectarse siempre desde dispositivos autorizados y seguros. También es importante mantener siempre los sistemas operativos actualizados, así como contar con una solución empresarial para la protección del puesto de trabajo, instalada y actualizada.

Contraseñas seguras

Una de las asignaturas pendientes de la ciberseguridad en España es la seguridad de las contraseñas. Labiaga recomienda utilizar un gestor de contraseñas profesional para obtener claves robustas y evitar apuntarlas en documentos u otros medios no seguros. Otras medidas e seguridad a tener en cuenta tanto en la empresa como en el hogar son acceder siempre a sitios seguros, no descargar ni instalar *software* sin consultarlo previamente con la empresa y cerrar siempre las sesiones de todos los programas utilizados. Una de las principales puertas de entrada de los ciberdelincuentes es el correo electrónico. Para evitarlo, el director técnico de OnRetrieval recomienda "estar muy atentos a los *mails* que recibimos y consultar con la empresa ante la mínima sospecha: consultar la identidad del emisor, revisar si contienen adjuntos sospechosos, si no estamos esperando la información que hemos recibido, si hay archivos a descargar que no esperamos, si el *email* contiene imágenes pixeladas, faltas de ortografías, firmas o logos desconocidos..."

Es importante destacar que estas medidas son preventivas. Lo ideal es contar con un servicio de seguridad gestionada para asegurar los activos empresariales, y así detener o mitigar los ataques que con toda seguridad se producirán en algún momento. El experto de OnRetrieval compara la ciberseguridad en el hogar o en una empresa con la seguridad física. "Si tenemos solo una cerradura, es muy probable que un ladrón vea muy fácil acceder a nuestra casa. Pero si tenemos una cerradura, rejas y una alarma, seguramente el delincuente se decida por otra víctima más fácil. Lo mismo sucede con la ciberseguridad. Una empresa sin medidas de protección es para ellos un objetivo fácil y rentable, que tarde o temprano será identificada y atacada".

Cuando el daño ya está hecho

En ocasiones, la prevención llega tarde o no es suficiente y el ciberdelincuente encuentra la fórmula para atacar un hogar o una empresa. En esos momentos, es necesaria la ayuda de profesionales que resuelvan el problema y ayuden a mitigar el daño y a recuperar los datos afectados. ALT F8 es una



Arriba, José Antonio Antón, CEO de ALT F8. (i) Ricardo Labiaga, director técnico de OnRetrieval. eE

empresa especializada en recuperación de datos e informática forense. José Antonio Antón, CEO de ALT F8, explica que "nuestros orígenes están en la recuperación de datos y la asistencia informática remota para asegurados de pólizas de hogar. Una solución de alto valor apreciado por el asegurado y que supone un coste bajo para la aseguradora. Su implantación actual se ha extendido a otras modalidades de seguros personales o de comercios y pymes. Y en los últimos diez años también ha sido útil para otros colectivos de clientes de diversos sectores".

La compañía también ofrece los servicios de peritos especializados en informática forense que son capaces de seguir los rastros digitales de un delito -informático o no- y de ofrecer información deter-

La asignatura pendiente de la movilidad cero emisiones

Las ventas de coches eléctricos aumentan en los últimos meses impulsadas por el temor a la utilización del transporte público. A pesar de las buenas cifras desde junio, España suspende en la llamada electromovilidad.

F.S.M. Fotos: iStock

El interés de los conductores españoles por los vehículos eléctricos es cada vez mayor, pero suficiente. Mientras el volumen total de matriculaciones cae, la movilidad eléctrica en España continúa su tendencia alcista, tal y como señala la Asociación Nacional de Vendedores de Vehículos a Motor, Reparación y Recambios (GANVAM).

Las ventas de vehículos eléctricos puros de todo tipo subieron un 91,9% en septiembre, hasta alcanzar las 3.549 unidades, según datos de la Asociación Empresarial para el Desarrollo e Impulso del Vehículo Eléctrico (AeDive) y Ganvam. Si tenemos en cuenta solo los turismos, el mes pasado registró un total de 2.203 unidades matriculadas, un 177% más.

A pesar del freno a las ventas que ha supuesto la incertidumbre por el desarrollo de la pandemia, el mercado español se ha posicionado como uno de los motores para que Europa consiga por primera vez en un año el millón de vehículos eléctricos matriculado en 2020. Las dos asociaciones que

ofrecen los datos, AeDive y Ganvam, abogan por utilizar la movilidad eléctrica "como palanca para acelerar la renovación del parque".

Ayudas para impulsar movilidad sin emisiones

Las dos asociaciones han propuesto que con cargo a los 140.000 millones de euros del fondo europeo de recuperación, el incentivo al achatarramiento de un coche antiguo no vaya aparejado solo a la compra de otro coche, sino también a bolsas de kilómetros que los particulares puedan canjear en cualquiera de las soluciones de movilidad eléctrica compartida.

AeDive y Ganvam consideran que el hecho de que en España haya más de seis millones de vehículos con más de 20 años de antigüedad refleja que muchos conductores no pueden asumir la compra de un vehículo nuevo, independientemente de su tecnología de propulsión. "Con incentivos al achatarramiento más amplios se podrá impulsar la representación de las flotas eléctricas dentro del mix del mercado, a la vez que se abre el abanico de posibilidades a los usuarios



Seguros

elEconomista.es

particulares para que puedan escoger la solución de movilidad que más se ajuste a sus preferencias”, explican.

La movilidad eléctrica, en cifras

Según los datos de ambas asociaciones las compras de eléctricos por parte de empresas subieron un 145,7% en septiembre, con 1.769 unidades, de las que 1.292 correspondieron a turismos - un 157,9% más- por el impulso del plan Moves. En lo que llevamos de año, acumulan una subida del 32,8%, con un total de 8.890 unidades de todo tipo. El efecto del plan Moves también se hace notar en las compras de particulares, que impulsaron las matriculaciones de turismos eléctricos un 217,5% durante el pasado mes, hasta alcanzar las 851 unidades. En lo que va de año acumulan un total de 3.215 unidades, lo que supone un 24,3% más.

Tras los turismos, el mercado de las dos ruedas se alza como el mayor trampolín para impulsar la movilidad eléctrica. En concreto, las matriculaciones de motos eléctricas crecieron un 542% en septiembre, con un total de 520 unidades matriculadas, de las que cuatro de cada diez se destinaron a iniciativas de movilidad compartida.

Mucho por mejorar

A pesar de las buenas cifras, aún queda mucho por hacer en el mercado español para que los vehículos eléctricos sean mayoría. De acuerdo con el Barómetro de la ElectroMovilidad de Anfac, España está a la cola de Europa en movilidad cero emisiones. En los seis primeros meses del año, España solo ha crecido nueve décimas en el indicador global de electromovilidad con una valoración de 17,1 puntos sobre cien. Este índice valora la penetración de vehículos electrificados y la instalación de infraestructuras de recarga.

Los expertos de la Asociación española de fabricantes de automóviles y camiones advierten de que esta calificación está muy por debajo de la media de la UE-14 que se sitúa en 34 puntos, con un crecimiento de cuatro puntos en el segundo trimestre. “La demanda de electromovilidad está creciendo, con una oferta disponible de modelos cada vez más amplia, pero es necesaria una dotación mayor para las ayudas a la compra, y convertir la instalación masiva de infraestructuras de recarga en un proyecto de país, para que se desarrolle al

nivel que necesitan los objetivos de descarbonización del parque en 2050”, afirma José López-Tafall, director general de Anfac.

El problema de la carga

Uno de los principales escollos que los conductores se encuentran a la hora de elegir un coche eléctrico es la infraestructura de estaciones de carga que hay actualmente en el país. El desarrollo de este tipo de infraestructuras ha sido insuficiente en el segundo trimestre de 2020 y “esta ralentización mantiene a España en la última posición del ránking europeo. Solo crece 9 décimas y alcanza los 15,7 puntos sobre cien, lo que aumenta la brecha de diferencia en 13 puntos respecto a la media de la UE-14, que registra 28,9 puntos”, explica Anfac.

