

Seguros

elEconomista

Revista mensual

10 de septiembre de 2015 | Nº 27

Aumente la seguridad de su coche vigilando el estado de los neumáticos | P30

¿Cómo contribuye el sector asegurador al desarrollo de la biotecnología? | P38



SEGUROS ACCESIBLES Y TRANSPARENTES PARA TODOS

El sector asegurador refuerza su oferta de productos y servicios para las personas con discapacidad | P10

6. ¿Sabía qué...? Así funciona el Consorcio de Compensación

El Consorcio de Compensación de Seguros se ocupa de apoyar al sector asegurador

10. Reportaje Seguros accesibles para todos

Analizamos la relación del seguro con las personas con discapacidad, su oferta y sus carencias

22. Con Pasión Amaya Cervera, de Spain Wine Lover

“Ha sido fantástico poder unir mis dos pasiones: el periodismo y mi afición por el vino”

26. Ahorro y jubilación Más impulso a los planes de pensiones

Los planes de pensiones son el instrumento de ahorro finalista más contratado en España

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

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

Entrevista Óscar Herencia, director general de MetLife en Iberia

“Queremos ser percibidos como una compañía con la que merece la pena trabajar”



18



30

Motor Neumáticos a punto, vehículos más seguros

Tener los neumáticos y ruedas del vehículo en perfecto estado aumenta la seguridad al volante

Salud Cómo afecta el medio ambiente a nuestra salud

Contaminación, ruido, mala calidad del aire y del agua... todo influye en la buena salud y en la prevención de enfermedades



24



36

Innovación Seguro y biotecnología, asegurar la ciencia

¿Cómo puede contribuir el seguro al desarrollo científico? Descúbralo en este reportaje



El seguro debe ganar accesibilidad y transparencia

Las enfermedades crónicas y algunas patologías siguen suponiendo importantes trabas a la hora de contratar, por ejemplo, un seguro de vida o de salud, lo que cierra el acceso a este colectivo a algo tan cotidiano y necesario como un préstamo para la adquisición de una vivienda.

El sector asegurador trabaja para dotar a estas personas de productos que se adapten a sus necesidades y a los de sus familiares, normalmente encargados de atenderles y velar por sus intereses. Algunas compañías y mediadores de seguros han sabido responder a las demandas de mayor accesibilidad y transparencia de las personas con discapacidad, unas necesidades y sus soluciones que analizamos en el reportaje de portada de la edición de septiembre de *eEconomista Seguros*.

Tampoco nos olvidamos de la seguridad al volante, esta vez nos centramos en el mantenimiento de los neumáticos como herramienta para aumentar la seguridad vial. Los neumáticos son uno de los componentes más importantes del vehículo, pero muchos conductores no les prestan la atención que requieren.

El protagonista de la entrevista del mes es Óscar Herencia,

director general para España y Portugal de MetLife. La compañía, especializada en seguro de Vida, ha hecho del fomento de la diversidad y el talento el centro de su estrategia para poner al cliente en el centro de todo lo que hace.

MetLife es una compañía innovadora, atenta a los avances de la ciencia. La biotecnología es una disciplina que puede cambiar el mundo, y también al sector asegurador tal y como lo conocemos hoy en día. Analizamos su relación en nuestra sección Innovación.

Septiembre es sinónimo de cambio y renovación, y no todo va a ser trabajar. En la revista también encontrará consejos para preparar su vivienda ante la llegada de las lluvias y las bajas temperaturas, y también recomendaciones y las últimas tendencias para preparar su cuerpo para el cambio de estación después de haber disfrutado de unas buenas vacaciones. En nuestra sección de Ocio le invitamos a descubrir Buenos Aires a través de un recorrido por sus palacios y palacetes de principios del siglo XX y sus calles llenas de historia. Además, en la Guía de Networking y Marca 2.0, Antonio Domingo nos indica cómo sacar partido a las horas invertidas creando nuestra marca personal en la red y fomentando el *networking*. Buena lectura.

Son muchos los colectivos de enfermos crónicos y personas con discapacidad que aún ven limitado su acceso a determinados productos y servicios del sector asegurador, como es el caso de los seguros de vida y los de salud

DIRECT Y ALLIANZ SON LAS COMPAÑÍAS MEJOR VALORADAS POR LOS LECTORES

Direct Seguros se proclamó dos veces como entidad más valorada por los asegurados y Allianz es la compañía con mejor reputación de marca para los lectores de Seguros elEconomista

REDACCIÓN

Direct Seguros y Allianz Seguros son las dos compañías aseguradoras del mercado español más votadas por los lectores de *elEconomista Seguros* en la primera mitad del año. La compañía de directo del grupo AXA es la aseguradora más valorada por nuestros lectores durante las votaciones realizadas a lo largo de los meses de febrero y marzo. Los asegurados votaban aspectos como la velocidad y la calidad de la atención al cliente y la respuesta de la compañía en caso de siniestro.

En el caso de Allianz, solicitamos a nuestros lectores que escogieran a la compañía aseguradora con la mejor reputación de marca del mercado español. En este caso, Allianz se coronó en el primer puesto del *ranking* gracias al impulso que ha dado la compañía a sus acciones de Responsabilidad Social Corporativa en los últimos meses, como el acuerdo firmado con Marc Márquez para crear *Laps for Life 93*, una iniciativa solidaria que aprovecha el tirón del piloto bicampeón del mundo de Moto GP y la fuerza de las redes sociales.

Junto a Direct Seguros, los lectores eligieron a Previsora Sanitaria Nacional (PSN), Adeslas, Generali y Helvetia Seguros como las compañías más valoradas.

En cuanto a reputación de marca, Allianz comparte podio

con Helvetia Seguros, Nationale Nederlanden (NN Seguros) Generali y Pelayo.

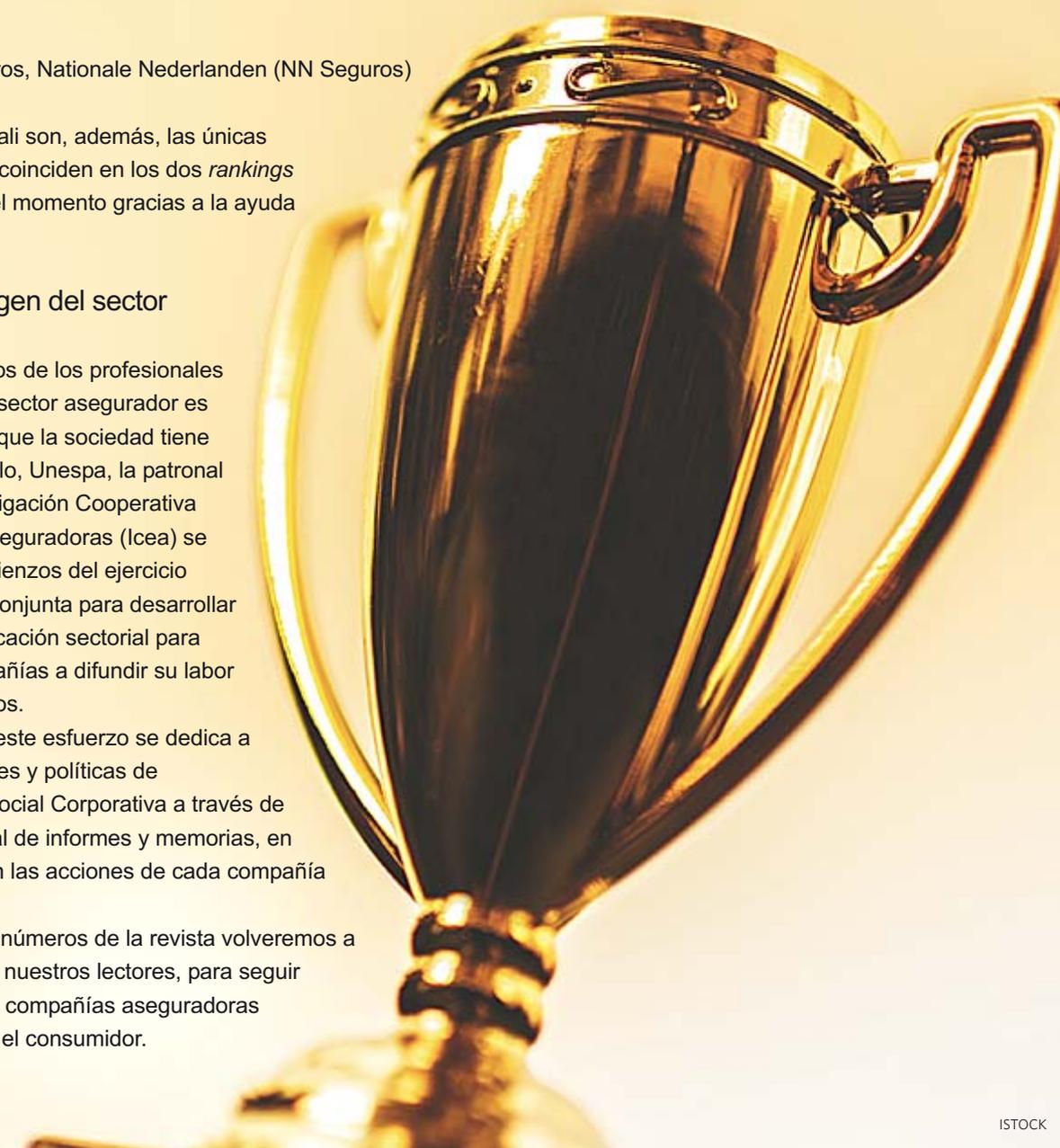
Hevetia y Generali son, además, las únicas aseguradoras que coinciden en los dos *rankings* elaborados hasta el momento gracias a la ayuda de los lectores.

Cambiar la imagen del sector asegurador

Uno de los empeños de los profesionales que trabajan en el sector asegurador es mejorar la imagen que la sociedad tiene del seguro. Para ello, Unespa, la patronal del sector, e Investigación Cooperativa entre Entidades Aseguradoras (Icea) se propusieron a comienzos del ejercicio trabajar de forma conjunta para desarrollar un plan de comunicación sectorial para ayudar a las compañías a difundir su labor entre los ciudadanos.

Buena parte de este esfuerzo se dedica a difundir sus acciones y políticas de Responsabilidad Social Corporativa a través de la publicación anual de informes y memorias, en los que se plasman las acciones de cada compañía en este ámbito.

En los próximos números de la revista volveremos a pulsa la opinión de nuestros lectores, para seguir descubriendo a las compañías aseguradoras más valoradas por el consumidor.



Un grupo asegurador en constante transformación y crecimiento

Generali Seguros se ha consolidado como el séptimo grupo asegurador de mercado español por volumen de primas al cierre del pasado ejercicio, de acuerdo con los datos publicados por Investigación Cooperativa entre Entidades Aseguradoras (Icea). Al cierre del pasado ejercicio la compañía que en España dirige Santiago Villa alcanzó una cuota de mercado del 4,1 por ciento y un volumen de primas de 2.281 millones de euros.

■ **Año de fundación:** 1834

■ **Sede social:**

C/ Orense, 2. 28020 Madrid

■ **Número de empleados totales:**

1.835

■ **Distribución por género:**

Mujeres: 695

Hombres: 1.140

■ **Distribución en puestos directivos y mandos intermedios:**

Mujeres: 56

Hombres: 270

■ **Incorporaciones a la plantilla en 2014:**

81 personas han sido dadas de alta

■ **Ramos en los que opera:**

Accidentes; Asistencia; Caución; Crédito; Decesos;

Defensa jurídica; Enfermedad; Incendio y elementos naturales; Mercancías Transportadas;

Otros daños a los bienes; Pérdidas pecuniarias diversas;

Responsabilidad civil general; Responsabilidad civil



Santiago Villa

Vicepresidente y consejero delegado de Generali España



vehículos aéreos; Responsabilidad civil vehículos marítimos, lacustres y fluviales; Responsabilidad civil vehículos terrestres automóviles; Vehículos aéreos; Vehículos ferroviarios; Vehículos marítimos, lacustres y fluviales; Vehículos terrestres no ferroviarios; Vida

■ **Volumen de primas:**

2.287 millones de euros al cierre de 201

■ **Cuota de mercado:**

4,1 por ciento en facturación (Datos de ICEA).

■ **Número de oficinas:**

1.670 sucursales y oficinas

■ **Página web:**

www.generali.es

■ **Perfiles en redes sociales:**

Facebook: www.facebook.com/GENERALIes

Twitter: @GENERALI_es

LinkedIn: www.linkedin.com/company/grupo-generalispana

Google+: https://plus.google.com/+generaliseguros/posts

YouTube: www.youtube.com/user/elleondelosseguros

■ **Canales de venta:**

Agentes exclusivos (47,8 por ciento), Corredores (35,1 por ciento), Bancaseguros (11,1 por ciento), Directo y otros (6 por ciento)

■ **Contacto (clientes):**

918373707 / 902054626

■ **Presidente:**

Carlos Zurita Delgado, Duque de Soria



F. VILLAR

ASÍ FUNCIONA EL **CONSORCIO DE COMPENSACIÓN DE SEGUROS**

Las funciones del Consorcio de Compensación de Seguros (CCS) son muchas e importantes. Con el tiempo se ha convertido en un instrumento clave para el sector asegurador y para los usuarios, aunque es poco conocido

CARMEN LANCHO

El Consorcio de Compensación de Seguros, el CCS, es una entidad pública empresarial que en la actualidad depende del Ministerio de Economía y Competitividad y que opera en el marco de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones.

El CCS es una herramienta que sirve al sector del seguro, pero va más allá. Se podría decir que da cobertura a la sociedad en general porque actúa como compañía de seguros cuando la compañía de seguros no da cobertura a un siniestro o no lo asegura directamente.

Su función está inspirada en la compensación, es decir, en ser garante de dar cobertura en caso de necesidad ante cierto tipo de daños sufridos. En primer lugar asegura bienes y personas frente a los riesgos extraordinarios producidos en el territorio español o en el extranjero si el asegurado tiene residencia habitual en España. Los riesgos extraordinarios hacen referencia a los fenómenos de la naturaleza como inundaciones, terremotos y maremotos, etc.

Por ejemplo, durante 2014 atendió 65.657 expedientes a los que dio cobertura a través de 209 millones de euros. De este dinero se destinó un 84 por ciento a atender daños producidos

por inundaciones y un 14 por ciento a los daños provocados por el viento.

Más coberturas

El consorcio también cubre los daños producidos tras actos de violencia como el terrorismo, tumulto popular, etc. O los producidos por las Fuerzas Armadas o las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado en tiempo de paz. Además, el Consorcio actúa como asegurador cuando no existe cobertura del sector privado, ante los accidentes nucleares y como un fondo de garantía cuando en un siniestro la parte contraria no tiene contratado ningún seguro o la aseguradora es insolvente. Cubre hechos a los que las compañías de seguros privadas no llegan o no pueden llegar, y se ocupa del seguro de crédito a la exportación. En ocasiones funciona como una aseguradora más. Por ejemplo, cuando un conductor no tiene una aseguradora que cubra su seguro obligatorio de vehículos. Y funciona igual con seguros de caza y de viajeros.

El caso de los coches, el CCS juega un importante papel. Porque por un lado actúa como Fondo de garantía y responde ante los daños ocasionados por coches cuyas aseguradoras son insolventes o bien por los desperfectos causados por coches robados o que no tienen contratado el seguro obligatorio. Y es el encargado del Fichero Informativo de Vehículos Asegurados, FIVA, donde se inscriben todas las pólizas de coches (que son obligatorias por ley).

El CSS también participa fuera del marco asegurador y se encarga de administrar los fondos del Seguro de Crédito a la Exportación y elabora programas de prevención de riesgos.

El Consorcio se financia de dos formas: directamente a través de la prima cuando actúa como compañía de seguros o a través de un tanto por cientos que recibe de cada póliza de los distintos seguros como el seguro de viajeros o el de autos.

Esta entidad pública nació tras el desastre de la Guerra Civil con la intención de dar soluciones compensatorias tras la contienda, aunque tiene antecedentes en el marco del seguro obligatorio de viajeros y del seguro de crédito a la exportación de finales de los años 30 del pasado siglo.

nuevo

seguro de auto
Pago como
conduzco

Lo lógico es que si eres joven y conduces bien, pagues menos por el seguro.

¿Por qué tiene que pagar más un joven solo por el hecho de ser joven?

Por eso nace "Pago como conduzco" de GENERALI. El primer seguro inteligente de coche, que gracias a la tecnología de Movistar instalada en tu vehículo, nos permitirá:



Dispositivo telemático inteligente

- Reducir hasta un 40% el precio de tu seguro en función del uso que le des al coche y de tu forma de conducir
- Llamar automáticamente a Emergencias en caso de accidente
- Localizar tu coche en caso de robo

Haz con nosotros la simulación y compruébalo.

www.generalis.es

Cualquiera de las oficinas o mediadores de GENERALI



INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA

UNA 'APP' PERMITE LLEVAR EL PARTE AMISTOSO EN EL MÓVIL

La aplicación, gratuita y disponible para Android e iOS agiliza los tramites en caso de sufrir un accidente de tráfico y elimina el uso de papeles

REDACCIÓN

Las aseguradoras de automóviles acaban de lanzar una aplicación para dispositivos móviles que permite presentar de forma telemática la Declaración Europea de Accidentes (DEA). La app ha sido bautizada como Declaración iDEA y replica el popularmente conocido como parte amistoso de accidentes de tráfico.

Una persona implicada en un golpe de circulación puede hacer llegar a su aseguradora en el momento del accidente, gracias a este programa, la información necesaria para que se tramite u siniestro. Los menús que van apareciendo en la pantalla del móvil o tableta permiten facilitar los datos de las personas implicadas en la colisión, sus números de póliza, las características de los vehículos, la descripción de los desperfectos que se han producido, así como dar una explicación somera de cómo ocurrió el accidente. Después de que uno de los implicados haya cumplimentado el



E.E

cuestionario a través de su terminal, el contrario recibirá un mensaje de texto (SMS) en su teléfono móvil que le solicitará que verifique o rechace el contenido de la declaración. El contenido de la declaración amistosa también puede consultarse en internet y aprobarse o rechazarse allí.

El programa ha sido desarrollado por Tecnologías de la Información y Redes para las Entidades Aseguradoras (Tirea), empresa tecnológica especializada en proveer soluciones informáticas para el sector, y se encuentra a disposición de todas las entidades aseguradoras que operan en el ramo de automóviles en España.



GETTY

REALE SEGUROS

PYMES A PRUEBA DE CIBERRIESGOS

'Reale Ciberseguridad' protege a las pequeñas empresas y comercios de los riesgos de la era digital

REDACCIÓN

Reale Seguros da un paso más en su apuesta por asegurar a las pymes y comercios con el lanzamiento de Reale Ciberseguridad, una solución aseguradora que permite a estas empresas protegerse de los ataques cibernéticos y aumentar la seguridad de sus sistemas de protección de datos.

España se sitúa en séptimo lugar como fuente de ataques online en Europa y el 70 por ciento de los ciberataques están dirigidos a las pequeñas y medianas empresas. Teniendo en cuenta que en España el 99,9

por ciento de las empresas españolas son pymes y de ellas el 95,8 por ciento tiene menos de 10 empleados, son las organizaciones más expuestas a los ataques cibernéticos.

Reale Ciber Seguridad se integra dentro del ramo de Responsabilidad Civil, en el que la compañía está desarrollando propuestas, integrales y diferentes al tradicional concepto del ramo. Su objetivo es posicionarse como referencia en el ámbito de los seguros para pymes y comercios.

La póliza integra la prevención mediante un servicio de análisis externo e interno de las redes informáticas del cliente; la adecuación a la normativa LOPD de los datos utilizados por el cliente y asistencia técnica frente a una intrusión de terceros en los sistemas informáticos del asegurado, La póliza además protege frente a reclamaciones de terceros por incumplimiento del deber de custodia de datos, transmisión de *malware* (virus, gusanos, troyanos, etc) o difamación en medios corporativos.

CUIDE DEL HOGAR **SIN VACIAR EL BOLSILLO**

Las labores relacionadas con el hogar son una de las tareas más importantes del día a día. A veces se necesita una ayuda externa de un profesional. Si necesita uno de confianza, búsquelo en Internet, en los últimos años han surgido numerosos servicios en la red de ayuda doméstica

CARMEN LANCHO

La plancha, el cuidado de los niños o de personas mayores, hacer una reparación en casa, que en las manos de un aficionado puede convertirse en algo peor que una chapuza, la limpieza de nuestro hogar... Ese trabajo necesario e imprescindible (y siempre tan poco valorado) para el funcionamiento de millones de hogares en ocasiones requiere de ayuda profesional. Echar muchas horas en la oficina, la dificultad para conciliar la vida profesional con la familiar, e incluso el exceso de trabajo dentro de casa, por ejemplo, son algunos de los motivos por los que puede solicitarse ayuda profesional en las labores domésticas.

Gracias al uso de las nuevas tecnologías, la creación de plataformas online de servicios domésticos sirven de gran ayuda y dan solución a muchos problemas y necesidades. Estas plataformas sirven de punto de encuentro entre los profesionales que ofrecen un servicio y los usuarios que tienen una necesidad.

Nuevos servicios y nuevas necesidades

Además de los servicios más comunes del hogar, la vida cambia y las necesidades también. Como consecuencia, la sociedad demanda nuevos servicios: paseadores de perros, peluquerías caninas, servicios informáticos, maquillaje... Incluso dar respuesta a necesidades de salud como fisioterapeutas, servicios de reparaciones en el hogar o reformas en casa.

Tanto éxito están teniendo este tipo de plataformas que hasta el omnipresente Amazon ha lanzado su propia plataforma en Estados Unidos, llamada Amazon Home Services, que pone en contacto a fontaneros, electricistas, etc con consumidores finales. Algo parecido a Reparalia, dedicada a reparaciones, o



ISTOCK

Getyourhero.com, para servicios de limpieza a domicilio. Las ventajas son muchas. Es muy fácil contactar y contratar un profesional de confianza. La oferta es muy grande y al alcance de cualquiera en un par de clic, tal y como comenta Atala Martín que ha participado en el desarrollo de varias plataformas online de servicios domésticos y que en la actualidad desarrolla Belafont.es, dedicado a servicios de belleza a domicilio.

En el caso de contratar a un profesional a través de una plataforma online, el cliente no tiene que preocuparse de nada, ni de dar de alta en la Seguridad Social al trabajador ni preocuparse por cómo se paga y factura. Las plataformas se encargan de contrastar que el profesional esté dado de alta y regularizado según marca la ley. Todo es completamente legal. Una vez

contratado el servicio, y dependiendo de las normas de cada plataforma, pagará el trabajo realizado a través de la propia plataforma o directamente al profesional. Y para que no haya problemas los precios y las tarifas son muy claras.

Los precios son muy competitivos porque el profesional no tiene gastos en mantener grandes infraestructuras y el cliente ahorra tiempo de búsqueda: hay plataformas especializadas según servicios domésticos que atienden los 365 días del año.

En definitiva, a través de las plataformas online de servicios domésticos el cliente puede ahorrar dinero, tiempo (que también es dinero) y preocupaciones. Gracias al abanico de ofertas que abre internet podrá acceder a servicios de calidad a buen precio y en pocos minutos.

SEGUROS ACCESIBLES PARA TODOS

El sector asegurador abre el abanico de productos y servicios que ofrece a las personas con discapacidad para lograr cubrir todas sus necesidades de aseguramiento y hacer del seguro un sector accesible e integrador para todos

V. M. Z.



La Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad en su artículo 25.e señala que “los Estados partes prohibirán la discriminación contra las personas con discapacidad en la presentación de seguros de salud y de vida cuando éstos estén permitidos en la legislación nacional, y velarán por que estos seguros se presten de manera justa y razonable”.

Puede parecer increíble, pero este reconocimiento de los derechos de las personas que sufren algún tipo de discapacidad fue aprobado el 13 de diciembre de 2006, hace menos de una década. Las personas con discapacidad física, psíquica o sensorial deben superar cada día múltiples retos y barreras, impuestas, además de por sus condiciones físicas, por la sociedad. Y el sector asegurador no se libra.

Son muchos los colectivos que ven limitado su acceso al mercado asegurador por padecer

alguna enfermedad crónica. Las limitaciones de las coberturas hacen que, en muchos casos, las personas con discapacidad se encuentren infra aseguradas en los riesgos más habituales. Incluso quedan excluidas del sistema financiero tradicional por no poder acceder a un seguro de vida –imprescindible hoy en día para acceder a un préstamo hipotecario para adquirir una vivienda–.

Son muchas las compañías que han tratado de paliar esta discriminación de facto lanzando productos y servicios dirigidos a cubrir las necesidades específicas de las personas discapacitadas y afectadas por enfermedades graves y crónicas. Uno de estos ejemplos es Avanza, un seguro de Vida lanzado por un grupo de corredores de seguros españoles en colaboración con la compañía Suma que cubre a las personas que hayan padecido una enfermedad grave y por ella hayan sufrido el rechazo de una entidad aseguradora tradicional.

En su lanzamiento, en la primavera de 2013, los responsables de esta póliza explicaron que para contratarla es preciso pasar un proceso de

selección, “para determinar si la persona es asegurable y la prima del seguro, aunque en el 95 por ciento de los casos existen expectativas de cobertura”.

Otra posibilidad es optar por un seguro de dependencia, que garantizan un capital en el caso de que el asegurado quede en situación de dependencia como consecuencia de un accidente o enfermedad grave. Estas pólizas no terminan de despegar en el mercado español y tampoco cubren todas las necesidades aseguradoras de una persona con discapacidad. Al cierre de los seis primeros meses del año, los seguros de dependencia crecieron un 71,25 por ciento en capital gestionado, hasta sumar 18,86 millones de euros. Esta modalidad del seguro de Vida ya cuenta con 36.112 asegurados, un 7,12 por ciento más que en el mismo periodo del ejercicio anterior.

Más allá del seguro

Poco a poco, el sector asegurador ha ido cubriendo los huecos que este colectivo demandaba, e incluso ha volcado su actividad de RSC en la integración social y el desarrollo personal y profesional de las personas con necesidades especiales. Sin embargo, las necesidades de las personas discapacitadas son un mundo, ya que cada colectivo precisa de unas atenciones concretas y especializadas. En el caso de las personas que sufren una enfermedad neurodegenerativa, al problema del acceso al mercado asegurador se suma la dificultad de la comprensión del lenguaje técnico de las pólizas y la necesidad de un asesoramiento especializado. Más si cabe.

Para descubrir las demandas de este colectivo y de sus cuidadores, Helvetia Seguros ha elaborado junto a Neuroalianza, la Alianza Española de Enfermedades Neurodegenerativas el estudio *Análisis de necesidades de las personas con enfermedades neurodegenerativas en España e identificación de mejoras de la oferta en el ámbito de los seguros*, con el objetivo de detectar las carencias y necesidades de estos enfermos e identificar las mejoras que podrían incorporarse en el sector asegurador.

El estudio, presentado en noviembre de 2014 refleja el desconocimiento de los beneficios que puede aportar el seguro para mejorar la calidad de vida de estos pacientes y sus familiares y cuidadores. Por su parte, la industria del seguro también adolece de una grave falta de conocimiento acerca de la realidad de las enfermedades neurodegenerativas, lo que se traduce en una escasa oferta de productos para el este colectivo. Helvetia detecta en su estudio, además, las diferencias que existen en el acceso a los seguros de las personas con una enfermedad neurodegenerativa, con los que se dan situaciones de no aseguramiento o de incremento considerable de las primas.



ISTOCK

El capital gestionado por el seguro de dependencia ha crecido más de un 71% hasta junio

A esta posible discriminación se suma la dificultad de este colectivo para comprender algunas de las cláusulas contenidas en un contrato de seguro, por lo que el estudio destaca la necesidad de mejorar la comprensión y claridad de las pólizas y de la comprensión de los seguros, con un enfoque de accesibilidad universal, evitando que se produzcan incertidumbres sobre la cobertura del seguro.