La asociación insiste en que el país necesita reforzar el fomento de la instalación de puntos de recarga, como se está realizando en otros países de Europa, donde destaca Noruega, con 173,5 puntos, que encabeza el ránking europeo y crece más de 20 puntos en este último trimestre; o Hungría que sube hasta la cuarta posición gracias al aumento de infraestructura de recarga rápida.

En el segundo trimestre, España apenas ha registrado 272 nuevos puntos de recarga públicos, alcanzando una infraestructura de recarga pública total de 7.879 puntos. El ritmo de crecimiento de la movilidad eléctrica en España es insuficiente y todavía muy inferior al de otros países, tal y como expone el barómetro de Anfac.

La asociación señala que “esto evidencia la necesidad de poner en marcha las medidas establecidas y consensuadas en el Plan de Impulso a la Cadena de Valor del Sector de Automoción para acelerar la infraestructura de recarga, tanto en vías interurbanas y vías urbanas, eliminar las trabas administrativas y permitir, de esta manera, que el aumento de demanda de vehículos eléctricos se consolide”.



Cómo afectará el virus a la declaración de la renta

La próxima declaración de la renta será diferente para muchos, teniendo en cuenta el brutal impacto económico propiciado por el coronavirus y sus consecuencias. Les explicamos cuáles pueden ser estos cambios y cómo proceder.

Diego Fernández Torrealba. Foto: Nacho Martín

El maldito bicho ha afectado a nuestras vidas a todos los niveles y en todos los aspectos: sanitario, económico, laboral, social, emocional..., condicionando nuestro modo de vida, salud, costumbres y sistema organizativo. Las consecuencias de su impacto son inmensas, incluso en cuestiones que deberemos resolver en los próximos meses; por ejemplo, en lo referente a la realización de la declaración de la renta en 2021, que a buen seguro tendrá muchas diferencias con respecto a la que hayamos realizado en los años anteriores.

En lo que respecta a los autónomos, en el caso de que hayan empezado a teletrabajar en este año, si optan por el método de estimación directa, podrán deducirse parte de los gastos de la vivienda que estén relacionados con su actividad económica. Por supuesto, deberán registrarlos en su contabilidad y demostrar que lo han hecho mediante una factura, además de haber comunicado previamente a Hacienda los metros cuadrados de la casa que destinan a su labor profesional y siempre y cuando paguen el IVA si su hogar es de alquiler.

Por otro lado, si debido a la reducción de sus ingresos han renunciado al método de estimación objetiva para la determinación de la base imponible, podrán volver a tributar mediante este régimen en 2021. Y en el supuesto de que hayan recibido la prestación extraordinaria por cese de actividad a consecuencia del estado de alarma, este concepto deberá tributar -al igual que en el caso de la prestación general por este mismo motivo- como rendimiento del trabajo y no como actividades económicas.

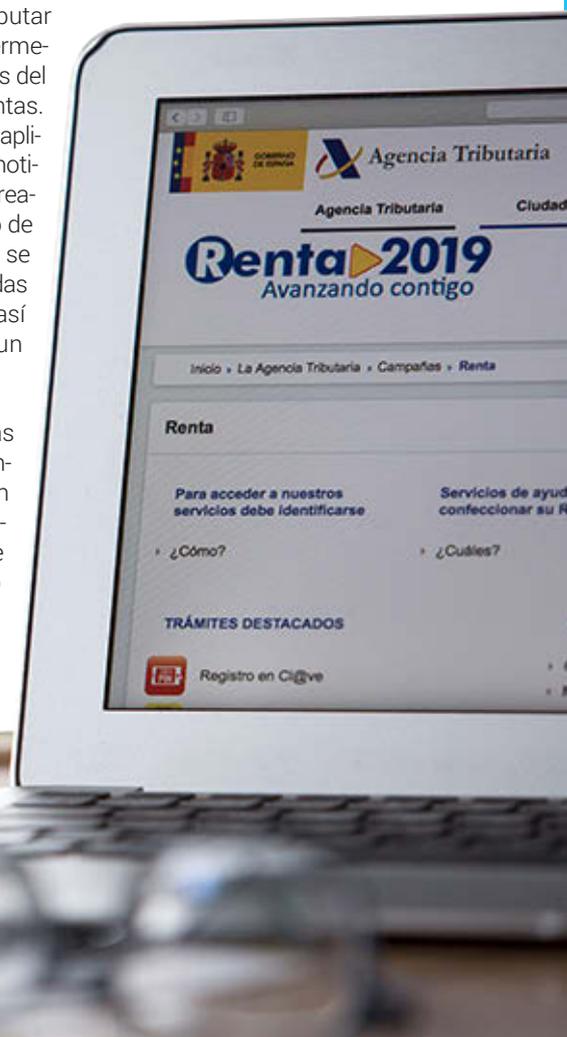
¿Y qué pasa con los cientos de miles de trabajadores que se han visto afectados por un ERTE parcial o total

a causa de la pandemia? Sucede lo mismo que en el caso de los autónomos, que sus prestaciones recibidas a consecuencia de los expedientes están sujetas a tributación como rendimientos del trabajo.

Es recomendable revisar si se aplican retenciones del IRPF de la manera adecuada, y si no es así solicitar al SEPE que aplique una retención mayor. Además, hay que recordar que no existe la obligación de presentar la declaración de la renta si no se superan los 22.000 euros brutos anuales, límite que baja a 14.000 en el caso de que tengamos varios pagadores.

Lo mismo ocurre a la hora de tributar con respecto a las bajas por enfermedad, mientras que las prestaciones del permiso de paternidad están exentas. Es decir, ninguna afectará a que se aplique la deducción por este último motivo y el incremento por los gastos realizados en centros de primer ciclo de educación infantil, al igual que si se han percibido prestaciones derivadas de un ERTE parcial. Eso no será así en el caso de que procedan de un ERTE total.

Sucede lo mismo en el caso de las prestaciones de desempleo, teniendo en cuenta que estas deberán tributar en el IRPF como rendimiento de trabajo a menos que se haya optado por el pago único para empezar una actividad económica.



Si quieres
conocer la
cara de tu
compañía
de seguros
¡VISÍTANOS!

seguros^{tv}

Expertos en
Comunicación Audiovisual
para el sector asegurador

www.segurostves



Apple 'Watch SE', la versión asequible del reloj de los de Cupertino.

Octubre: vuelta a la rutina, al deporte y al 'smartwatch'

Con el otoño se retoman las rutinas, se vuelve al trabajo y se renuevan los buenos hábitos. Los 'smartwatches' se convierten en aliados perfectos. Y también dan la hora.

Ana M. Serrano. Fotos: eE

La vuelta a la rutina no siempre es un placer, más bien al contrario. Despedirse del tiempo de ocio, de relax y de escapadas suele hacerse cuesta arriba, más este otoño que promete comportarse de manera tan extraña como el verano. Para encarar la nueva estación con energía y buen talante ayuda bastante un buen empujoncito deportivo. Si además contamos con un aliado incombustible que nos muestre nuestros avances y logros diarios, mejor que mejor.

Por ello hemos seleccionado los relojes inteligentes más destacados del mercado por sus características técnicas, su sistema operativo, su diseño, resistencia y duración de la batería. Como el precio tam-



Los relojes inteligentes Honor 'Watch GS Pro' son resistentes y todoterreno.

bién importa, la selección incluye desde los básicos más económicos hasta los más sofisticados.