Solución integral

Fruto de este estudio, en junio de este mismo año la compañía que en España dirige José María Paagman lanzó Helvetia Compromiso, una línea de productos adaptados a personas con discapacidad, sus familiares y cuidadores y para las asociaciones y entidades de ese sector. Esta línea de productos comprende seguros para particulares con coberturas específicas (Asistencia Familiar, Hogar, Autos, Decesos, etc.); y seguros para asociaciones, fundaciones y empresas de servicios y sus directivos y administradores (Instalaciones, Responsabilidad Civil, etc.). La comercialización de esta gama de productos y servicios se realizará por medio de agentes exclusivos provenientes del sector de la discapacidad, con el objetivo de dar un servicio integral a este colectivo.



REUTERS

SEGUROS QUE GARANTIZAN SU EDUCACIÓN

Septiembre es el mes de la 'vuelta al cole'. Para evitar que un accidente o un imprevisto interrumpan la educación de pequeños y jóvenes, el sector asegurador dispone de soluciones específicas

REDACCIÓN

Septiembre es sinónimo de cambio, de comenzar nuevas etapas. Mientras los adultos vuelven a su vida cotidiana, los más pequeños y los jóvenes afrontan el comienzo de un nuevo curso con ilusión e incertidumbre. El reencuentro con los amigos, conocer a los nuevos compañeros de clase, nuevos profesores y nuevas materias... Los jóvenes, además, podrían enfrentarse a nuevos retos como estudiar fuera de casa o fuera del país. Los estudios en el extranjero cada vez están más arraigados. Becas como el programa universitario Erasmus permiten a los alumnos continuar con su formación y perfeccionar el conocimiento de un idioma fuera del entorno familiar. Para que los niños y jóvenes

viajen tranquilos, y garantizar la tranquilidad de sus progenitores, el sector asegurador cuenta con diferentes opciones.

La más contratada por las familias que envían a alguno de sus hijos a estudiar fuera es un seguro de viaje que le garantice asistencia médica en su lugar de estancia y se haga cargo de cualquier imprevisto que pueda surgir durante su viaje. Lo que pocas familias conocen es que el sector dispone de seguros que van más allá, garantizando el bienestar del estudiante y la tranquilidad de sus padres. *La vuelta al cole* supone cada comienzo del curso escolar un esfuerzo económico importante para los hogares, con un coste medio de 885 euros por hijo, de acuerdo con los datos de un estudio realizado por la OCU. A este coste inicial se añaden las cuotas mensuales en el caso de los colegios concertados o privados, y gastos adicionales como comedor, transporte o actividades extraescolares. Las familias se enfrentan a unos gastos fijos que en caso de sufrir un percance, muchos progenitores no podrían asumir, poniendo en riesgo la continuidad de los estudios de sus hijos.

El seguro cuenta con soluciones que permiten a los padres garantizar la educación de niños y jóvenes en caso de grave siniestro familiar. Es el caso de *Protección Junior*, un seguro de accidentes diseñado para cubrir las necesidades de los pequeños y jóvenes de la casa. Con esta póliza, MetLife ofrece diferentes coberturas y garantías de asistencia para asegurar el bienestar y la salud de niños y jóvenes, e incluye una cobertura de continuidad de estudios en el caso de que los progenitores sufran algún percance, garantizando, así, su formación. *Protección Junior* incluye además, coberturas de enfermedades graves, indemnización en caso de hospitalización, cirugía en caso de accidente o enfermedad, gastos de tratamientos dentales por accidente, y otros servicios como médico/enfermera a domicilio, asistencia telefónica y servicios pediátricos de urgencia.

El sector está adaptando su oferta a las necesidades de sus clientes. Cada vez más, los asegurados demandan que las compañías estén a su lado en los momentos en los que más las necesitan. A través de estas soluciones personalizadas, pequeños y jóvenes pueden disfrutar y crecer tranquilos y seguros, ya que pase lo que pase, estarán siempre protegidos.



Descubre el Seguro Protección Junior.

Cuida a los tuyos como
ellos lo hacen de los suyos.

Y asegura a lo grande
la vuelta al cole
de los más pequeños.

902 054 621* (coste llamada provincial)

910 315 892* (coste llamada territorial)

MetLife[®]

Proteccion junior

METLIFE EUROPE LIMITED, Sucursal en España es una Compañía del Grupo MetLife • Avda. de los Toreros, 3 - 28028 Madrid • CIF: W-0072536-F

Contratación sujeta a normas de suscripción de la compañía



Ignacio Garralda, presidente de Mutua Madrileña, Rubén Moreno secretario general de Sanidad y Consumo, y Rafael Matesanz, presidente del Comité Científico de la Fundación Mutua Madrileña -los tres en el centro-, junto a los investigadores en el acto de entrega de las ayudas de la Fundación Mutua. EE

MUTUA CONSOLIDA SU APOYO A LA INVESTIGACIÓN

El compromiso de las aseguradoras con la sociedad va en aumento. En el ámbito del apoyo a la investigación científica en materia de salud, una compañía destaca por la importancia de su programa de ayudas: Mutua Madrileña

EL ECONOMISTA

El mundo del seguro mantiene un firme compromiso con la sociedad, como así se traduce al ver los recursos crecientes que dedican las compañías de este segmento económico al apoyo de ámbitos tan diferentes como la cultura, la educación, acción social o la investigación médica, entre otros ejemplos. En concreto, la Fundación Mutua Madrileña es la entidad privada española que más recursos destina al apoyo de la investigación médica en España. Esta fundación convoca anualmente un programa de ayudas cuyo objetivo es contribuir al mantenimiento y desarrollo de la investigación médica en

España. Desde la puesta en marcha de su primera convocatoria de ayudas en este ámbito de actuación, en 2004, ha destinado más de 52 millones de euros al apoyo de más de 1.250 proyectos de investigación que han generado más de 3.000 publicaciones y avances significativos en el conocimiento y tratamiento de diversas enfermedades.

Apoyo a jóvenes investigadores

Entre los criterios que el Comité Científico de la Fundación Mutua Madrileña tiene en cuenta a la hora de seleccionar los proyectos se valora, además del interés científico del mismo y de su impacto social, el hecho de que la investigación esté liderada por jóvenes investigadores menores de 40 años, con el objetivo de impulsar sus carreras profesionales y retener científicos en nuestro país.

Gracias a las aportaciones que ha concedido en los últimos 12 años, la Fundación Mutua ha contribuido, entre otros aspectos, a determinar cuáles son los tratamientos más efectivos contra el cáncer y a mejorar los protocolos de su tratamiento en función de las características de cada paciente. Además, también se ha ampliado el ámbito de los trasplantes de corazón mediante la utilización de donantes a corazón parado y no sólo en muerte encefálica.

Proyectos de ámbito nacional

Este año, en su XII convocatoria anual de ayudas a la investigación científica en materia de salud, ha concedido más de 1,7 millones de euros a 16 proyectos de investigación clínica, que se desarrollarán en 27 centros de toda España.

Las ayudas concedidas en 2015 se han centrado en proyectos de investigación relacionados con la leucemia, los trasplantes de células madre sanguíneas, la traumatología y sus secuelas (debido a la importante relación que tiene esta última con la siniestralidad vial) y las enfermedades raras que se manifiestan en la infancia. Dichos proyectos tienen una duración mínima de un año y máxima de tres años, y deberán liderarse en centros hospitalarios de los 28 Institutos de Investigación Sanitaria acreditados existentes en España.

Las ayudas de 2015 se han repartido en proyectos liderados por centros hospitalarios de siete comunidades autónomas: Andalucía, Castilla la Mancha, Castilla León, Cataluña, Comunidad Valenciana, Galicia y Madrid. No obstante, dada la envergadura de algunos de estos estudios clínicos, muchos de ellos implican varios centros de su propia región y de otras comunidades autónomas.

Comprometidos con el apoyo a las enfermedades raras

La Fundación Mutua Madrileña inició en 2012 una línea especial de ayudas a la investigación en nuevos tratamientos para las denominadas enfermedades raras, especialmente las que afectan a la población infantil. Estas patologías, a pesar de sus graves consecuencias y debido a su menor incidencia poblacional, tienen más limitado el acceso a recursos económicos para financiar el descubrimiento de nuevos tratamientos.

Entre otras, este año ha recibido una ayuda de la Fundación Mutua un proyecto liderado por el doctor David Araujo Vilar del Instituto de Investigación Sanitaria de Santiago de Compostela, que está

llevando a cabo un estudio clínico sobre la administración de una sustancia sintética al único paciente vivo en España con encefalopatía de Celia, una enfermedad neurológica congénita que se manifiesta en la infancia que tiene un pronóstico fatal en la primera década de vida.

Otra de las investigaciones apoyadas es la del equipo del doctor Rafael de la Torre Fornell, del Instituto Hospital del Mar de Investigaciones Biomédicas de Barcelona, centrada en el estudio y mejora de la conectividad cerebral e interneuronal en niños de entre 6 y 17 años con síndrome de Down y con síndrome X-frágil.

Por su parte, el equipo del doctor Gustavo Lorenzo Sanz, del Instituto Ramón y Cajal de Investigación Sanitaria de Madrid, ha recibido otra ayuda de la Fundación Mutua para continuar con su estudio para desarrollar un exoesqueleto basado en articulaciones que permita mejora de la calidad de vida de los niños de entre 3 y 5 años que sufren atrofia muscular espinal tipo II. El desarrollo de este exoesqueleto, gracias a la ayuda de la Fundación Mutua Madrileña, proporcionaría a niños con solo un 2% de capacidad de movimiento el 98% restante que necesitarían para andar y moverse, cambiando por completo su modo de vida.



PÓLIZAS DE SALUD: SERVICIOS CADA VEZ MÁS VALORADOS

La crisis económica y los recortes presupuestarios de las administraciones públicas ponen a debate una pregunta importante ¿qué aporta contratar un seguro de salud privado? Descubra las ventajas que tienen

CARMEN LANCHO

Está claro que contratar un seguro de salud privado supone un desembolso. Es un gasto que, en ocasiones, supone una parte importante del presupuesto familiar. Pero conocer las ventajas que estas pólizas ofrecen puede hacer que el precio de la prima no sea lo más importante y sí los servicios que ofrecen.

Desde la patronal del seguro, Unespa, destacan que durante 2014 los seguros privados de salud gestionaron cada día 80.146 siniestros con un coste de 13, 8 millones de euros. En la *Memoria Social del Seguro 2014* UNespa recoge que, según la Encuesta de Presupuestos Familiares, el pasado año el gasto privado en salud ascendió a 19.000 millones de euros, cifra que aglutina

tanto el seguro de salud como otros pagos médicos realizados a cuenta del ciudadano, como la compra de medicinas, gafas o gastos de dentista. El seguro de salud privado supone sólo el 17 por ciento.

Los responsables de Sanitas enfocan la conveniencia de tener una póliza privada desde dos perspectivas. Una primera “puramente personal”, que aporta la tranquilidad de saber que se va a recibir el servicio adecuado en el momento necesario. La segunda desde un punto de vista social, ya que apuestan por una visión integral de la sanidad y de colaboración del sector privado y público para hacer que el sistema sanitario español sea accesible y universal para todos los ciudadanos.

Desde Sanitas señalan que en España hay más de 7,6 millones de usuarios de la sanidad privada que no consumen recursos de la sanidad pública o los consumen parcialmente, lo

que se traduce en una importante disminución en la presión asistencial. “La sanidad privada contribuye así a mejorar la calidad asistencial de todos los ciudadanos al aliviar la carga del Sistema Nacional de Salud”, aseguran.

Las ventajas

El trato personalizado y la ausencia de listas de espera son las mayores ventajas de los seguros privados. También el seguimiento de un especialista determinado durante todo el proceso que pueda llevar una determinada dolencia o una rápida atención en los servicios de urgencias.

Tal y como comenta Jorge García, Director de la División Vida de Generali, “cuando tenemos alguna dolencia no queremos sufrir demoras, papeleos o listas interminables, sino todo lo contrario”. Y añade que, aunque en España existe un buen sistema de sanidad pública, por desgracia y por culpa de la situación económica que vive el país, en los últimos años ha sufrido un desgaste. Por eso aconsejan contar con un seguro privado que complemente la cobertura sanitaria de la seguridad social y agilice aquellas cuestiones sanitarias que preocupan.

Además hay una serie de preocupaciones que tienen rápida respuesta, como es la facilidad de contar con una segunda opinión o tener asistencia sanitaria en el extranjero (dependiendo de las coberturas de cada póliza). A la hora de sufrir una hospitalización, las pólizas privadas ofrecen estancias en habitación individual.

Por último, el acceso a pólizas dentales a precios realmente competitivos que a su vez permiten acceder a un gran número de servicios con precios inferiores a los de mercado. Debemos recordar que la asistencia dental no está cubierta por la sanidad pública salvo extracciones y cierta atención a la infancia.

Las aseguradoras comercializan una amplia gama de productos, sea cual sea la necesidad: familias, autónomos, seguros dentales, con o sin copago, etc. Estudia tus necesidades, no sólo económicas, también tu historial de salud y ayúdate con aquella póliza cuyas coberturas se adapten a las exigencias de tu salud.



ISTOCK

CUANDO SE TRATA DE
ESTAR CERCA, SABES QUE SIEMPRE
**PUEDES CONTAR
CON NOSOTROS.**

En santalucía estamos cerca, estás seguro.



24 horas a tu servicio
902 24 2000
www.santalucia.es



santalucía
■ ■ ■ SEGUROS ■ ■ ■



NACHO MARTÍN

ÓSCAR HERENCIA

Director general
de MetLife en Iberia

D. F.

Óscar Herencia, director general de MetLife en Iberia, lleva media vida trabajando en una aseguradora que opera en España y Portugal y que tiene, en sus propias palabras, al cliente como el centro de su negocio. Analizamos con él la actualidad de la empresa y sus proyectos de futuro

¿Cómo ha evolucionado la compañía en Iberia en los últimos tiempos?

Hay un hito que nos identifica: la integración de la compañía en noviembre de 2012. Lo hicimos para generar un proyecto interesante y convertimos en una operación de mucha mayor dimensión. Lo hemos conseguido, logrando ofrecer oportunidades de desarrollo a las personas y creando una estructura plana mucho más eficiente. Aprovechamos las sinergias de los mercados en los que se operaba. Marcamos una hoja de ruta que hemos ido cumpliendo terminando en el cuarto lugar de la región de EMEA, donde hay treinta países. Es muy buena noticia.

MetLife ha superado los 45 años en el mercado español ¿Qué la diferencia de otras aseguradoras de vida?