Xiaomi 'Amazfit Bip S'

Básico y potente, diseño sencillo ultraligero, GPS, fácil de usar y muy económico. Estas son las características esenciales del último modelo de la línea *Bip Amazfit*. El reloj, con sus escasos 31 gramos y carcasa bicolor de policarbonato, dispone de la última tecnología: pantalla transreflectiva que garantiza la nitidez y protege la vista; Bluetooth optimizado para reducir el consumo de energía; sensor óptico de seguimiento biológico BioTracker PPG. Incluye una batería de larga duración (hasta 40 días en modo básico, tras una sola carga), diez disciplinas deportivas, control de música y pronósticos del tiempo.

Xiaomi 'Amazfit GTS'

De la misma firma, pero algo más sofisticado es el *Amazfit GTS*. Para empezar, su diseño, muy parecido al de Apple, aporta la sensación de prestancia y ligereza. Por lo demás, en varias funciones supera las prestaciones del modelo de los de Cupertino.

Dispone de un panel rectangular AMOLED de alta resolución, 1,65 pulgadas y gran nitidez. Cuenta con esferas personalizables desde el propio reloj, funciones deportivas y resistencia al agua de 5 ATM. Además de su precio y su estética refinada, el otro gran punto fuerte de este modelo es la autonomía (que se acerca a las dos semanas; 46 días en modo

básico). El reloj está integrado con el sensor óptico de seguimiento biológico patentado BioTracker PPG para controlar de manera constante y precisa la frecuencia cardíaca.

Huawei 'Watch Fit'

Por algo más de 100 euros, es otro de los candidatos cuyo precio no desdice en absoluto su calidad. Destaca también por un diseño alargado que lo diferencia de la mayoría de relojes inteligentes de formato circular o cuadrado. Viene equipado con GPS, sensor del ritmo cardíaco y doce disciplinas deportivas para monitorizar la actividad. Carga rápida, panel AMOLED de 1,64 pulgadas y autonomía de hasta diez días completan el modelo que carga sobre una base con dos pines que coinciden con los puertos situados en la parte inferior.

Huawei 'Watch GT2'

La serie Huawei *Watch GT* trabaja constantemente en la mejora de la duración de la batería del reloj. Gracias al nuevo chip Kirin A1 y la tecnología de ahorro de energía garantiza una autonomía de la batería día y noche de hasta dos semanas.

El modelo *GT 2*, disponible en tamaños de 42 y 44 milímetros y diversos acabados, se distingue, además, por la calidad del panel AMOLED, la pantalla de cristal 3D y la precisión en la medición del

Otra opción de 'smartwatch'. de Samsung: el 'Galaxy Watch 3'.



Seguros

elEconomista.es

pulso. Su diseño minimalista -acero inoxidable en oro champagne con correa de fluoroelastómero blanco glacial o cuero marrón rojizo- proporciona un estilo sofisticado y moderno.

Monitoriza el sueño, el nivel de estrés, la saturación de oxígeno en la sangre y el ritmo cardíaco en cualquiera de sus modalidades deportivas, incluida la natación.

Fitbit 'Versa 3'

Diseño llamativo, sensor GPS y carga rápida magnética son las novedades de esta nueva versión *Fitbit* que, además de venir equipado con altavoz y micrófono, monitoriza el sueño y el ritmo cardíaco y dispone de un elenco de 20 modalidades deportivas diferentes. Ofrece la posibilidad de responder mensajes y llamadas y efectuar pagos a través de *Fitbit Pay*.

Samsung 'Galaxy Watch Active 2'

Es el complemento perfecto de los móviles Android. Su diseño redondo, elegante y discreto se asemeja al de un reloj tradicional. Entre sus funciones principales destacan la detección automática de caminata, la monitorización del sueño y la velocidad del GPS.

Apple 'Watch SE'

No se lleva bien con los Android, pero sí es el modelo más recomendable para los dueños de iPhone. El reloj muestra en tiempo real las pulsaciones, la actividad, los pasos y las calorías quemadas. Permite contestar notificaciones, controlar Siri y manejar las aplicaciones compatibles con las instaladas en el *iPhone*. Sin embargo, la autonomía de su batería deja bastante que desear: un par de días como máximo. Al igual que el *Galaxy Active 2*, viene provisto con un cargador de base sobre el que basta colocar la caja del reloj sobre la superficie.



Los nuevos Apple 'Watch 6'.

Honor 'Watch GS Pro'

Acabamos con el último modelo del mercado de otoño. Disponible en España desde el pasado 28 de septiembre (las versiones en color azul y gris están al caer), el nuevo reloj inteligente de la firma china Honor supera incluso las expectativas más exigentes.

Además de cien modos de rutinas de ejercicio para diferentes tipos de deporte -entre ellas el senderismo, el esquí y el *snowboard*-, el nuevo Honor *Watch GS Pro* cuenta con una batería de hasta 25 días de duración (en modo ahorro de energía puede durar hasta cien horas) y ofrece resistencia térmica, a los golpes y al agua. En el modo senderismo cuenta con la función *route back*, que indica cómo volver al lugar de origen de la ruta sin necesidad de conexión.

En cuanto a especificaciones técnicas y materiales, el reloj dispone de pantalla AMOLED de 1,39 pulgadas y bisel de acero inoxidable. El resto del reloj es de policarbonato reforzado.

Los Huawei 'Watch GT2' también miden la saturación de oxígeno en sangre.



Nuevos productos

Mapfre mejora su seguro multirriesgo para empresas y pymes

Mapfre ofrece a sus clientes mejores condiciones de contratación del seguro multirriesgo empresarial. La compañía adapta sus tarifas para ayudar a las pymes a protegerse de los riesgos a los que puedan verse expuestas.

Las nuevas tarifas incluyen más variables relacionadas con la zona de ubicación de la empresa, el tipo de riesgo que se asegura, etc., con el fin de ajustarse mejor a las necesidades reales de cada cliente. Además, la compañía ha ampliado también la cobertura de ciberriesgos, un problema creciente en el día a día de las empresas, explica Mapfre.

El seguro multirriesgos de Mapfre recoge en una sola póliza las coberturas y servicios que la mayoría de las pymes necesitan para una protección integral. Se trata de un producto muy completo, de fácil y rápida tramitación y flexible, que ayuda a las empre-



sas a hacer frente a las numerosas dificultades que surgen para el correcto desarrollo de su actividad empresarial, evitando imprevistos y solucionando los problemas con eficacia y agilidad. Este seguro cuenta con una batería de servicios que facilitan la gestión de la empresa, la prevención de siniestros, su resolución y la reducción de sus consecuencias en caso de que se materialicen: asistencia urgente, asistencia informática, protección digital y defensa jurídica, entre otros, explica el grupo asegurador.

Defensa jurídica

¿Pueden los alumnos dejar de acudir al colegio por temor a la evolución de la pandemia?

Tras cumplirse las primeras semanas del retorno de vacaciones en la mayoría de las escuelas del país, toca hacer balance y preguntarse si las familias tienen la obligación de llevar a sus hijos al colegio ante la progresiva extensión del coronavirus en el ámbito escolar. El 24 de septiembre, el Ministerio de Educación publicó los datos actualizados con un total de 2.852 grupos escolares en cuarentena por el coronavirus.

Además, las consecuencias del inicio del curso escolar, junto con la reapertura de muchas oficinas, también están teniendo repercusiones en otros aspectos. Por ejemplo, los centros de salud del sistema de atención primaria están viendo como su nivel de saturación está creciendo durante las últimas semanas. La preocupación de multitud de padres se percibe en las solicitudes para realizar pruebas PCR a los jóvenes españoles. Centenares de menores de 16 años se acumulan en centros de atención prima-

ria, alcanzando niveles de trabajo y exigencia inasumibles según los sanitarios.

Ante esta situación, no es extraño pensar que muchos padres piensen en la posibilidad de no llevar a los niños al colegio. Pero ¿estaría justificada esta ausencia? Ante todo, los expertos de DAS Seguros recuerdan a los padres que el Código Penal y el Código Civil indican claramente la obligación que tienen de llevar a sus hijos al colegio.