En cuanto al negocio, en algunas cosas nuestro *know how* está muy avanzado -como la distribución de marketing directo- y somos una referencia.

**“Queremos ser percibidos como una compañía
con la que merece la pena trabajar”**

Somos especialistas y tenemos la posibilidad de desarrollar productos que van al encuentro de las necesidades del cliente, también nos diferencia nuestro modelo de venta consultiva... Pero hay una cosa muy importante que nos hace diferentes y especiales: nuestro ADN, la manera de gestionar el talento. Acabamos de terminar la primera generación de nuestra academia de talentos y tenemos planes de desarrollo para los directores. MetLife tiene también un gran compromiso con la sociedad, la diversidad y la integración.

Si tuviera que resumir en una frase la trayectoria de la compañía en España, ¿qué diría?

Es complicado. Aquí intentamos potenciar la honestidad, la buena relación con nuestros clientes, la estabilidad dentro del mercado... 46 años lo demuestran. Los clientes dicen que somos una compañía de confianza con la que es fácil hacer negocio. Esa sería la frase que elegiría para definir la Compañía. Esa opinión nos deja muy satisfechos. Intentamos crear un entorno de honestidad, confianza e innovación donde el desarrollo de productos se acerque a las necesidades del cliente.

¿Cómo es la relación de la sociedad española con el seguro de vida?

¿Existe cultura aseguradora?

Todavía nos falta mucho. Cuando pulsas otros mercados más evolucionados ves que nos falta conciencia de la importancia de estar protegido. Si no estamos preparados para asumir que todo puede cambiar en un minuto, la vida nos puede sorprender de alguna manera. Es cierto que las generaciones nuevas ya tienen una conciencia distinta sobre el futuro y empiezan a asimilar lo importante que es estar protegido. Para nosotros es una oportunidad, pero también una obligación: los ciudadanos deben ver que las aseguradoras existen para proporcionar las soluciones que necesitan.

¿Cuál es la propuesta de valor de MetLife para el mercado ibérico?

Somos una compañía especialista enfocada en nichos de negocio donde podemos marcar la diferencia. Somos expertos en áreas como la distribución (marketing directo especialmente) y somos innovadores. Es nuestra forma de entender el negocio, intentamos cubrir las necesidades del cliente trabajando cerca de ellos para identificarlas. Esas necesidades, desde 2008 hasta hoy han cambiado mucho, y ahora tenemos que cubrir cosas que antes no se cubrían, necesidades que la gente percibe. Además, la compañía tiene unos valores a los que queremos honrar siempre: poner al cliente en el centro de



N. M

“MetLife tiene un compromiso con la sociedad, la diversidad y la integración”

“Estamos preparando nuestro lanzamiento digital”

“Nos falta conciencia de la importancia de estar protegidos”

todo, hacer las cosas fáciles, tener éxito compartido y ser los mejores. No me refiero a ser los que más vendan, queremos ser identificados como los más leales, honestos y éticos, ser percibidos como una compañía con la que merece la pena trabajar.

¿Qué acciones lleva a cabo MetLife para mejorar la cultura y educación financiera en Iberia?

Hemos desarrollado programas internos. Colaboramos con Junior Achievement, fundación que se dedica a la educación financiera. También nos preocupa el abandono escolar y hemos desarrollado programas para evitarlo, llegando a más de 800 alumnos en España y Portugal. Entre ambos países, más del 35 por ciento de los empleados hemos sido voluntarios. Hicimos un programa llamado *Socios por un día*, en el que los participantes comprobaron cómo es nuestra jornada laboral. Lo seguiremos haciendo, forma parte del compromiso que tenemos con la sociedad. Las empresas deben ser motores que hagan que la economía despunte. No debemos estar en nuestro propio mundo, sino entender lo que hay fuera y ayudar.

¿Quiere resaltar alguna otra iniciativa puesta en marcha por MetLife el último año? ¿Y alguna primicia?

El último año hemos lanzado *Womnet*, la plataforma de mujeres que habla de diversidad e inclusión; redujimos la jornada laboral en Portugal y desarrollamos iniciativas importantes como la incorporación de personas discapacitadas al equipo; hemos tenido varios premios y sido socios fundadores de la Asociación DEC. Para el año que viene estamos preparando nuestro lanzamiento digital: redes sociales y negocio *online*. También queremos expandir nuestra oferta hacia el ahorro.

¿Cuánto tiempo lleva y qué es lo que más le gusta del sector asegurador?

Toda la vida. Empecé a trabajar en GMF en 1993. Vine a esta empresa, que entonces era Alico (MetLife la adquirió en 2010) en 1995. Cuando tenía 18 años no pensaba que trabajaría en seguros, pero me encanta lo que hago y creo que estaré muchos años más aquí. El negocio de los seguros es un negocio de personas. Las relaciones personales que te permite disfrutar es lo más interesante, además de tener la satisfacción interna de ayudar a la gente. Es muy gratificante. Me motiva pensar que hay mucho por hacer aún y que lo vamos a poder llevar a cabo.

HOGARES PREPARADOS PARA EL OTOÑO

El Otoño es una época realmente bonita. El campo recupera colores verdes que contrastan con los ocres de las hojas que poco a poco irán cayendo. Es el mejor momento para realizar mejoras en el hogar

CARMEN LANCHO

Los meses de septiembre y octubre son ideales para hacer pequeñas reformas en casa y poder disfrutar del otoño y los primeros fríos. Es un buen momento para hacer que su hogar sea más acogedor y llevar a cabo algunas reparaciones para evitar, durante la época de frío, problemas mayores.

Puede empezar por revisar los sistemas de calefacción. Hasta noviembre y dependiendo de las zonas no empieza a hacer realmente frío, por lo que cuenta con tiempo suficiente para realizar cualquier reparación si fuera necesaria. Y si está pensando en cambiar de sistema de calefacción, no deje pasar más tiempo.

Al igual que debe hacer en verano, para la temporada de frío es conveniente revisar los filtros si se tiene un sistema de calefacción por aire o bomba de calor. Si el sistema de calefacción es eléctrico deberá comprobar que todos los radiadores funcionan. Por último, si su sistema de calefacción va por agua caliente, bien sea calefacción central o individual, es bueno "purgar" los radiadores, es decir, eliminar el posible aire que pudiera haber entrado en el sistema de calefacción durante el tiempo en que no se han utilizado.

Si tiene chimenea, es conveniente confirmar que el tiro de la misma está limpio. Durante los meses de calor es probable que algún pájaro haya construido su nido o que se haya

llenado de hojas secas y demás materia que pueda obstruirla. Para no tener sorpresas podemos comprobarlo y limpiarlo también de cualquier otro tipo de residuos.

Haga un listado de la ropa tanto del hogar como de la ropa de su familia que ya no necesite o que deba cambiar. Al hacer el cambio de la ropa en los armarios puede aprovechar para deshacerse de lo que ya no utilice y aprovechar los espacios de almacenaje.

Si durante los meses de calor no ha pintado las paredes y cree que ya va siendo hora de recuperar los colores o simplemente le apetece probar con algo nuevo, no espere más. Cuando se pinta en casa se genera humedad y fuertes olores por los químicos de las pinturas. Necesitará tener la casa bien ventilada.

Recupere también alfombras y demás complementos como mantas de viaje para el sofá, velas y pequeñas chimeneas decorativas que funcionan con bioetanol.

Si tiene jardín es importante que en caso de que tenga piscina, la cierre por cuestión de seguridad, especialmente si tiene niños en casa. También es el momento en el que caen las hojas, por lo que mantener el jardín limpio se convierte en una prioridad.

En cuanto a las plantas de exterior, es buen momento para abonarlas. Les aportará nutrientes antes de que entren en letargo por culpa del invierno. Riéguelas con menor frecuencia y dependiendo de la planta hay algunas especies que admiten una pequeña poda.

Si tiene muebles de exterior puede resguardarlos. Si cree que no los va a usar, mejor cúbralos y manténgalos alejados del polvo y de condiciones más extremas de frío y humedad.

Como ve, estos meses son meses de transición y es bueno aprovecharlos para hacer todas esas mejoras en casa que no haya podido hacer y durante los meses de verano y que en invierno pueden ser más molestas.



MÁS DE 70 AÑOS
Cerca de **ti**

 **METROPOLIS**
S E G U R O S

SIGJENOS EN  /metropolis-seguros.sa

<http://www.metropolis-sa.es>

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

5^a

COMPañIA MÀS
SOLVENTE DEL
MERCADO ESPAÑOL
Fuente:DGS FP

AMAYA CERVERA

Creadora y directora
de Spanish Wine Lover

V, M, Z

¿Qué es para ti la pasión?

Yo la veo como un fantástico motor de propulsión que te empuja hacia adelante y te da un extra de energía en tu actividad diaria. Encontrar temas, personas o actividades que generen pasión es una de las fórmulas más seguras para superarse y alcanzar metas y objetivos.

¿Cómo surgió la idea de poner en marcha 'Spanish Wine Lover' (SWL)?

Fue el resultado de la confluencia de distintos factores. Como en otros muchos sectores, la crisis ha tenido su incidencia en el mundo del vino y numerosas empresas se han visto afectadas. En mi caso, la creación de contenidos de calidad sobre vino como apoyo a la venta pierde la prioridad de antaño y, por otro lado, los pequeños medios de comunicación especializados pasan por momentos delicados e incluso desaparecen. Me parecía una gran paradoja esta falta de recursos en uno de los momentos de mayor dinamismo y efervescencia del vino español. A la vez, la tendencia al descenso del consumo de vino en España parece imparable y las bodegas españolas miran cada vez más a la exportación. El consumidor de vino español está más repartido que nunca y existe un tipo de aficionado, sobre todo fuera de España, con ansias de saber más. La respuesta más obvia era



P. FRANCO

“La pasión es un motor que te da un extra de energía”

“SWL ofrece contenidos de calidad y utilidad”

crear un proyecto *online*, una página bilingüe inglés-castellano, con contenidos de calidad y utilidad. Porque al final el aficionado quiere más que un mero listado de vinos para probar; hay que contarle dónde los puede encontrar, las historias y los personajes que están detrás de las botellas, los estilos que se va a encontrar y quién destaca en cada uno de ellos, las novedades, los paisajes y bodegas más interesantes para visitar, la oferta de catas y eventos de vino para interactuar con otros aficionados y seguir aprendiendo y divirtiéndose, los restaurantes que mejor cuidan el vino... Y a los que viven fuera de España les vamos contando poco a poco los mejores lugares de su país para encontrar vinos españoles. Todo eso es *Spanish Wine Lover*, un lugar de referencia para cualquiera que quiera conocer las historias sobre el vino español en sus múltiples vertientes.

“Ha sido fantástico poder unir mis dos pasiones, el periodismo y mi afición por el vino”

¿Pensaste alguna vez que tu pasión se iba a convertir en un modo de ganarte la vida?

La verdad es que, en mi caso, el periodismo siempre tuvo una parte muy vocacional. Escribir y contar historias me gustaba tanto que realmente era difícil plantearme otras opciones profesionales. Lo que no hubiera imaginado nunca es que fuera a encontrar una segunda pasión en el vino y, sin duda, lo más fantástico de todo ha sido poder unir las dos. Nunca me olvidaré del día que me llamaron para hacer una entrevista de trabajo a finales de los años noventa y me encontré en el despacho de José Peñín, autor de la guía que lleva su nombre y decano de los escritores de vino en España. ¿De verdad hay gente que se gana la vida escribiendo de vino?, pensé fascinada. Varias bodegas, vinos y lecturas después, ya estaba completamente enganchada. Sólo quería saber más, leer más, probar más, viajar más. Hoy se me sigue erizando la piel ante muchos fabulosos paisajes de viña y me da un subidón de adrenalina cada vez que pruebo ciertos vinos. No sólo porque sean buenos o diferentes, sino porque estimulan el intelecto, despiertan la curiosidad o empiezan a marcar alguna nueva tendencia.

¿Qué ha sido lo más difícil de tu carrera profesional?

Me encanta estar rodeada de amantes del vino, lo reconozco, pero he echado bastante en falta no tener más periodistas a mi alrededor. A menudo me he encontrado defendiendo el ABC de la profesión ante las miradas más incrédulas y hostiles. No se puede generalizar y desde luego no ha sido así en todos los casos, pero a menudo en España quienes han escrito y comunicado sobre vinos han sido quienes sabían de vino, y ha faltado profesionalidad periodística. Lo contrario también ocurre: periodistas que hablan de vino y que se ve que no dominan la materia en absoluto.

¿Cómo es tu día a día?

Ahora mismo con muchas horas delante del ordenador en coordinación con Yolanda Ortiz de Arri, que es la segunda pata de *Spanish Wine Lover* y la responsable de la edición inglesa, además de una periodista todoterreno que escribe numerosos artículos para la web. Entre medias hay catas, presentaciones, alguna comida y también viajes. Y mucho trabajo de gestión, contacto con colaboradores, búsqueda de anunciantes. Internet es tremendamente dinámico, hay que estar cambiando, buscando nuevas ideas para llamar la atención de los lectores. Siempre tengo la sensación de que si te paras, te quedas oxidado y ésta es una de las peores cosas que le puede



“Nunca hubiera pensado encontrar una pasión en el vino”

“He echado bastante en falta no tener más periodistas a mi alrededor”

“Siempre hay otra cosecha, región, país o uva que probar”

pasar a un vino. Evidentemente hay una parte lúdica importante (y también gastronómica, que es fantástica), pero catar 50 vinos en una mañana o una tarde te exige estar bien despierto y con los sentidos lo más alerta posible.

¿Cómo era antes de empezar SWL?

Lo que hago ahora no es muy diferente de lo que he venido haciendo durante los más de 15 años que he trabajado es este mundo. Con Peñín fui redactora jefe de la revista *Sibaritas* y responsable de las publicaciones del grupo, incluida la *Guía Peñín*, que fue una fabulosa escuela de cata. Luego en *Todovino*, puse en marcha una revista digital a la vez que formaba parte del Comité de Cata de su guía. A lo largo de este tiempo también colaboré con cabeceras como *Robb Report*, *Spain Gourmetour* o *Elconfidencial.com* y lo sigo haciendo para las revistas especializadas *Sobremesa* y *Planeta Vino*, y la inglesa *The World of Fine Wine*.