En concreto, el artículo 226 del Código Penal y el artículo 154 del Código Civil establecen este deber legal de los progenitores con la escolarización de sus hijos entre los seis y 16 años, llegando incluso a prever una pena de cárcel si se incumple. DAS Seguros matiza que esta posible pena de cárcel solo tendría cabida en una situación de desidia, dejadez y desatención mantenida durante un período duradero de tiempo.

ALFONSO 'DE RECHUPETE' LÓPEZ

Cocinero



“El porcentaje de suerte en un negocio es muy bajo, el éxito viene por darle duro y el trabajo en equipo”

De ‘blogger’ a ‘influencer’. De cocinero a empresario y autor de ocho libros de cocina. Cuatriplifica la audiencia de los medios de comunicación más importantes de España. Pero ¿quién es Alfonso López Álvarez, el hombre detrás de ‘Recetas de Rechupete’?

Por Anita Cufari. Fotos: eE

¿Quién es Alfonso López, el hombre que nos ayuda a cocinar desde 2007?

Un tío normal que estudió algo que no le gustaba (ADE) pero que, al final, sí le ha servido para vivir de algo que le encanta: cocinar.

Ha pasado de ‘blogger’ a ‘influencer’ y, luego, a empresario. Ha publicado ocho libros, ganado premios, ¿qué ha aprendido en estos años?

Estos años me han enseñado muchísimo. Y sigo aprendiendo de este mundo tan cambiante. He aprendido a mezclar el mundo comercial del que venía, que era totalmente *off*, con el digital. Cuando pensé en montar un negocio con la base del blog *Recetas de Rechupete* tenía algo andado, pero, en realidad, poca gente lo conocía y tenía poca idea del mundo *online*. Como cuando llegué a Madrid desde Galicia. Había que empezar

desde cero, conocer lugares y personas para, poco a poco, irme familiarizando con todo y todos. Lo mismo sucedió con *Piensa en Pixels* (su actual empresa), a través de un blog de cocina con una audiencia media y desde un territorio desconocido, con mucha competencia; intentamos marcar un objetivo y un modelo de negocio, unos objetivos a corto y medio plazo. Y el largo lo dejamos para el futuro. Cuando empiezas como emprendedor lo primero es que te conozcan, es una carrera de fondo. Así que el blog fue un excelente impulso para nuestro negocio. Poco a poco llegamos a más personas y marcas, comunicando contenido de valor y comenzando a crear una relación de confianza entre mi comunidad y mis *partners*.

¿Qué ve cuando mira para atrás?

Pues años buenos y años malos, como en todo en la vida. Pero sobre todo, lo que he aprendido en el tema laboral. El conocimiento es importante para poder volver a montar

somos 16 personas trabajando a diario sólo para Recetas de Rechupete, y tenemos cinco medios más! Lo que facturamos lo reinvertimos, casi al 100%, en nuestro negocio.

¿Adapta sus contenidos según los datos de la analítica?

Por supuesto, es fundamental, si no sería como un barco que no lo dirige nadie... Todas las mañanas a las 8.30 tomo un café y veo analíticas.

¿Qué hace su audiencia cuando le lee?

Informarse sobre gastronomía. La mayoría está en la cocina o en el sofá de su casa con el móvil (el 90% de mi tráfico), mirando qué van a cocinar o pensando en lo que harán de menú esa semana. Me dedico a formar y ayudo a que, leyendo una receta, lleguen a un resultado óptimo y eficaz, es decir que salga un plato perfecto a la primera. Mi lectora debe estar satisfecha para volver a *recetasderechupete* y, además, para que lo reco-

“Tenemos una estructura más flexible que hace que podamos competir de tú a tú con medios más importantes”

“Aprendí a no quedarme quieto y a salir de lo que llaman área de confort”



otro negocio o ampliar el que ya tenemos. Aprendí a no quedarme quieto y a salir de lo que llaman "área de confort", los años me han hecho cambiar y cambiar.

¿Qué queda del Alfonso de Galicia?

Mucho. Es mi base y forma de ser, aunque diría que soy un Alfonso Gallego mejorado.

Prevé 80 millones de usuarios únicos en 2020, ¡eso es más de cuatro veces más que los medios del país! ¿Qué le da a la audiencia que los medios no han entendido?

¡Si supiera la respuesta! No creo que lo haga mejor. Lo que sí hacemos es tener una estructura más flexible que hace que podamos competir de tú a tú con medios más importantes. En nuestro sector dicen que somos el "David contra Goliat". Dentro del top 10, estamos cuartos, pero nuestra estructura es igual o incluso mayor que otros medios:

miende. Son mis mejores embajadoras de marca. Una clienta feliz es la mejor estrategia de negocio.

¿Cómo analiza su audiencia?

Tengo muchas formas de conocer qué es lo que quiere mi público. Hay muchos métodos de análisis. En redes sociales, cada una aporta una visión de públicos distintos. Otras herramientas que empleamos son más profesionales: Google Analytics, Comscore, Sistrix, Semrush, Ahrefs, Similar Web, Hotsuite, Mailchimp, Connectif, ... mezclando todo tenemos una visión mucho más certera. Pero nuestro propio tráfico nos da una visión global: diez millones de páginas vistas al mes es más certero que cualquier CIS. Vemos rango, edad, ingresos, sexo y tiempo de lectura sobre lo que ofrecemos, nuestro producto no deja de ser un servicio. Y te aseguro que si la clienta no está satisfecha lo dice,

nos escribe y comenta. Tenemos una media de 200 mensajes diarios con opiniones positivas y negativas que nos ayudan a mejorar. Por eso, somos muy específicos cuando creamos campañas para nuestros *partners*.

Mientras muchos aspiran a ser ‘influencers’ y ‘gurús’, usted dio un paso al lado para que su empresa creciera. ¿Qué vio en el mundo ‘influencer’ que no le gustó?

No puedo renegar de este mundillo, pero creo que no formamos parte de él. Lo que sí hemos logrado (y tenemos en común) es que sabemos dialogar con nuestra audiencia de tú a tú, somos muy activos en redes sociales, nos hemos ganado a pulso una reputación positiva (que no deja de ser *branding* puro y duro). Y, sobre todo, lo más importante: tenemos la confianza de nuestra comunidad.

Teniendo una audiencia tan fiel y grande, ¿ha visto cambios de consumo de contenidos durante la pandemia?

che y después como responsable. Lo intento ahora con mi hijo. Saber cocinar ayuda a crear y a dar felicidad a los tuyos, en una máxima de vida. No sólo comer mola, también cocinar lo que vas a comer.

Cuando los blogs se hicieron populares, convirtió el suyo en oro. La explosión de Youtubers lo convirtió en uno de los más reconocidos. Escribe un eBook y se convierte en ocho éxitos de ventas. ¿Todo lo que toca lo convierte en oro? ¿Tiene mucha suerte o hay algo más?

Desde luego que no. El porcentaje de suerte en un negocio es muy bajo. El éxito es por darle duro, trabajo de equipo. En todo caso, es S.U.E.R.T.E.: Saber Utilizar Efectivamente mis Recursos para Tener Éxito.

Sus libros responden a una realidad de la sociedad de ese momento. Si tuviera que escribir uno ahora, ¿cuál sería?

Sin duda “cómo cocinar en tiempos de cri-

“La gente que no cocinó en su vida, durante el confinamiento, ha entrado en la cocina”

“Saber cocinar ayuda a crear y a dar felicidad a los tuyos, en una máxima de vida”



La gente que no cocinó en su vida, durante el confinamiento ha entrado en la cocina. En abril, nos encontramos con 24 millones de páginas vistas en un mes. El pan, los bizcochos y la cocina sencilla triunfaron, sin duda.

¿Cocinar es mucho más que hacer recetas? ¿Qué más aporta Recetas de Rechupete?

Todo lo que tiene que ver con la formación -desde cero- en la cocina: las técnicas de cocina, ingredientes, ahorro y planificación, menús semanales, libros ... ¡Todo ayuda! Es puro SEO de larga cola.

La cocina, muchas veces, es el epicentro de todo lo que sucede en las familias, ¿qué se cocina en la suya?

Mi forma de ver la vida está relacionada con la cocina. Desde pequeño he pasado mucho tiempo con mi abuela y mi madre allí. En un principio como espectador, luego como pin-

sis”. Estamos en momentos inciertos. Hay que aprovechar al máximo lo que tenemos en casa y no tirar nada. Los tiempos de la abuela con las recetas de reaprovechamiento están a la orden del día.

¿Qué encontraremos en su nuevo libro ‘Recetas del huerto’, de editorial Larousse?

Todos estamos buscando un estilo de vida saludable. Y no es algo pasajero, es una realidad cada vez más tangible. En nuestro último libro encontraréis propuestas para cocinar las verduras y sobre todo ideas para el día a día, seáis veganos, vegetarianos o, como yo, apasionados de las verduras. Hay recetas para todos los gustos y todos los públicos. Una forma de triunfar en casa con propuestas saludables, variadas, equilibradas, económicas y sobre todo, de rechupete. Os animo a que os hagáis con él, no os arrepentiréis.



Más allá del Covid-19: la investigación en otras patologías no se para

2020 va a permanecer en nuestra memoria como “el de la pandemia”. Desde finales de enero no ha habido día en que el dichoso virus no ocupe las portadas de los medios escritos.

Ana M. Serrano Foto: iStock

Pese a su incidencia devastadora en nuestra salud y los esfuerzos de los investigadores de todo el mundo para hallar una solución, la Covid-19 no ha desbancado a ninguna otra patología anterior por grave que fuera. Pero, ¿cómo ha incidido la carrera por la vacuna y los tratamientos efectivos contra el Sars-CoV-2 en la investigación de otras enfermedades con gran impacto social?

La comunidad científica reconoce que resolver los múltiples desafíos de la pandemia supone una carga de trabajo adicional, además de una merma de los recursos económicos destinados a la investigación biomédica de enfermedades neurológicas, cardiovasculares, el Alzheimer, el VIH o el cáncer. Desafortunadamente, ante la premura impuesta por el nuevo coronavirus, los ensayos para el resto de patologías se han visto alterados, además, por las restricciones de movilidad durante los primeros meses del año. Esto no implica que la actividad científica haya retrocedido, pero sí se ha entorpecido. Lo mismo sucede con respecto al control y la erradicación de otras enfermedades infecciosas.

Según informa el grupo especializado en inmunización de la Organización Mundial de la Salud (OMS), las campañas de vacunación este año del sarampión, la fiebre amarilla y el cólera se han paralizado o han sido relegadas a un segundo plano, principalmente en los países con menos recursos.

No obstante, y de acuerdo con los datos que aporta la Asociación Nacional Empresarial de la Industria Farmacéutica en España (Farmaindustria), gracias a la colaboración entre la Agencia Española de Medicamentos (Aemps), investigadores, centros, pacientes y compañías farmacéuticas promotoras, los ensayos clínicos para otras patologías no relacionadas con el Sars-CoV-2 se han estabilizado y van recuperando su ritmo habitual.

En este sentido, aseguran desde Farmaindustria, el Registro Español de Ensayos Clínicos (REEC) revela que en el primer semestre del año, la Aemps ha autorizado cerca de 400 ensayos clínicos para patologías distintas al coronavirus, lo que da muestras del interés por parte de los agentes implicados en la investigación clínica en España por no detener el progreso médico.

No todos los integrantes de la comunidad científica refrendan esta postura. El jefe de la Unidad de Investigación Clínica de Cáncer de Pulmón y Servicio de Oncología Médica del Hospital 12 de Octubre, de Madrid, Luis Paz-Ares, señalaba el pasado 28 de septiembre para *Europa Press*: “Con la pandemia de la Covid-19, la situación se ha agravado, puesto que se han retrasado los programas de ensayos clínicos y se han reducido a la mitad los diagnósticos de cáncer en numerosos países”.

Coberturas imprescindibles para cuidar la salud de las mascotas

Demandamos de nuestras mascotas cariño y compañía, pero... ¿qué podemos y debemos aportarles a ellas? Puede resultar un acierto la contratación de un seguro para animales que sea capaz, por encima de todo, de brindar atención veterinaria y contribuir a su bienestar.

Diego Fernández Torrealba. Fotos: iStock

Seguro que más de uno se ha sentido acompañado, protegido o cuidado (o todo a la vez) por su animal de compañía, en un año en el que a buen seguro habremos pasado más tiempo de lo habitual junto a nuestras mascotas y en el que posiblemente hayamos valorado, si anteriormente no lo habíamos hecho, lo mucho que nos pueden aportar. Por no hablar de que a alguno le habrá venido de perlas para escapar de casa un rato cada día durante los meses en los que la pandemia golpeó con más fuerza en España y llevar con más positividad y ánimo el confinamiento.

Pero claro, en nuestro deber no está solo el beneficiarnos, sino también el cuidar y proteger a los compañeros de piso que hayamos decidido tener. Con este fin resulta muy recomendable la contratación de un seguro para mascotas que nos ahorre costes, tiempo y preocupaciones y se haga cargo de la atención a los animales con los que compartimos casa y vida. Pero, ¿de qué manera les cubre un producto del ramo? ¿Cuáles son las coberturas imprescindibles para su salud?

Principalmente, un seguro para mascotas debe encargarse de que estas obtengan el cuidado necesario, ofreciendo por encima de otras garantías una completa asistencia veterinaria en la que se incluyan las consultas médicas, las revisiones rutinarias, las pruebas diagnósticas y la atención de urgencia (esta última sin límites horarios) por enfermedad o accidente, así como las visitas a determinados especialistas e incluso las intervenciones quirúrgicas, los gastos de hospitalización y los de asistencia a domicilio.

Otro de los apartados que debería cubrir un seguro de este tipo es el de la vacunación, haciéndose cargo

del coste de vacunas obligatorias (como la de la rabia en el caso de muchos animales). Y, por supuesto, disponer de un eficiente servicio de atención telefónica que nos sirva para resolver las dudas que tengamos con respecto al cuidado y la salud de nuestra mascota.

Los productos más completos (y caros) podrían incluir muchos servicios más, como la cobertura de medicinas recetadas, que se haría cargo de los costes farmacéuticos; cirugías preventivas como la esterilización; o ayudas en pagos por cuidado dental, dieta recetada u otro tipo de exámenes médicos que tuviera que realizarse al animal. Un seguro amplio también podría hacerse cargo del desembolso económico por otro tipo de servicios de higiene, como la limpieza de nuestro animal de compañía, o de carácter estético, como la peluquería.

Por el contrario hay ciertos gastos que difícilmente nos cubrirá nuestra póliza de seguros para mascotas. Algunas de las exclusiones más habituales tienen que ver con condiciones preexistentes, la compra de alimentos y vitaminas, los costes relacionados con el embarazo o la cría y los tratamientos del comportamiento.





Por qué los eventos digitales han llegado para quedarse

Los eventos digitales no son una novedad creada por el Covid-19. Desde conferencias hasta cursos, eran algo que ya estaba sucediendo

Juliana No. Fotos: iStock

Con el encierro y el aumento del trabajo en remoto promovido por la pandemia junto a una mayor utilización de medios virtuales e internet, los eventos digitales han crecido significativamente. Algunas plataformas de cursos mencionaron en el primer trimestre de la pandemia un crecimiento por encima del 300%. De hecho, Udemy reportó recientemente que durante la pandemia habían aumentado un 425% las inscripciones a cursos online. España, por ejemplo, reportó un incremento del 280% y Estados Unidos un 130% en Udemy. ¿Cuáles son los temas más populares? Eso depende del país. Los cursos sobre herramientas de marketing, manejo de finanzas y equilibrio mental como el mindfulness son algunos de los más buscados.