¿Qué te inspira?

La curiosidad. Siempre digo que si algún día pierdo la esperanza de que detrás de cualquier etiqueta pueda haber algún destello de una uva, un lugar o simplemente algo que me haga pensar, quizás es que ha llegado el momento de dedicarme a otra cosa. Pero realmente en el mundo del vino es complicado que esto suceda. Agustín Santolaya, director general de Roda, bodega riojana de referencia, me dijo en una entrevista que lo mejor del vino es que es una afición que no tiene fin porque nunca se acaba: siempre hay otra cosecha, una nueva región, país o uva que probar. Otra cosa que me inspira es el deseo de no abandonar el periodismo pese a que sean tan malos tiempos para los que juntamos palabras. Probablemente habría sido más fácil *pasarse al lado oscuro* como se dice en el mundillo cuando uno empieza a hacer comunicación para empresas. Y aquí, lo reconozco, hay un componente de tozudez nada pragmático. Una web es un trabajo de casi 24 horas al día, eternamente pendiente de actualizaciones y redes sociales.

¿Qué aconsejarías a un emprendedor o emprendedora que quiera poner en marcha un proyecto?

Que crea en su proyecto, le guste, le motive y esté dispuesto a pelear por él. Sin estas súper vitaminas a mano puede ser muy difícil aguantar los reveses y todas las horas de dedicación que implican poner en marcha cualquier empresa, más aún en los tiempos que corren en los que parece que todo el mundo ya ha aceptado que para ganar lo mismo hay que trabajar el doble.

CÓMO AFECTA EL MEDIOAMBIENTE A NUESTRA SALUD

Lo que nos rodea afecta de manera importante en nuestra salud. Para bien o para mal. Y la contaminación medioambiental incide de manera negativa en el funcionamiento de nuestro cuerpo. Somos lo que nos rodea

CARMEN LANCHO

No sólo la predisposición genética, una vida sedentaria o una mala alimentación son factores de riesgo a la hora de desarrollar y padecer ciertas enfermedades. El medio ambiente es un agente a tener en cuenta ya que puede ser desencadenante de graves dolencias.

Según la fundación Ecodes, (Fundación Ecología y Desarrollo) la contaminación atmosférica es la causante de problemas pulmonares y cardíacos, entre otros. Es decir, la mala calidad del aire que respiramos nos enferma. "En los países en desarrollo, la mortalidad en ciudades con niveles elevados de contaminación supera entre un 15 y un 20 por ciento la registrada en ciudades más limpias". Hablamos de partículas en suspensión de dióxido de nitrógeno, dióxido de



EE

azufre y ozono, que son los contaminantes comunes que respiramos en el aire. Todos ellos, según la Organización Mundial de la Salud provocan enfermedades como bronquitis crónica, asma, enfisema, etc. y enfermedades coronarias o insuficiencias cardíacas. Además, Ecodes, la agencia especializada del cáncer de la OMS y la Agencia Internacional para la Investigación del Cáncer (IARC), consideran la contaminación del aire como carcinógeno.

Enfermedades y soluciones

El ruido es otro factor contaminante que afecta a la salud. El pasado 29 de abril se celebró el Día Mundial de Concienciación contra el Ruido. Con este motivo, la empresa Gaes dedicada a la corrección auditiva publicaba que cerca de

9 millones de personas conviven diariamente con niveles de ruido superiores a los 65 decibelios (nivel máximo recomendado por la OMS) en nuestro país. Y es que la contaminación acústica puede suponer graves peligros para nuestra salud. Según el *Estudio sobre el nivel de ruido y el medio ambiente en España* elaborado por Gaes, un 41,2 por ciento de la población española dice estar rodeada de ruidos molestos en su casa o barrio, y un 60 por ciento asegura estar expuesto a estos sonidos más de 2 horas al día. Entre los efectos más nocivos está la pérdida auditiva.

El ruido no solo provoca problemas de concentración o cambios en su estado de ánimo. Casi el 25 por ciento de la población asegura que le cuesta dormir por esta causa. Los gritos, las voces procedentes de la calle, los ronquidos de la pareja o la televisión del vecino pueden ayudar al desarrollo de trastornos cardiovasculares.

Para estudiar y ofrecer soluciones y medidas de prevención existe una rama de la medicina dedicada a la Medicina Ambiental que trata de mejorar la calidad de vida de enfermos que sufren patologías como la electrohipersensibilidad, la fibromialgia, la sensibilidad química múltiple, el síndrome de fatiga crónica, el cáncer o el autismo, entre otras muchas.

Durante la octava edición del Congreso Internacional de Medicina Ambiental, celebrado el pasado mes de junio y organizado por la Fundación Alborada, la Dra. Muñoz-Calero, presidenta de la Fundación, destacó que se está consiguiendo "la recuperación de enfermos a través de una historia clínica completa que abarca todos los factores ambientales, de la realización de las pruebas diagnósticas adecuadas, de la reducción de la exposición a agentes físicos, químicos y biológicos de riesgo (pesticidas, aditivos químicos en alimentos, productos de limpieza, cosméticos, suavizantes, radiaciones emitidas por antenas telefónicas o aparatos inalámbricos, etc) y con la eliminación de tóxicos del organismo reforzando a la vez los sistemas inmunológico y de detoxificación". Los desarrollos tecnológicos suponen grandes avances, pero también pueden suponer trampas para la salud. Y debemos concienciarnos de lo que producimos y lo que consumimos.

PLANIFIQUE SU AHORRO SIN LETRA PEQUEÑA

Planificar la jubilación es más sencillo si se conocen todos los conceptos que entran en juego en los planes de pensiones. Aportación, participe, rescate... son sólo algunos de ellos

V. M. Z.

Los planes de pensiones son uno de los productos que más se contratan para ahorrar de cara a la jubilación. Los comercializan y gestionan tanto las compañías de seguros como las entidades financieras. y aunque hay muchos tipos -en función de los activos en los que invierten- tienen una cosa en común, una serie de conceptos que en ocasiones precisan ser

aclarados para comprender a fondo su funcionamiento. Empezando por su denominación.

Un plan de pensiones es el instrumento de ahorro, a veces se confunde con el fondo de pensiones, que es donde se agrupan todas las aportaciones realizadas a los planes de pensiones. Ese capital es el que se invierte de forma conjunta en diferentes activos, en función de la política de inversión del

fondo, que deberá ser gestionado por una gestora registrada en la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV).

A los titulares de los planes de pensiones se les denomina participes. Las aportaciones son la cantidad que el titular aporta al plan de forma periódica. Son flexibles, pero están limitadas a 8.000 euros al año desde la última reforma fiscal.

Los planes de pensiones pueden ser individuales - contratados por una persona física- o de empleo. En este caso la empresa contrata los planes de pensiones para sus trabajadores y se hace cargo de una parte de las aportaciones anuales para complementar su jubilación.

En función de los activos en los que invierten, los planes de pensiones se clasifican en seis categorías: renta variable, renta variable mixta, renta fija mixta, renta fija a largo plazo, renta fija a corto plazo y garantizados, según la distinción de Inverco, la patronal de las sociedades gestoras de los fondos de inversión y los planes de pensiones.

Las coberturas que necesita tu coche por el precio que quieres tú.

En DIRECT nos esforzamos para que ni pagues de más ni te asegures de menos.

Si no se entiende no es DIRECT.





GETTY

MÁS IMPULSO AL AHORRO EN PLANES DE PENSIONES

Cerca de diez millones de españoles confían sus ahorros a un plan de pensiones. Sus ventajas fiscales y flexibilidad los convierten en una de las herramientas más demandadas para la jubilación

v. M. Z.

SECCIÓN PATROCINADA POR **santalucía**
SEGUROS

Los planes de pensiones son las herramientas más reconocidas por los ahorradores a la hora de planificar la jubilación. Al cierre de los seis primeros meses del ejercicio, acumularon un patrimonio que roza los 105.000 millones de euros, un 7,11 por ciento más que en el mismo periodo de un año antes, de acuerdo con los datos publicados por Inverco, la patronal que agrupa a las sociedades gestoras de fondos de inversión y de pensiones.

Este volumen de ahorro, que supone un 10 por ciento del PIB, es propiedad de 9,9 millones de partícipes, lo que implica que el patrimonio medio que cada partícipe tiene en su plan de pensiones ronda los 10.500 euros.

Esta cifra es, según han manifestado por activa y por pasiva expertos y responsables económicos del Gobierno, insuficiente para complementar la jubilación. Sin embargo, a pesar del debate abierto acerca de la sostenibilidad de las pensiones públicas y la necesidad de complementar el sistema de reparto con uno de capitalización, los empeños del sector asegurador y financiero de incentivar el ahorro a través de instrumentos como los planes de pensiones parece haber caído en saco roto.

¿Qué hace diferentes a los planes de pensiones?

Los planes de pensiones se diferencian de otras herramientas de ahorro para la jubilación en que su ventaja fiscal se disfruta mientras se produce el ahorro. Es de sobra conocido que las aportaciones que se hagan a un plan de pensiones (individual o de empleo) se pueden desgravar a la hora de hacer la declaración de la renta de cada ejercicio. Esta es una de las razones que impulsan a los ahorradores a decantarse por estos instrumentos de ahorro frente a otros como los nuevos SIALP o los PIAS, de los que ya hemos hablado en ediciones anteriores de Seguros elEconomista.

Desde el pasado 1 de enero, fecha de entrada en vigor de la última reforma fiscal, el límite de las aportaciones es de 8.000 euros anuales. Este límite financiero se aplica de forma conjunta a planes de pensiones, PPA (planes de previsión asegurada), y a los sistemas de previsión social como mutualidades, seguros de dependencia, y PPSE (planes de previsión social empresarial).

Ventajas fiscales

Las aportaciones anuales realizadas a los planes de pensiones reducen la base imponible del Impuesto de la Renta de las Personas Físicas (IRPF) en

un máximo de 8.000 euros o del 30 por ciento de los rendimientos netos del trabajo y de actividades económicas. Al igual que ocurre con el límite de las aportaciones, para calcular la desgravación debe tenerse en cuenta todo el capital aportado a planes de pensiones, PPA, seguros de dependencia y las aportaciones que realicen las empresas en los planes de empleo y planes de previsión social empresarial.

El impacto de la ventaja fiscal depende, además, de otros factores, como de la Comunidad Autónoma en la que reside el ahorrador, ya que varía el tipo marginal aplicable en cada una de ellas. Los expertos señalan que el beneficio fiscal de los planes de pensiones es mayor cuanto más elevado sea el nivel de renta y el importe de la aportación que realice el partícipe.

Precisamente por su ventaja fiscal, el sector financiero aprovecha la recta final del año para lanzar sus campañas de planes de pensiones con diversas promociones, para aprovechar las aportaciones de última hora de los partícipes que esperan a noviembre o diciembre para nutrir de capital su plan.

¿Cuándo puedo disponer de los derechos consolidados?

Los planes de pensiones son ilíquidos, es decir, no se puede disponer de los derechos consolidados hasta que no se produce la jubilación. Sin embargo, como consecuencia de la crisis se han suavizado las excepciones por los que se puede acceder de forma prematura al capital ahorrado. Sólo en caso de enfermedad grave o desempleo de larga duración se puede disponer total o parcialmente del plan. La Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones ha publicado un criterio que permite disponer del plan de pensiones en caso de desempleo si el partícipe contrató el plan estando ya desempleado.

Además, a partir del 1 de enero de 2025 las aportaciones con más de diez años de antigüedad podrán hacerse líquidas de forma anticipada, tanto en los planes individuales como en los de empleo. Las cuantías cobradas por estos tres supuestos extraordinarios tributan como rendimientos del trabajo. Hasta el 15 de mayo de este mismo año también se contemplaba un cuarto supuesto extraordinario: estar inmerso en un procedimiento de ejecución de su vivienda habitual. Los requisitos de los supuestos extraordinarios son muy minuciosos y están regulados por la Ley de Planes y Fondos de Pensiones.

Perfil de riesgo

Los planes de pensiones permiten a los ahorradores invertir sus aportaciones



en diferentes activos en función de su perfil de riesgo. Como su propósito es cubrir la jubilación, cuanto más joven sea el partícipe, mayor riesgo puede permitirse.

A medida que se acerca la edad de retiro, los gestores recomiendan apostar por planes de pensiones más conservadores para ir consolidando el capital aportado y las rentabilidades obtenidas durante años.

Sin embargo, si el partícipe no está satisfecho con el rendimiento o con la política de gestión de su plan de pensiones, puede traspasar sus derechos consolidados a otra entidad gestora o a otro plan dentro su entidad.