Eventos y conferencias digitales

Pero lo más interesante no está ocurriendo en el sector de los cursos sino en los eventos y conferencias digitales. Desde eventos de negocios hasta eventos por placer que mezclan experiencias digitales con experiencias físicas -por ejemplo, una cata de vinos

para la cual se reciben los vinos a probar por correo previamente-. Mientras algunos se limitan a hacer conferencias por Zoom, las plataformas de eventos están incrementando las opciones permitiendo por ejemplo el streaming desde la misma plataforma de eventos online en combinación con Zoom. Hay quienes publican el evento de Zoom en Facebook dándole luego un impulso a su difusión, logrando miles de vistas para los sponsors del evento.

Múltiples plataformas de eventos y conferencias están naciendo y algunos como Stand Out Consulting están creando opciones customizadas en las que las personas pueden hacer networking vía chat y crear foros de discusión mientras mezclan conferencias en vivo y pregrabadas para alcanzar a una mayor porción de la población mundial. Y es que, las conferencias en vivo están reduciendo su efectividad. Con el trabajo en remoto y la situación de muchos en su casa, nos encontramos con que los horarios de consumo digital están cambiando y los eventos y cursos que permiten el acceso a cada persona en su propio tiempo son los preferidos de la audiencia. En Stand Out Consulting han experimentado cómo las personas que entran a la parte en vivo de los eventos son, por lo general, hasta un 90% menos que las que acceden a las partes con horario flexible.

Los eventos digitales han creado una oportunidad única para llegar a más personas con menos esfuerzo económico y una mayor cobertura geográfica. Esto amplifica las oportunidades de conexión y negocio, minimizando tiempo e inversión de los asistentes y organizadores. Con una audiencia adaptada ya al consumo de información digital y los beneficios para empresas y profesionales, esperamos que estos eventos continúen en auge incluso después de volver a la normalidad.

Salud

Asisa Dental abre su tercera clínica en la ciudad de Valencia

Asis Dental ha ampliado su red de clínicas propias en la Comunidad Valenciana con la apertura de un nuevo centro en la ciudad de Valencia. Con esta apertura, la compañía Dental ya cuenta con tres clínicas propias en Valencia.

La nueva clínica está situada en la 6ª planta del centro comercial El Corte Inglés Avenida de Francia (C/ Pintor Maella, 37), cuenta con cinco gabinetes dentales y está equipada con tecnología de última generación. Esta clínica se une a las que ya estaban operativas en la Avenida Francia, 1, y en la Avenida Gran Vía Fernando el Católico, 68, lo que permitirá ampliar notablemente los servicios de la compañía en la ciudad y mejorar la atención que reciben los pacientes y asegurados de Asisa Dental.

La apertura de esta clínica forma parte de los planes de expansión de la entidad en España y se une



a la apertura de cuatro nuevas clínicas en 2020 en Zaragoza; Sevilla, El Ejido (Almería) y Murcia. En total, Asisa Dental cuenta con 35 clínicas propias.

En los próximos meses, seguirá apostando por el desarrollo de nuevas unidades de negocio que permitan "mejorar la eficiencia y ofrecer más y mejores servicios a los clientes". Asimismo, está prevista la inauguración de otras cinco clínicas en España, según explica la compañía aseguradora.

Movilidad

Opteven lanza 'e-Move', un seguro que cubre las baterías de los coches eléctricos de segunda mano

Opteven Iberia acaba de lanzar *e-Move*, un producto para compradores de vehículos de ocasión eléctricos y enchufables de hasta diez años de antigüedad y menos de 100.000 kilómetros. Este seguro está disponible en cuatro configuraciones diferentes con una duración de hasta 24 meses e incluye una cobertura de hasta 5.000 euros por sustitución de la batería de alta tensión.

El parque español de vehículos eléctricos, puros y enchufables cuenta con algo más de 76.000 unidades, la mayor parte de ellas turismos que circulan por grandes ciudades.

La creciente conciencia medio ambiental de los automovilistas junto a la creación de numerosos incentivos para la compra de este tipo de vehículos, desde las ayudas directas a la reducción de los impuestos municipales o las ventajas para acceder o estacionar en el centro de las ciudades, han convertido al

vehículo eléctrico en una pieza fundamental del ecosistema de la movilidad urbana desde hace más de una década.

La existencia de un *stock* creciente de vehículos eléctricos de ocasión con antigüedades superiores a los cinco años, unida a la demanda cada vez mayor de este tipo de soluciones de movilidad eléctrica, se encontraba hasta ahora con una dificultad: la vida útil de las baterías y el coste de su sustitución.

La mayoría de los fabricantes de vehículos dan una garantía de ocho años para las baterías. Una vez superado ese tiempo los costes para su reemplazo son muy elevados y han de ser asumidos por el propietario del vehículo. Opteven Iberia lanza al mercado español un producto que se hace cargo de hasta 5.000 euros en la sustitución de la batería, una vez superado el periodo de garantía de esta, explica la compañía aseguradora en un comunicado.

Ayudas al empleo contra un entorno lleno de incertidumbre

El Covid-19 ha dañado la economía, disparando el desempleo y obligando a miles de negocios a cerrar. En esta difícil situación económica y laboral son de agradecer las ayudas al empleo ofrecidas por numerosas empresas, también aseguradoras.

Diego Fernández Torrealba. Foto: iStock

A menos que hayamos vivido los últimos meses en un planeta lejano, seremos ya conscientes de la magnitud de la crisis mundial generada a consecuencia de la pandemia, que nos está golpeando de múltiples maneras: anímica, sanitaria, social, económica y profesionalmente.

Dos de los aspectos más preocupantes son el económico y el laboral, sectores prácticamente indisolubles que se encuentran en horas muy bajas (particularmente, en España).

Así lo sentencian los fríos números que nos dejó la primavera del confinamiento: en el segundo trimestre del año el paro ascendió en 55.000 personas hasta las 3.368.000, protagonizando la subida más alta en el número de desempleados en ese periodo desde 2012 y situando la tasa de desempleo en el 15,33%. Una situación que apenas se ha solucionado tras el largo verano del que ahora salimos y que en estos momentos, con la llegada del otoño y el repunte del virus, tampoco se presenta halagüeña.

Ayudas para impulsar el empleo

Sin embargo, aunque el panorama no invite al optimismo, hay que seguir luchando y continuar creyendo, una pelea en la que las fundaciones de numerosas empresas nacionales tratan de echar una mano mediante programas de ayudas al empleo. Y como esta es una revista sobre seguros, resaltaremos iniciativas llevadas a cabo por parte de aseguradoras.

Compañías como Mapfre, a través de su fundación, se han mostrado muy activas y están echando un importante cable tanto a trabajadores como a empresarios y poniendo su granito de arena para reactivar la economía española. La Fundación Mapfre puso en funcionamiento el pasado junio la convocatoria extraordinaria de ayudas al empleo *Accedemos-Covid-19*, mediante la cual ofertó 1.500 ayudas al empleo de las que 700 ya se han otorgado. Quedan aún, por lo tanto, 800 vacantes para quien las quiera pedir.

Las pueden solicitar, hasta el próximo 15 de diciembre, tanto los autónomos como las pequeñas empresas y entidades sociales con hasta cinco empleados. Las ayudas, cuya duración es de nueve meses, permiten contratar a personas que lleven al menos un mes en situación legal de desempleo, mediante un contrato de media jornada (con una aportación global de hasta 2.700 euros) o jornada completa (4.500 euros). Otra vertiente de esta iniciativa es la de ayudar a que se conserven los puestos de trabajo de personas que hayan sido contratadas en 2019.

Ayudas también para el pequeño comercio

Por su parte, Divina Pastora Seguros ha lanzado recientemente la campaña *Mi tienda de barrio. Una promoción para tu comercio*, una iniciativa en la que participan 646 establecimientos de toda España con la que se pretende apoyar a los profesionales autónomos y al tan debilitado pequeño comercio fomentando la compra en este tipo de tiendas.