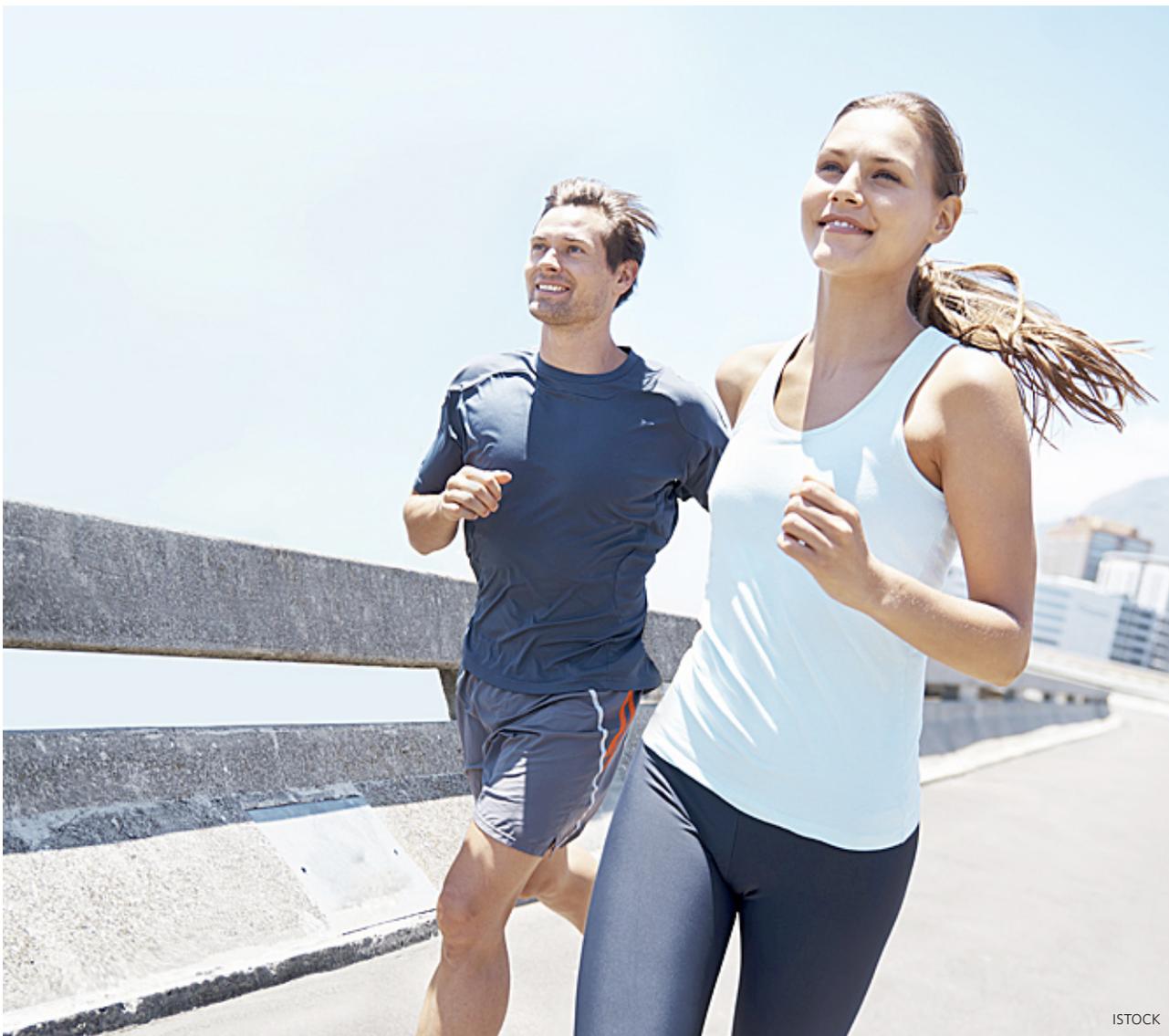
Estas movilizaciones no tienen ningún coste para el partícipe, ni debe tributar por ellas. Pero a la hora de contratar un nuevo plan de pensiones, debe estudiar los gastos que conlleve.

Entre los gastos principales que deben tenerse en cuenta se encuentran la comisión de gestión –la cobra la entidad gestora por administrar y gestionar el fondo de pensiones. No puede superar el 1,5 por ciento anual sobre el valor de la cuenta de posición-; y la comisión de depositaría –la cobra la entidad depositaria y no puede superar el 0,25 por ciento anual sobre el valor de la cuenta de posición-.

PRACTICAR DEPORTE DE FORMA SEGURA

Cada vez son más las personas que deciden practicar deporte para llevar una vida más saludable. Al igual que los profesionales, los deportistas aficionados no están exentos de sufrir una lesión

DIEGO FERNÁNDEZ TORREALBA



ISTOCK

La práctica del deporte de élite es hoy en día inconcebible sin el acompañamiento de un seguro. Deportistas individuales, equipos, clubes, instalaciones deportivas y eventos cuentan actualmente (o deberían contar) con un seguro que les proteja y les cubra las espaldas en caso de que sufran cualquier inconveniente.

Enfermedades, lesiones, accidentes... son muchos los riesgos que conlleva la práctica del deporte profesional, amén de la relevancia de la cuestión económica en la vida personal y profesional del deportista.

Pero esta situación no sólo se da en el deporte profesional, sino también en el amateur. En nuestro país hay millones de aficionados al deporte que pueden necesitar de la cobertura de un seguro, especialmente en aquellos que conllevan un mayor riesgo para la salud. Al fin y al cabo, una lesión puede acarrear –además de las físicas– consecuencias negativas laborales aunque nuestro trabajo no esté relacionado directamente con el deporte.

En ese sentido, en este momento en el que el ámbito asegurador trata de ocupar el mayor espacio posible y de adaptarse a las necesidades del ciudadano, la oferta que los deportistas, profesionales o amateurs, tienen a su disposición es amplísima, tanto por la cantidad de compañías que ofrecen sus servicios como por la variedad de opciones que se les ofrecen a los asegurados.

Un referente en salud deportiva

Una compañía que se asocia indiscutiblemente al ámbito de la salud deportiva es Sanitas, empresa tradicionalmente enfocada en los seguros médicos. Hablamos con el responsable de Comunicación de la compañía, Pablo Alarcón, quien ofrece las claves de la identificación de esta entidad con el concepto salud deportiva: “Estamos comprometidos con la promoción de los hábitos de vida saludables entre la población. El deporte constituye un vehículo fundamental para mejorar la salud y la calidad de vida. Por ello, mantenemos una firme apuesta por la promoción de la actividad física”.

Sanitas tiene un amplio curriculum asociado al deporte profesional: “Los integrantes de la primera plantilla del Real Madrid de baloncesto, así como los jugadores del Castilla y todas las categorías inferiores de fútbol y baloncesto cuentan con la asistencia de nuestros especialistas para cuidar de su salud. Asimismo, ese club, incluida la primera plantilla de fútbol, tiene acceso a toda la red de hospitales y centros médicos nuestros, como asegurados nuestros. Además, somos proveedor médico oficial del Villarreal y del Celta, y proveedor del seguro médico oficial del Málaga, del COE, el Comité Paralímpico Español y la RFEF”. ¿En qué manera se plasma esta

colaboración? “Todos los deportistas de estos organismos cuentan con un seguro de Sanitas. De este modo, ponemos a su disposición nuestro conocimiento en el ámbito de la medicina deportiva, así como los últimos avances técnicos y asistenciales del mercado, y nuestra red de hospitales y centros médicos”.

Además del deporte profesional, la compañía también se encarga del aficionado, como señala Alarcón. “Promocionamos el deporte amateur mediante el patrocinio de diversas carreras populares, como el circuito *Sanitas Marca Running Series*, que recorre varias ciudades españolas a lo largo del año”.

Según el responsable de comunicación de Sanitas es muy importante la cobertura de un seguro, y no sólo en el deporte profesional. “Uno de nuestros objetivos es que los deportistas profesionales afronten en plenas condiciones físicas los exigentes retos de cada temporada. Pero no debemos olvidar el deporte amateur, que ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años. En Sanitas creemos firmemente en la práctica deportiva amateur, y por ello estamos próximos al deportista aficionado, al que prestamos la misma atención y ofrecemos los mismos cuidados que a los profesionales”. La empresa ha inaugurado recientemente la Unidad de Medicina del Deporte en el Hospital Universitario Sanitas La Moraleja, “que para nosotros supone una apuesta clara por ofrecer a todos los deportistas, profesionales o amateur, una atención adecuada a sus necesidades”.

Y es que los deportistas, sea cual sea su nivel, se enfrentan a varios riesgos, imprevistos y eventualidades en la práctica de su actividad o actividades favoritas. “Todos los deportistas están expuestos a las lesiones propias de la práctica deportiva habitual. En este sentido, lo importante es que reciban una atención eficaz y profesional antes, durante y después de realizar ejercicio físico”, explica.

El dinero, la gran preocupación

La cara B de este ámbito asegurador, por lo menos en lo que respecta a la percepción del ciudadano medio, suele ser la asociación de los conceptos salud deportiva y desembolso importante de dinero. Desde Sanitas se defiende, sin embargo, que “los beneficios que aporta el deporte son mucho más valiosos que cualquier coste. No obstante, no es necesariamente cierto que un buen cuidado de la salud conlleve un gran desembolso. En nuestra compañía planteamos un seguro médico como una inversión, cuyos retornos impactan en nuestra esperanza y calidad de vida y, por ello, contamos con

Aseguradoras como Sanitas han creado una red de atención especializada para deportistas. ISTOCK



Los deportistas se enfrentan a numerosos riesgos, entre ellos, el de sufrir una lesión o percance grave

seguros médicos asequibles para todos los bolsillos y que responden a demandas reales”.

Otro de los retos a los que se enfrentan las compañías aseguradoras de este campo es avanzar con los tiempos y pelear por ofrecer mejores servicios al usuario: “Debemos enfrentarnos al reto de ofrecer productos y servicios cada vez más personalizados en el futuro próximo y esto deberá trasladarse sin duda al área de salud deportiva. El cliente quiere obtener el mejor producto al mejor precio sin verse obligado a pagar por prestaciones que no necesita. No son iguales los requisitos solicitados por un jugador de baloncesto profesional de alrededor de treinta años que el de un hombre de cincuenta aficionado a la natación. Esa es un área que debe explorarse y desarrollarse más y, en Sanitas, confiamos en que, siguiendo nuestra filosofía de escuchar a nuestros clientes para mejorar en nuestra actividad, lograremos dar respuesta a sus expectativas”.

NEUMÁTICOS A PUNTO PARA AUMENTAR LA SEGURIDAD DEL VEHÍCULO

SECCIÓN PATROCINADA POR



Uno de los componentes de nuestros vehículos al que solemos prestar menos atención son los neumáticos. Y son una parte fundamental, ya que son los que nos unen al asfalto y la seguridad depende de ellos

ANTONIO FAJARDO

Con los neumáticos debemos tener especial consideración, cuidarlos y cambiarlos siempre que sea necesario. Vamos a conocer algunas cosas acerca de estas piezas fundamentales de nuestro coche.

Empezaremos revisando la información que traen en los flancos. La gran mayoría tiene una flecha que indica el sentido de giro junto a la palabra *outside*, lo que significa que la rueda tiene que girar en la dirección que indica la flecha. Si esto no es así acuda al taller lo antes posible.

También podemos conocer la medida del neumático. Ésta se expresa con varias cifras y letras siendo por ejemplo 195/55 R15 85V. El primer número indica el ancho (en milímetros) de la banda de rodadura -la zona que hace contacto con el suelo-. El segundo valor indica la altura del flanco del neumático, pero es el porcentaje con respecto a la banda de rodadura (en este caso sería el 55 por ciento de 195mm). El tercer valor (R15) indica el diámetro interior del neumático -o lo que es lo mismo, el diámetro de la llanta- expresado en pulgadas.

Hasta aquí estos valores son conocidos por muchos, ya que para comprar



neumáticos nuevos tendremos que conocer ese valor, pero ¿qué significa el resto? En el caso del ejemplo, 85V, el número indica el índice de carga, que significa que ese valor tiene una correspondencia en una tabla que nos dice los kilos de peso máximo que puede soportar el neumático. Si lo multiplicamos por dos tendremos el peso total que soportarían para un eje, y éste es un valor importante si pensamos llevar bastante peso en nuestro vehículo.

En el caso de la letra (V) indica el código de velocidad, que significa la velocidad máxima a la que el neumático puede circular antes de sufrir daños, y cuyo valor podemos conocer mirando la tabla correspondiente de equivalencias.

Por último podremos ver la fecha de fabricación del neumático, que consiste en cuatro números. Los dos primeros indican la semana en la que se fabricó (valores entre 01 y 52) mientras que los dos últimos valores indican el año de fabricación.

Atención a la presión

La presión es otro de los puntos importantes a revisar. Si tenemos demasiada presión se desgastarán más por el centro de la banda de rodadura, mientras que si tenemos menos presión de la especificada se gastarán más por el interior y el exterior. Una presión correcta hará que haya más superficie en contacto con el suelo (por lo que habrá más agarre) a la vez que alarga su vida útil al desgastarse por igual.

Un neumático, aunque lo veamos siempre igual, es bastante flexible. Para hacerse una idea, piensen en los datos anteriores de índice de carga y código de velocidad. Cuanto más peso ponga, más se deforma en la zona de contacto (más se aplasta), mientras que cuanto más rápido gire el neumático, más se comprime en la zona inicial de contacto. También al tomar una curva o frenar, el neumático se deforma y esa deformación es la que nos interesa para explicar la siguiente parte.

Un neumático está pensado para trabajar en un rango de temperaturas. Si tiene una temperatura inferior a la óptima no funcionará al cien por cien, al igual que si la temperatura está por encima. Los neumáticos de verano tienen temperaturas de trabajo mayores que los de invierno, por eso unos funcionan mejor que otros (entre otros factores) según el tiempo y el uso del que se haga.

Esa temperatura de trabajo se alcanza gracias a esa flexión del neumático, que calienta la goma. También esa flexión del neumático es la que hace que



ISTOCK

Un correcto mantenimiento de los neumáticos del vehículo es clave en la seguridad vial

se evacúe agua por los canales que traen, ya que al comprimirse en la zona de contacto con el asfalto empuja el agua hacia fuera.

Bien, ¿por qué comentamos esto? Todos sabemos que la vida de los neumáticos se acaba cuando tienen menos de 1,6mm de profundidad los surcos, pero no es el único factor a tener en cuenta. El compuesto del neumático va perdiendo flexibilidad con los años, independientemente del uso que tengan. Si se pierde esta flexibilidad el neumático no se calentará lo suficiente como para trabajar de manera óptima, ni será capaz de evacuar agua correctamente en caso de lluvia, por muy profundos que tengamos estos canales, ni se desgastará al mismo nivel, ya que su superficie estará más dura.

No es raro ver neumáticos con ocho años y aspecto de poder hacer aún miles de kilómetros hasta llegar al testigo del desgaste, pero lo cierto es que esos neumáticos ya deberían haber pasado a mejor vida. Unos neumáticos en perfecto estado son vitales para circular, no lo dejen pasar.

1^o

Mapfre

Un total de 7.300 puntos colocan al primer grupo asegurador español por volumen de primas como la compañía aseguradora con mejor reputación corporativa. A pesar de que ha perdido un puesto en la clasificación general, se mantiene dentro de las diez mejores empresas españolas.

Mutua Madrileña

El grupo asegurador que preside Ignacio Garralda se consolida en el segundo puesto del ranking Merco del sector asegurador con 7.011 puntos. Mutua Madrileña, además, mejora un puesto en la clasificación general y es la decimoquinta empresa española con mejor reputación corporativa.

2^o3^o

Sanitas

La compañía especialista en seguros de Salud cierra el podio del sector asegurador. Sanitas cuenta con 6.208 puntos en la última edición de Merco Empresas y escala hasta el puesto 30 del ranking general de empresas. En la edición anterior ocupaba el puesto 34.

DKV Seguros

xLa filial española de ERGO ha mejorado ocho puestos en el estudio Merco de 2015. Desde la posición 32 se consolida como la cuarta aseguradora más reputada del mercado español. La compañía especialista en seguros de salud que dirige Josep Santacreu ha obtenido 6.172 puntos.

4^o5^o

Línea Directa

Un total de 5.407 puntos acreditan a la compañía de Bankinter como la quinta aseguradora con mejor reputación corporativa. Es, además, la primera compañía de directo que 'se cuele' en el ranking, ocupando el puesto 67, aunque baja doce puestos (55) respecto a la última edición.



Mapfre repite como la más responsable en Merco 2015

Mapfre es, un año más, la compañía aseguradora más responsable de acuerdo con los resultados del Monitor Empresarial de Reputación Corporativa (Merco) de 2015. El grupo asegurador que preside Antonio Huertas revalida su primera posición en el ranking de compañías de seguros con 7.300 puntos. Mapfre ocupa el noveno puesto de la clasificación general de Merco Empresas, y pierde un puesto en relación con el informe de 2014. A continuación se sitúa Mutua Madrileña. La segunda a aseguradora en reputación corporativa ha obtenido

7.011 puntos y ha subido un puesto en el ranking general, desde el 16 de 2014 al 15 registrado en este ejercicio. La tercera compañía aseguradora que entra entre las cien empresas españolas con mejor reputación empresarial es Sanitas. La compañía especializada en seguros de Salud ocupa el puesto 30, ganado cuatro posiciones, con 6.208 puntos. Otra compañía de salud, DKV Seguros, ocupa el cuarto puesto con del ranking de aseguradoras, con 6.172 puntos. Cierra la clasificación Línea Directa, con un total de 5.407 puntos.



EFE

ACCIÓN SOCIAL

AYUDA MÁS ALLÁ DE LAS DONACIONES

Acnur celebra en septiembre el mes del legado solidario para fomentar otra forma de ayudar a los refugiados

REDACCIÓN

Un corazón puede salvar una vida si se dona. Pero los ideales que lleva dentro, la solidaridad y generosidad de una persona hacia los más vulnerables, pueden salvar miles de vidas. Bajo este concepto surge la campaña del Comité español del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados (Acnur) “Si donas tu corazón los médicos pueden salvar una vida, si donas lo que hay dentro nosotros podemos salvar miles”. Muchas personas desconocen aún la posibilidad de hacer un legado o herencia solidarios. A

través de esta campaña Acnur quiere explicar la conveniencia de hacer testamento y la posibilidad adicional de hacerlo solidario, como una opción más de donación y colaboración con los más vulnerables y la máxima expresión del compromiso con los refugiados en el mundo.

La campaña coincide con la llegada masiva de refugiados sirios a las costas mediterráneas. El conflicto sirio ha provocado uno de las mayores desastres humanitarios de los últimos años.

Un legado solidario “no es otra cosa más que manifestar tu voluntad de seguir ayudando con una pequeña parte de lo que tienes a los refugiados y desplazados del futuro”, explica Belén Roldán, responsable del departamento de herencias y legados de esta organización.

En el mundo, cerca de 60 millones de personas están desplazadas por la violencia y la violación de los derechos humanos en su territorio y necesitan ayuda urgente. Acnur se ocupa de proteger y dar refugio a casi 55 millones de ellas en todo el mundo.

IGUALDAD

PELAYO Y LA FEB IMPULSAN EL PAPEL DE LA MUJER

La aseguradora se une al proyecto ‘Universo Mujer’ para impulsar el desarrollo profesional y personal de la mujer en la sociedad

REDACCIÓN

Pelayo se alía con la Federación Española de Baloncesto (FEB) para colaborar en el proyecto Universo Mujer, un programa integral para el desarrollo de la mujer y su evolución personal dentro de la sociedad que desarrolla iniciativas que contribuyen a la mejora y transformación social a través de los valores del deporte femenino.

Con la firma de este acuerdo, Pelayo subraya su compromiso con la mujer, que ya ha dejado patente con su patrocinio de la Selección Española de Fútbol Femenino. Universo Mujer, programa impulsado por la FEB y apoyado por el Consejo Superior de Deportes (CSD), es una plataforma que busca posibilitar la evolución necesaria de la sociedad española a través de la figura de la mujer. La celebración de la Copa del Mundo de Baloncesto Femenino de 2018 será uno de los mayores hitos de este proyecto que tiene como objetivo crear un nuevo modelo a través del deporte, convirtiendo a las



A. N.

deportistas en un referente optimista y luchador para todos.

Como parte de este apoyo a la mujer, Pelayo lanzará un producto de Vida orientado a las mujeres y pondrá en marcha dentro del proyecto de Universo Mujer el #RetoPelayoVida, una expedición al Kilimanjaro donde seis mujeres que han padecido cáncer de mama se enfrentan al reto de alcanzar la cumbre de la montaña más alta de África. La exgimnasta olímpica Almudena Cid ejerce como madrina de este reto, en el que participará acompañando a las seis participantes en la expedición que tendrá lugar durante el mes de septiembre.



GETTY

EL SEGURO DE CRÉDITO IMPULSA EL COMERCIO EXTERIOR

Las empresas españolas encuentran en el sector asegurador un aliado para explorar mercados exteriores e impulsar su internacionalización, revitalizando, además, la economía española

V. M. Z.

Las exportaciones españolas de mercancías crecieron un 4,9 por ciento al cierre del primer semestre del año y sumaron un total de 125.123 millones de euros, la cifra más elevada para un semestre en la serie histórica, que se remonta a 1971.

Estos datos publicados por el Ministerio de Economía constatan la buena salud de la actividad internacional de las

empresas españolas, que han conseguido con su apuesta internacional reducir el déficit comercial con el exterior un 3,4 por ciento en los seis primeros meses del ejercicio.

Iniciar una aventura internacional no es una tarea fácil. Y menos si se tiene en cuenta que el 99 por ciento del tejido empresarial español está formado por pequeñas y medianas empresas. Sectores como el de la automoción y el de la alimentación están a la cabeza de la internacionalización y, seguramente, lo han logrado con el apoyo silencioso del sector asegurador.

Exportaciones protegidas

Muchas empresas decidieron probar suerte en el mercado exterior para escapar de la escasa demanda interna y el parón del consumo que supuso el estallido de la crisis económica y financiera a partir de 2008 en el mercado español.

Ningún seguro puede garantizar el éxito de una empresa o de su aventura internacional, pero sí ayudar al empresario a mitigar las consecuencias en caso de que salga mal. En este sentido, el seguro de crédito facilita a aquellos que quieran probar suerte en otros mercados una garantía económica en el caso de que se encuentren ante un impago.

De acuerdo con los datos que recoge Unespa en su Memoria Social del Seguro, el seguro de crédito supone una protección frente a impagos a sus asegurados equivalente a un diez por ciento del PIB, una protección que apenas ha sufrido variaciones en los años más virulentos de la crisis económica y financiera.

Las operaciones comerciales y empresariales que más contratan este tipo de seguros son las exportaciones de productos y servicios a mercados de la Unión Europea, que son, además, el destino preferido de las empresas exportadoras españolas. Pero también hay hueco para los mercados emergentes.

Según los datos de la patronal española del seguro, el seguro de crédito ha protegido operaciones internacionales por valor de 1.000 millones de euros en otras regiones del mundo, como África y Latinoamérica.



Nuevo servicio 'online' de autorizaciones de Mapfre

Mapfre ha lanzado la autorización online de prestaciones de Salud a través de su Área de Clientes en Internet. Esta herramienta permite solicitar y obtener de forma inmediata la autorización de los actos médicos más comunes, entre ellos resonancias, sesiones de rehabilitación y osteopatía, endoscopias, colonoscopias o parto y cesárea.



Asisa entrega su tarjeta Oro a la plantilla del Levante UD

ASISA, proveedor de salud y patrocinador del Levante UD, ha entregado las Tarjetas Oro de la aseguradora a los componentes de la primera plantilla del club levantinista. Ambas entidades mantienen un acuerdo por el que la aseguradora da cobertura sanitaria a la primera plantilla y al filial (Atlético Levante), así como al equipo femenino y al juvenil A.



Los emprendedores españoles son los que menos se aseguran

Los emprendedores españoles son los que menos contratan seguros de RC Profesional, de acuerdo con el estudio *El ADN del emprendedor* elaborado por Hiscox. Los tres seguros más contratados por las pymes españolas son: responsabilidad civil, seguro de daños materiales y seguro de accidentes personales, de acuerdo con el informe.



Fitch mejora las notas de riesgo de la deuda de Generali

Fitch ha mejorado la nota de la deuda de Generali y confirma en 'A-' con perspectiva estable el *rating* de solidez financiera del grupo italiano y sus principales filiales. La agencia ha elevado a 'A' la calificación de deuda *senior*, y a 'BBB+' los títulos emitidos con una rentabilidad del 4,125%; y hasta 'BBB' la del resto de notas subordinadas.



Reale renueva dos temporadas más con la Real Sociedad

Reale patrocinará a la Real Sociedad durante dos años más. Ambas entidades centrarán su esfuerzo en los abonados y seguidores del conjunto *txuri urdin* con acciones promocionales dirigidas a ellos. Parte de la aportación de Reale al club guipuzcoano irá destinada al fomento del fútbol base a través de Real Sociedad Fundazioa.



Grupo Solera digitalizará la postventa de Tesla

Grupo Solera (Audatex) digitalizará la actividad posventa de Tesla, proporcionando sus soluciones digitales a aseguradoras y talleres para la valoración de daños y reparación de sus vehículos eléctricos, así como a los usuarios, para que puedan conocer en tiempo real en qué fase del proceso de reparación se encuentra.



ISTOCK

BIOTECNOLOGÍA: CÓMO SE ASEGURA LA CIENCIA

El sector asegurador y el de la biotecnología están más relacionados de lo que podría parecer a primera vista. Analizamos cómo influye la protección del seguro en el desarrollo de la ciencia

DIEGO FERNÁNDEZ TORREALBA

Para empezar deberíamos definir qué es este concepto tan moderno como confuso y ambiguo para muchos de nosotros. Biotecnología, según la Real Academia de la Lengua Española: empleo de células vivas para la obtención y mejora de productos útiles, como los alimentos y los medicamentos; estudio científico de estos métodos y sus aplicaciones.

Otra definición que se nos antoja muy válida para definir este concepto es la que se aprobó en el año 1992 en el Convenio Sobre Diversidad Biológica celebrado en Río de Janeiro: toda aplicación tecnológica que utilice sistemas

biológicos y organismos vivos o sus derivados para la creación o modificación de productos o procesos para usos específicos.

En definitiva, la biotecnología se ocupa por lo tanto de la aplicación práctica de la biología, orientada a las necesidades humanas. Este amplio campo de la ciencia tiene aplicaciones en importantes áreas industriales, como el cuidado del medio ambiente, la atención a la salud (con nuevas posibilidades para el tratamiento de enfermedades) o la agricultura, con el desarrollo de cultivos y alimentos mejorados.

Sus usos son tan variados que se han dividido en cuatro grupos: rojo (que agrupa todos aquellos relacionados con la medicina, como los procesos médicos, fármacos, vacunas o antibióticos); blanco (procesos industriales que persiguen la creación de materiales biodegradables); verde (usos agrícolas como la producción de biofertilizantes y biopesticidas, el cultivo *in vitro*, la clonación de vegetales o la creación de nuevas variedades de plantas); y azul (que se desarrolla en ambientes marinos y acuáticos y persigue la explotación de estos recursos para la generación de productos y aplicaciones de interés industrial).

Ingeniería, informática, genética -uno de los terrenos que, pese a su extraordinaria utilidad ha despertado siempre una mayor polémica por motivos de carácter ético-... Los campos en los que actúa la biotecnología son múltiples, y sus aplicaciones cientos de miles.

Campos complementarios

Ya que hemos definido este concepto y citado algunas de sus aplicaciones queda por saber: ¿qué relación puede tener la biotecnología con el campo de los seguros? Aparentemente poca; realmente, bastante.

Compañías aseguradoras como Chubb Insurance Company of Europe se encargan de asegurar a las empresas en campos como la biotecnología, con unas amplias coberturas que incluyen daños materiales, responsabilidad civil de explotación y productos, ensayos clínicos, averías de maquinaria, pérdida de beneficios o incluso errores u omisiones. Aseguran, además, diversos sectores relacionados con este campo, desde los laboratorios farmacéuticos (ofreciendo coberturas para los que realicen ensayos clínicos) hasta las empresas de este ámbito de la ciencia (diagnósticos, terapéuticos, equipos de *biotech*, bioquímicos y reactivos), pasando por los fabricantes de equipos y aparatos médicos (equipos de diagnosis, monitorización, quirúrgicos, terapéuticos, de laboratorio o investigación, aplicaciones químicas...).

“Un gran poder conlleva una gran responsabilidad” era uno de los mantras

que debía recordar el popular superhéroe *Spiderman* antes de desarrollar su trabajo. Una sentencia que, alejándonos de la ficción y volviendo a la vida real, se puede aplicar a la biotecnología. No en vano, la labor en este campo se acompaña de una gran responsabilidad, dado el alto riesgo que conlleva la misma, y eso deriva en la necesidad de una compleja y adecuada cobertura aseguradora.

También debe ser así la legislación, y no sólo en lo que respecta a las empresas sino también en lo que se refiere a los particulares.

En España también se tiene presente la relación de ambos campos aparentemente lejanos. Sin ir más lejos, Fundación Mapfre ya ha coorganizado en los últimos años (el primer encuentro tuvo lugar en abril de 2010) diversos congresos sobre las nuevas tecnologías y sus repercusiones en el seguro, en los que se han intentado analizar los riesgos, el ámbito jurídico en el que operan, las aplicaciones y los efectos de los seguros en el desarrollo de la biotecnología.

Más allá de la colaboración, integración

En ocasiones se ha llegado a dar el caso no sólo de que los mundos de los seguros y la biotecnología colaboren estrechamente, sino incluso de que se lleguen a fundir. Y es que en la actualidad hay incluso empresas de seguros que han apostado por esta tecnología, como es el caso de la hispanoamericana Sancor.