Salud

Santalucía incluye la telemedicina en sus pólizas de hogar

Debido al contexto actual provocado por el COVID-19, Santalucía incorpora de manera gratuita un servicio de salud a un seguro de Hogar. Los nuevos clientes de la compañía podrán disfrutar de un servicio de telemedicina, contratando uno de los nuevos productos de la gama Hogar.

A partir de ahora, los nuevos clientes de Santalucía que contraten los seguros *Eficaz*, *Completo* y *Premium* no solo tendrán cubierta cualquier tipo de necesidad que requieran sus hogares y que estén recogidas en sus pólizas, sino también el tomador del seguro y hasta cuatro familiares que convivan en la vivienda, podrán aclarar dudas sobre salud y realizar consultas con profesionales médicos -médico de familia, psicólogos...- durante las 24 horas del día, todos los días de la semana.

Este lanzamiento también responde al compromi-



so de la compañía por cubrir las necesidades de sus clientes, desarrollando nuevos productos que se adapten al escenario actual del Covid-19 y dando respuesta a las nuevas realidades y expectativas de los clientes.

La crisis sanitaria ha supuesto un reto para el sector asegurador. Desde la compañía han apostado por la tecnología y la digitalización, continuando con su Plan Director de Transformación Digital.

Acuerdos

El Corte Inglés venderá los productos de automóviles y hogar de Liberty en Portugal

El Corte Inglés Seguros cumple un año colaborando como socios en la comercialización de seguros de Auto a través de la marca Génesis. Un tiempo en el que El Corte Inglés se ha convertido en uno de los socios más importantes para la aseguradora. "Se trata de una de las alianzas más relevantes para la compañía, por lo que Liberty y El Corte Inglés Seguros ya están trabajando en el proyecto para implantar la comercialización de los productos de autos y hogar en Portugal, a través de los puntos de venta que la correduría posee en el país vecino", explica la compañía.

En junio de 2019, ambas empresas cerraron el acuerdo para que la oferta de Auto se integrara entre los productos que comercializa El Corte Inglés Seguros. Un producto adaptado y diseñado de forma conjunta y en respuesta a las necesidades de los clientes de la correduría. Proceso que el propio CEO de Liberty en Europa, Tom McIllduff, destacó por "la

buena sintonía" para el desarrollo del producto. "Queremos ser una de las marcas de referencia para El Corte Inglés Seguros. Por ello, incrementaremos nuestra relación para que sea más fuerte y beneficiosa para ambas partes; siempre con el cliente como centro de dicha estrategia de negocio y garantizando que le ofrecemos un producto totalmente personalizado, de forma que pague solo por lo que necesite", asegura, un año después, McIllduff.

Por su parte, El Corte Inglés Seguros destaca que el acuerdo ha venido a enriquecer "su ya amplia oferta de seguros de autos", facilitando así poder ofrecer a sus clientes aquel que mejor se adapte a sus características y necesidades. Juan Manuel de Prada, director general de la correduría, ha resaltado la rápida adopción del producto por parte de la red comercial. Gracias a la amplia colaboración en el despliegue del producto por parte de los equipos de ambas compañías durante este primer año del acuerdo.

Hola, anhedonia

¿Se acuerda de todas esas promesas que se hizo y las cosas nuevas que descubrió durante la cuarentena? ¿Qué ha quedado de ellas? ¿Y aquellos placeres que, juraba, le hacían feliz? ¿En qué parte de su realidad está lo que soñaba y deseaba?

Anita Cufari.
Fotos: iStock

Ya le ha llegado el tsunami de la agenda corrosiva dispuesta a carcomer la libertad creativa que se había permitido o los pequeños placeres que sentía?

Bienvenido a la tierra. En estos días, intenté involucrarme en un club de las 5 de la mañana para hacerle la triquiñuela a la rutina, que también madruga, y robarle tiempo al día, para hacer cosas para mí. Y ¿sabe qué? Descubrí miles de formas de no ser feliz sumándome a retos colectivos. ¡Bien por mí! Que a las 5 am yo no tengo el sentimiento para ir a correr o dibujar, apenas tengo un poco de claridad para hacer mis vómitos mentales. Buscar la cordura en letras. Tratar de escribir, sin tapujos, lo que siento que, al parecer, es lo que mejor me funciona.

También opté por descubrir nuevos *podcasts*, cada noche, para que las preocupaciones no fueran cáusticas con lo que quiero y deseo.

Y entre esas voces somnolientas, volví a toparme con la anhedonia. Esa especie de incapacidad de sentir disfrute por las cosas.

¿No la conoce? Audítese un rato. No se trata de que ya no le guste la canción que marcó su vida, ¡los gustos evolucionan! No, no va por ahí.

Es dejar de sentir placer o felicidad por cosas nimias, pequeñas. Como la música, los aromas... dejar de descubrir texturas y sabores. La apatía de que no le apetezca salir, no un día, sino en meses.

Empieza por un “hoy no”, una desidia momentánea y se convierte en un “nunca más”. En una capa protectora que nos plastifica. Y no intercambia placeres, simplemente los deja.

Es no recompensarse ni quiera con un plato que le gusta. No premiarse con un boli nuevo o una copa de ese destilado que le asombraba.

Y no es que renueve su lista de placeres hedonistas. Sencillamente la va achicando, tachando cosas sin agregar nada nuevo.

Puede que sea pasajero, ¡ojalá! Pero a veces se arraiga en nosotros y hace que todos los caminos conduzcan a una posible depresión.

Revise su lista de esos placeres personales y cotidianos. Compare los que ya no practica y que, ni siquiera, han mutado. Apunte los nuevos... y cuando la cuenta-resultados sea negativa, ¡alerta roja!

Mientras tanto, puede ir haciendo pequeños ejercicios para volver a sentir satisfacción por sus cosas, un instante de felicidad reconociendo sus logros. Pura dopamina. Recompénsese por cumplir los objetivos del día, por llamar a un amigo, por caminar más que ayer... Sea consciente de sus victorias, busque la pequeña alegría cotidiana. Por ejemplo, ¡bravo por llegar hasta aquí! :)

Y recuerde: si le duele la vida, busque ayuda profesional.



La fotografía protagoniza el otoño cultural en Madrid

Dos fotógrafos, dos exposiciones acaparan el interés de la nueva temporada artística en la capital. A la espera de que las grandes pinacotecas madrileñas estrenen sus anunciadas muestras, Lee Friedlander y Danny Lyon protagonizan el inicio de este otoño cultural.

Ana M. Serrano. Fotos: Lee Friedlander y Dany Lyon.

Ambos vivos, ambos en activo, ambos estadounidenses, ambos inclinados sobre el blanco y negro e interesados especialmente en reflejar (y cuestionar) el lado social de su país, difieren por completo en la forma de presentar sus impresiones y en el lenguaje empleado para ello.

Lee Friedlander nació en Aberdeen, el 14 de julio de 1934. A los 14 años comenzó a fotografiar el "paisaje social" de su ciudad natal y con ese sello ha definido su larga trayectoria artística. Tras estudiar en el Art Center School of Design de Los Ángeles, se establece en Nueva York, donde trabaja para distintas revistas como *Esquire*, *Holiday* o *Sports Illustrated*. Con tan sólo 30 años ya había expuesto en el MoMA -la colectiva *The Photographer's Eye* (1964)- y definido los pilares de una obra inspirada en la cultura popular, las escenas cotidianas y las metáforas visuales.

La exposición dedicada a Friedlander que presenta Fundación Mapfre en la sala Recoletos de Madrid recorre de forma cronológica la extensísima obra del artista estadounidense. Se exhiben sus series más conocidas: *American Monument* o *Little Screens*; numerosos retratos y autorretratos, desnudos e imágenes familiares de los años 70 y 80. También se verán, por primera vez, algunas de las fotografías que tomó en España.