Recientemente, esta compañía de roiegen argentino -con un radio de acción que se extiende, además, a Brasil, Uruguay, Paraguay y Colombia- comenzaba la creación de un Centro de Innovación en Santa Fe que se apoya en áreas como la biotecnología (con objetivos como la automatización de laboratorios y el desarrollo de fármacos y agroquímicos innovadores), además de otras como la informática, la nanotecnología y las ingenierías. Esta empresa ha demostrado que dos mundos como el de la ciencia y el de los seguros no sólo pueden ser compatibles, sino también integrarse en uno.



VIDA RIESGO: MÁS VALE ASEGURAR QUE CURAR

Los seguros de Vida Riesgo protegen lo más preciado: la vida y la seguridad financiera de las familias. Estas son algunas de las ofertas que las compañías aseguradoras ofrecen durante estas semanas para contratar uno de ellos

DIEGO FERNÁNDEZ TORREALBA

Más vale prevenir que curar, señala el dicho. Y en esta vida todo puede cambiar de un instante a otro, por desgracia en ocasiones a peor. Esa es la razón por la que muchas personas deciden contratar un seguro de vida riesgo, con el fin de contribuir a la seguridad económica de su familia o incluso la propia (pues este tipo de seguros no solo cubren los casos de fallecimiento, sino también los de vida al vencimiento del contrato establecido o las situaciones de enfermedades graves o invalidez). Veamos algunos ejemplos de seguros relacionados con este sector tan relevante que las compañías ofrecen en la actualidad.

Mutua Madrileña ofrece un seguro de vida económico -a partir de tres euros al mes-. Los clientes (de 18 a 65 años) pueden contratar un capital mínimo de 30.000 euros, y tienen varias opciones para fraccionar el pago mensual, trimestral, semestral o anualmente. Las principales coberturas que ofrece



este seguro son fallecimiento por cualquier causa, anticipo del capital para el pago de impuestos, servicio de gestoría y asesoramiento jurídico familiar.

Eso es lo que se refiere al seguro básico, ya que la compañía pone a disposición de sus clientes la posibilidad de contratar coberturas complementarias. A saber: invalidez absoluta y permanente, capital adicional en casos de fallecimiento o invalidez por accidente, anticipo de capital en caso de diagnóstico de cáncer de mama o próstata, enfermedades graves, orfandad por accidentes, invalidez profesional, ampliación del servicio de gestoría y segundas opiniones médicas.

Otra compañía, Aegon, destaca la flexibilidad que ofrece a la hora de contratar un seguro de vida riesgo, tanto para ampliar o reducir el capital como con respecto a la manera de pago, la agilización del proceso de contratación o la asesoría y atención al cliente. Además, la compañía resalta que no incluye coberturas innecesarias en su póliza.

Desde 8,90 euros mensuales esta aseguradora cubre fallecimiento e invalidez absoluta y permanente por cualquier causa y ofrece un anticipo para la liquidación del impuesto de sucesiones y donaciones. Además, posee como extras asesoramiento legal y atención psicológica presencial, cobertura en caso de fallecimiento simultáneo de los cónyuges en un accidente o enfermedades como el cáncer de próstata o el cáncer de mama.

En cuanto a Reale, aporta cuatro grandes opciones de contratación a sus clientes. La básica es Reale Vida Esencial, que ofrece una garantía principal mediante la que se asegura un capital en caso de fallecimiento y el anticipo del capital asegurado en la garantía en caso de sufrir una incapacidad permanente absoluta. Además de esta opción existen otras tres: Reale Vida Global (seguro de vida más completo y adaptable a las necesidades del cliente), Reale Temporal a Plazo (protege durante el periodo que se elija) y Reale Temporal Anual Renovable Colectivos (dirigido a trabajadores de empresas, miembros de asociaciones y colectivos deportivos o culturales).

MARCA PERSONAL: DEJE QUE CLIENTES Y EMPLEO LE ENCUENTREN

Crear una marca personal sólida es una herramienta fundamental para captar clientes o encontrar empleo. Descubra cómo hacerlo con esta guía

En el anterior artículo de esta guía hablamos de diferentes herramientas para desarrollar nuestra marca personal, y en este vamos a profundizar en el tema pero desde otra perspectiva, la de la búsqueda de clientes o de empleo. En ambos casos, lo que pretendemos es que alguien compre lo que queremos venderle, en el primero nuestros productos o servicios y en el segundo nuestras cualidades personales y profesionales, pero vender al fin y al cabo. Para ello podemos usar los métodos tradicionales -perseguirlos hasta convencerlos-, atraerlos para que sean ellos los que nos compren, o utilizar ambos de forma paralela.

Perseguirlos es enviar CV a diestro y siniestro, apuntarnos en todas las ofertas de empleo o hacer *telemarketing* continuo a bases de datos que consigamos. Atraerlos es lograr que ellos nos compren porque nos conozcan y porque sepan lo que somos o hacemos. Y esto es principalmente gracias a la marca personal que hayamos conseguido construir y transmitir.

¿Por qué? Pues por un dato muy sencillo, porque el 80 por ciento de los empleos actuales se cubren sin llegar a salir al mercado, a través de relaciones o de las redes sociales, es decir, por parte del *networking* y por la marca personal que hayas construido digitalmente. Y por otro, porque los clientes actualmente tenemos otra actitud, y es la de informarnos en

internet y en las redes sociales mucho mejor antes de decidir a quién comprar, y en muchos casos gracias a recomendaciones de amigos y conocidos.

¿Y cómo se hace eso? Desarrollando tu estrategia de marca personal con las herramientas que hablamos en el artículo anterior, trabajando y sembrando durante tiempo. Tú imagina que quieres dar de comer a las palomas ¿Cómo lo harías? ¿Las perseguirías hasta cazar una y meterle la comida en el pico? ¿O pondrías la comida en tu mano y esperarías que ellas vengan a comerla? Pues la búsqueda de empleo o clientes es lo mismo. Debes definir cómo quieres que sea tu marca personal, qué quieres que perciban de ti cuando piensen en tu nombre o vean tu foto, definir tus campos profesionales por los que quieres que se te conozca, hacerte un plan de contenidos definido para demostrar tus conocimientos y experiencia profesional, y distinguirse del resto gracias a todo lo que vayas publicando. Y con todo ello, desarrollar una serie de acciones para lograr que ellos te encuentren.

Y ese plan debe definir en qué medios sociales te vas a dar a conocer, de qué vas a escribir, con qué palabras clave, cada cuanto vas a hacerlo, etc. Y a partir de ahí relacionarte con las personas que quieres que sepan que existes, no solo reclutadores o directores de RRHH sino profesionales de tu sector, potenciales clientes, personas interesadas en tus temas o influyentes en ellos, etc. Ya hablamos en el tercer artículo de esta guía de que debes tener un plan de *networking* a 5 años y explicamos cómo desarrollarlo, ahora es cuando encaja con tu estrategia de marca personal, ya que si quieres que las palomas coman de tu mano, deberás ir a donde haya palomas.

En el próximo artículo hablaremos de cómo trabajar los eventos para conseguir clientes y contactos. Mientras tanto, practica *networking* a diario que es el deporte más saludable para vuestros proyectos.

ANTONIO DOMINGO

CONSULTOR, FORMADOR Y ORGANIZADOR DE EVENTOS 2.0
CEO DE SOCIAL MEDIA EVENTS
@AntonioDomingo <http://www.AntonioDomingo.com>



BUENOS AIRES Y SUS PALACIOS

Una forma de descubrir la historia de Argentina y su capital, Buenos Aires, es hacerlo a través de su arquitectura y edificios emblemáticos. Les proponemos dar un paseo por los principales palacios de la ciudad porteña, reflejo de su espíritu cosmopolita

ANITA CUFARI

Hubo una época en que Argentina fue potencia mundial. Los personajes históricos y héroes de la patria estudiaban en una Europa para ilustrados llevando hacia el cono sur ideas liberales y revolucionarias a una tierra que hasta hacía muy poco era una colonia. Las grandes fortunas del país y los inmigrantes que escapaban del viejo continente empobrecido se hicieron con terrenos excepcionales en una capital que quedaba tan lejos del desastre que había dejado la Primera Guerra Mundial que crearon su paraíso en la Buenos Aires de 1920.

De esa época, aún podemos encontrar edificios curiosos e imponentes que, por suerte, aún hoy conservan su esplendor y nos recuerda por qué la Reina del Plata es también conocida como la 'París de Sudamérica'.

En 1911 se construyó el Palacio Errázuriz Alvear y hoy es el Museo Nacional de Arte Decorativo. Es una construcción de estilo francés que conserva sus estancias principales tal cual la habitaron sus dueños. Todos los materiales fueron llevados desde Europa y estaban preparados para su colocación según los planos... Como un mueble IKEA o una casa prefabricada llegada en barco. Vale la pena una visita guiada para comprender el contexto histórico y cultural de su creación.

El Palacio de Aguas Corrientes, se construyó para 'ocultar' los tanques y cañerías de un sistema muy avanzado que proveía de agua a la ciudad. Su fachada está revestida por ladrillos esmaltados y piezas de cerámica importadas de Bélgica e Inglaterra. En su interior, se encuentra el Museo del Patrimonio Histórico.



El Palacio de Aguas Corrientes alberga hoy un museo.

B. MURCH

El Palacio Álzaga Unzué es de las construcciones más aristocráticas de la ciudad y actualmente es parte del Hotel Four Seasons Buenos Aires. Se construyó en 1916 y está inspirado en la *Belle Époque* y los castillos del Loire. En los alrededores de la Plaza San Martín, cerca del Retiro, podemos encontrar otros tres emblemas de la ciudad, que son imperdibles.

El Palacio Paz, actual Círculo Militar, es un espectacular edificio de 1902. Imperdible es la herrería de su portón principal. Fue la residencia más grande y más lujosa de la ciudad. Su dueño viajó a Europa para encargarse de la creación de esta mansión de 140 ambientes, inspirada en el Château de Chantilly y la fachada del Palacio del Louvre con vistas al Sena.

El Palacio Anchorena, es actualmente la Cancillería de la Nación. Fue construido en 1905 y alberga tres casas, para que la señora Anchorena tuviera cerca a sus hijos. Se pueden realizar visitas guiadas y conocer las tramas de celos, envidias de vecinas y dramas familiares que llevaron a construir otros emblemas de la zona como la basílica del Santísimo Sacramento y el edificio Kavanagh.

El Palacio Haedo es actualmente la sede de la Administración de Parques Nacionales. Y fue construido en 1880. En su interior se conserva el primer ascensor de la ciudad. A pesar de las múltiples transformaciones, es aún una maravilla arquitectónica de la ciudad.

Ya que estamos por la zona, no podemos perdernos la Avenida Alvear, porque concentra palacios, palacetes y *petit hotels* de una marcada influencia francesa. Destacan el Palacio Pereda (hoy residencia del Embajador del Brasil), el Palacio Ortiz Basualdo (Embajada de Francia), la mansión de Concepción Unzué de Casares (sede del Jockey Club) y el actualmente Palacio Duhau-Park Hyatt Buenos Aires (que está casi copiado del Château du Marais); además del Alvear Palace Hotel, donde podemos finalizar el recorrido tomando un té en uno de sus jardines de invierno.

Auto
Hogar
Viaje
Salud

**Líderes
en Asistencia
en España**

AXA Assistance España. Datos 2014

- Más de **900** empleados
- **24** horas / **365** días
- **1.300.000** casos gestionados
- **129M€** en facturación

COSMÉTICA DE OTOÑO PARA EMPEZAR CON BUEN PIE

El otoño es la estación de la renovación. Presentamos las últimas novedades para reparar el cuerpo y el alma de los estragos del verano causados por el viento, el sol y el cloro o el salitre y prepararlos para afrontar los largos y duros meses de invierno

ANA M. SERRANO

Con buen pie y buena cara. De eso se trata. De retomar nuestras actividades diarias con toda la intensidad del verano tatuada en la piel. Pero ya sabemos que el verano, además de energía y recuerdos imborrables, nos deja alguna que otra secuela. El viento, el sol, el salitre, el cloro también causan estragos: sequedad, arruguitas, deshidratación y descamación. Así que no hay nada mejor que una buena dosis de mimos para conservar el color dorado, las mechas playeras y las buenas vibraciones estivales. Porque septiembre es un mes maravilloso y la antesala de un otoño prometedor.

Si hablamos de piel, hidratar y exfoliar son las palabras mágicas para iniciar la temporada de manera deslumbrante. Kiehl's apuesta por la leche de soja y la miel, las frutas de luffa y la manteca de jojoba para crear el exfoliante corporal Crème de Corps, perfecto para lograr una piel tersa y lista para hidratar. Para el rostro, la línea Dermatologist Solutions—la favorita de los dermatólogos—, eficaz e innovadora, corrige los efectos de la deshidratación, redensifica, alisa y protege; además, su Clearly Corrective Dark Spot Solution aclara el tono y elimina rápidamente las manchas oscuras.

Un retoque de color y una ultra-nutrición capilar son las claves de un cabello luminoso. Fórmulas concentradas e ingredientes naturales, los aliados perfectos. Swell, la firma británica creada por Jonathan Stallick y Andrew Bidwell, unisex y para cualquier tipo de pelo, reúne todos los requisitos para un

resultado brillante. Un aceite como Rejuvenating Oil de Phillip B, el toque final: equilibra el cuero cabelludo, fortalece la fibra capilar y recupera el brillo perdido entre las olas.

Manicura impecable con aires neoyorquinos es la propuesta de Escape —el nuevo centro de tratamientos exclusivos en Madrid— para conseguir unas manos jóvenes y suaves. Su peeling mecánico (hasta los codos) con caña de azúcar cien por cien natural de Pure Fiji arrastra las células muertas sin dañar la piel y proporciona nutrición extrema gracias a sus aceites esenciales. Crema, masaje con aceite de coco y esmaltado enriquecido con proteínas completan el proceso.

¿Y para ellos? Por supuesto y, además, a todo Baxter. La firma californiana que todos los hombres adoran. Por sus texturas ligeras, libres de alcohol, su refrescante olor a menta. Toda una gama masculina que abarca desde el afeitado hasta las cremas de noche, exfoliantes, champú, desodorantes... De venta exclusiva en Laconicum.



Los productos de Swell permiten tratar los excesos del verano. EE