Danny Lyon (Brooklyn, 1942) busca desde sus inicios una historia que contar. A principios de los años 60, encuentra en Nueva York uno de los relatos más potentes del momento: el proyecto de demolición del Lower Manhattan en aras de la remodelación y modernización de una ciudad que se zambullía de lleno en las finanzas, la especulación y el urbanismo descontrolado.

"El fin de estos edificios fue un momento clave para mí. No importaba demasiado su relevancia arquitectónica. Lo que me importaba era que estaban a punto de ser destruidos. Manzanas enteras desaparecerían. Todo un barrio. Se estaba desahuciendo a los escasos últimos inquilinos y nunca más se volvería a construir un lugar como este", escribe el propio fotógrafo.



Arriba, una de las obras de Lee Friedlander; (i) Vista hacia el sur desde el 100 de la calle Gold de Danny Lyon.

El Museo ICO acoge la exposición *La destrucción del Bajo Manhattan*. Reúne las imágenes captadas por Lyon durante la demolición del barrio neoyorkino. Se trata de 76 fotografías de gran belleza y valor documental tomadas en torno al Puente de Brooklyn, Washington Market y las calles William, Beekman y West. Todas ellas englobadas en el área de demolición: 24 hectáreas de edificios, construidos la mayoría en el siglo XIX, aunque alguno se remontaba a la Guerra de Secesión.



Actualmente es uno de los países más seguros para visitar y donde su geografía salvaje no dejará de sorprendernos.

Islandia: aventura más allá del horizonte

Casi medio año midiendo el mundo según el tamaño de la ventana por la que lo miramos. ¿Hace cuánto que no piensa en qué hay más allá del horizonte? ¿Y si viajamos a Islandia?

Anita Cufari. Fotos: Tierras Polares

Tan lejos, tan cerca. Una calma que parece utópica en este 2020 empeinado en revolucionar el tablero de juego. Aire nuevo, limpio. Cumpliendo los protocolos sanitarios de Islandia (que sea el paraíso, no lo exige de estar en este planeta). Y todo esto, de la mano del explorador del ártico Ramón Larrañeta y su equipo de Tierras Polares. Porque ¿hay algo mejor que descubrir una geografía así de indómita, que a través de los ojos de un apasionado por estos paisajes? ¡No se imagina las múltiples aventuras que se suceden en cada una de sus explicaciones!

Cómo se siente Islandia

A día de hoy, es uno de los países más seguros para visitar. Su paisaje es alucinante y salvaje. Los volcanes, géiseres y ondulaciones son la oportunidad de sentir la fuerza de la naturaleza en estado puro.

Nada más llegar nos harán un test. Mientras tanto, podemos pasar esta especie de cuarentena, al aire libre, siempre por lugares aislados. Así que nada mejor que dormir en cabañas en medio de la naturaleza, en un rincón del sur de Islandia. Desde aquí, cientos de excursiones para hacer por los alrededores.

No se lo puedo negar: el paisaje magnifica las emociones. Senderos entre ocreos furiosos que se pelean con los verdes impactantes de las mesetas. Casca-

das que recortan la geografía, glaciares sabios en años. Belleza quita penas.

Cuando llega la noche, destellan las luminiscencias estridentes de las auroras boreales. Un espectáculo acompasado que se disfruta, aún mejor, en uno de los *hot pots* (fuentes termales) islandeses al aire libre. Ya le digo, esto es paz, relax total. Parte de la magia de este viaje es la sensación de *restart*. Allí, inmersos en el agua caliente, todo oscuro, nada importa y, de repente, el cielo comienza a iluminarse, los verdes y negros juegan y lo cambian todo. Es espectacular.

Y en medio de tanto encanto tan poderoso, usted. ¡Es como recibir la energía directamente de la naturaleza! Absorber la fuerza de la tierra, el poderío de lo bello.

Paisaje imponente. Sensación de libertad

Y una vez que el segundo test ha dado negativo, ya estemos listos para el siguiente capítulo de la aventura. Como la cascada de Skógafoss ¿será usted quien descubra su tesoro escondido? Para navidades, totalmente congelada, pero igual de imponente. Allí, el río Skógá irrumpe un muro de roca saltando por encima de una meseta para caer en una llanura y esculpir uno de los paisajes más retratados de la isla.

Campos de lava, imponentes icebergs flotantes y usted calzándose los crampones para explorar las lenguas glaciares del Vatnajökull, en el Parque Natural de Skatafell. Un paseo entre increíbles formaciones de hielo, fisuras y los huecos de esta masa helada.

Aventura, descubrimiento, calma, renovación, nieve y unas condiciones seguras y únicas de aislamiento lejos de circuitos masivos y sin cruzarnos con turistas. Magia solo para usted. Todo lo que encontrará en Islandia, más allá del horizonte, de la mano de Tierras Polares.

Nutricosmética: lo mejor para la piel tras los excesos del verano

Cuidarse por dentro para verse mejor por fuera. Esta es la clave de la nutricosmética, una opción que cada vez gana más adeptos para retomar la salud de la piel tras los meses de verano.

Ana M. Serrano.

Ya ha pasado. Parece que fue ayer cuando aún teníamos por delante casi cien días de excesos de sol y sal, de calor y color, de mar y montañas, de largas tardes silenciosas y noches, a veces, demasiado cortas. Pero hace varias semanas que la magia estival es solo un maravilloso recuerdo, salvo cuando nos miramos al espejo y vemos sus pequeños estragos. Fundamentalmente sobre la piel y el cabello.

No se trata de sacarle los colores al verano, sino de recuperar el aspecto saludable, de regalar a nuestro cuerpo los nutrientes derrochados durante la pasada estación. Todos somos conscientes de que una buena alimentación (sana y equilibrada), el ejercicio físico más los cuidados cosméticos habituales constituyen los tres pilares de la buena salud interior y exterior. Sin embargo, de un tiempo a esta parte ha surgido un nuevo aliado de la belleza: la nutricosmética.

¿Qué es exactamente la nutricosmética?

Pues un nuevo concepto de belleza mucho más holístico que nace desde nuestro interior con la ayuda de complementos alimenticios de origen natural cuyos ingredientes activos y propiedades refuerzan y complementan la acción de la cosmética tradicional.

Estos suplementos -en forma de pastillas, cápsulas, ampollas y formulados habitualmente con ácido hialurónico, colágeno, vitaminas, minerales, coenzima Q10, antioxidantes, ácidos grasos omega 3 y 6 y proteínas- actúan sobre todo el organismo. Por ello su consumo suele ser beneficioso para la piel, el cabello y las uñas, pero también incide sobre los tejidos, los cartílagos, la vista e incluso la memoria.

Muchas son las firmas que se han subido estos últimos años al carro de la belleza interior. Entre ellas Naturadika: la línea de suplementos nutritivos naturales que ayuda a mostrar nues-

tra mejor cara, nuestro mejor cuerpo, nuestra máxima energía. ¿Su secreto? Fórmulas creadas exclusivamente con principios activos naturales de máxima calidad -aloe Vera de Tanzania, ginseng de las cumbres chinas, zinc de Alaska, rodiola de Siberia, cannabis de Taiwán, pino marino del Mediterráneo, maca de los Andes, guaraná del Amazonas...-, sin aditivos químicos y en concentraciones óptimas. Vamos, que no les sobra ni les falta nada.

Green Boost Skin Complex es el nuevo complemento de Naturadika cuya fórmula a base de aceite de semillas de cáñamo, resveratrol, vitamina E, coenzima Q10 y ácido hialurónico nutre la piel desde dentro para que luzca tersa, hidratada y radiante por fuera.

Si lo que busca es un complemento para combatir el efecto pandemia, la firma Q77+ propone sus comprimidos regeneradores formulados con un conjunto de oligoelementos esenciales que, potenciados con su exclusivo factor 77, actúan como una barrera defensora del sistema inmunitario, aportando salud, energía y vitalidad.

Nutricosmética de Naturadika. eE

