

Seguros

elEconomista.es
15 Años

LA REVOLUCIÓN DIGITAL DEL ARTE QUE AFECTA AL SEGURO

La irrupción del criptoarte y los NFT puede
cambiar la forma de asegurar las obras de arte

ACTUALIDAD

**EL 45% DE LOS
PROPIETARIOS CONTRATAN
SEGURO DE ALQUILER**





Arte y seguro | P8

La revolución 'segura' del arte digital

El cryptoarte irrumpe con fuerza en un contexto en el que el mercado de arte digital no para de crecer. ¿Cómo afecta esta revolución al seguro de obras de arte?



Con pasión | P30

Pablo Raijenstein, el mentalista que ayuda a las empresas a descubrir su potencial

"Me fascina cómo una máquina puede imitar las funciones cognitivas de los humanos".

Emprendedores y autónomos | P26

Más ayudas para autónomos y emprendedores

El Gobierno ha aprobado recientemente un nuevo paquete de medidas y ayudas directas para paliar el impacto de la crisis sanitaria y económica.

Consejos útiles | P15

Cómo afrontar la declaración de la Renta 2020 si ha recibido ayudas Covid

La campaña de la renta 2020 arranca con muchos contribuyentes preocupados por el impacto que algunas ayudas recibidas por la pandemia tendrá en su factura fiscal.



Entrevista | P12

Tanneguy Rérolle, CEO de BNP Paribas Cardif en España y Portugal

El directivo destaca que "durante 2020 hemos indemnizado seis veces más siniestros por desempleo que el año anterior".



Movilidad | P20

'Renting' y seguros, aliados en la 'nueva movilidad'

El seguro de automóvil se renueva ofreciendo seguros con coche incorporado. El *renting* es una buena opción en la nueva movilidad.

Edita: Editorial Ecoprensa S.A.

Presidente Editor: Gregorio Peña.

Director General Comercial: Juan Ramón Rodríguez. Director de Comunicación: Juan Carlos Serrano.

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

Fotografía: Pepo García. Infografía: Clemente Ortega. Coedita: Marketing Site, S.L. Seguros TV

Director de elEconomista Seguros: Ramón Albiol (ralbiol@segurostv.es). Jefa de redacción: Virginia M. Zamarreño (revista@segurostv.es)



La digitalización del arte y su impacto en el seguro especializado

El pasado mes de marzo se produjo una subasta que puede cambiar el mercado del arte por completo. La subasta en Christie's del primer NFT o *token* criptográfico por 69 millones de euros ha convertido a Beeple, el artista creador de *Everydays: The First 5000 Days* en uno de los artistas vivos más cotizados. ¿El cryptoarte es arte? Hay expertos que ven estas transacciones más cerca de las operaciones con criptomonedas que dentro del mercado del arte propiamente dicho. El debate está abierto. Para el sector asegurador -que también dedica una buena parte de sus recursos a proteger el arte y el patrimonio- se abre una nueva era en la que se tendrá que analizar en profundidad el riesgo y las capacidades de aseguramiento de unos archivos digitales con certificado de propiedad. Para compañías especialistas como AXA XL, el cryptoarte forma parte del universo criptomoneda y la aproximación a ambos mundos será similar. La revolución digital del arte ha crecido exponencialmente en 2020, justo de la mano de las restricciones presenciales impuestas por la pandemia. El pasado ejercicio, especialmente el segundo trimestre, supuso un parón casi total para el mercado del arte. Museos, galerías, ferias, etc., todo tuvo que parar, frenando en seco la actividad y con ello, el parón de los seguros de arte, muy ligados a la actividad expositiva, aunque no sea la única fuente de la que bebe este nicho del mercado asegurador.

■
El cryptoarte será para el seguro más similar a las transacciones con criptomonedas que al 'arte tradicional'

Por otra parte, con la distancia física obligada se disparó el interés por el arte *online*. También por su compraventa. Un estudio de Hiscox, otra de las aseguradoras especializadas en arte y colecciones privadas, revela que el 25% de las compras de arte de 2020 se hicieron a través de la red. En algo sí que están de acuerdo el mercado y las aseguradoras: en cuanto se pueda retomar la presencialidad en galerías y ferias, el mercado del arte presencial volverá a repuntar. Ahondamos más en el apasionante mundo del arte y su revolución digital en nuestro reportaje de portada.

Además, analizamos la inversión socialmente responsable aplicada a los planes de pensiones. Casi el 80% de los españoles está dispuesto a invertir en planes de pensiones con criterios ISR, una cifra que crece año a año y que pone de manifiesto la importancia de la sostenibilidad y la responsabilidad social en la estrategia de las empresas. El protagonista de nuestra entrevista este mes es Tanneguy Rorélle, CEO de BNP Paribas Cardif en España y Portugal. Nos explica cómo ha afectado la pandemia a su negocio, centrado en la protección de pagos, una línea de negocio que ha multiplicado por seis los siniestros relacionados con el desempleo, una de las lacras que deja tras de sí la pandemia. Y como no todo es trabajar, queremos que se relajen con los mejores tratamientos faciales de la primavera, los mejores auriculares inalámbricos con cancelación de ruido y dos propuestas innovadoras para la hora del aperitivo, entre otros interesantes contenidos relacionados con la empresa y el sector asegurador. Feliz lectura.



Carlos Lluch
Corredor de seguros

De estos polvos, ¿qué lodos nos esperan?

La futura Ley de Distribución de Seguros y Reaseguros privados ve la luz al final del túnel. Aunque bien podría ser otro tramo de túnel, pero, esta vez, algo decorado. Cuando uno lee la Directiva 2016/9 del Parlamento Europeo y del Consejo y la compara con el texto del Proyecto de Ley nota una serie de discordancias inducidas que asombran, como mínimo, teniendo en cuenta que el principal objetivo de la Directiva no es otro que armonizar los distintos entornos legales donde se pretende que, cada vez más, fluyan las operaciones transfronterizas. Sí, esas que garantizan la libre circulación de personas, capitales, bienes y servicios en el marco del Espacio Europeo, incluidas las *fronteras* domésticas. ¿Y qué decir de la misión principal de esta que no es otra que aumentar la calidad de la conducta del distribuidor en beneficio del cliente?

Decía que me asombra, pues pretende la Directiva que la protección del consumidor esté garantizada en términos de igualdad en los distintos canales distribuidores. Para ello, por poner un ejemplo que cualquier lector tendrá diáfano como el cielo de una tarde de primavera, prohíbe toda venta vinculada salvo que

el producto principal sea de seguro lo cual, claro está, va contra la permisiva sardina que se arrima al ascua bancaria en cuanto a esta se le permite hacerlo al hipotecar. A no ser que, sin enterarnos, ahora el negocio de hipotecar sea asegurador, en cuyo caso sí podría vincularse el seguro de vida, el de hogar, el de protección de pagos, el del coche y el de la tía Amelia, si es que se tiene tal tía, pues la banca no deja títere sin vincular. A falta de hipoteca, ya hasta lo hacen con una simple cuenta corriente, so pena de un festín de comisiones.

Puestos a asombrarse, también podemos hacerlo extensivo a la prima, más que generosa, dadivosa, que se contempla para los amigos (deben serlo de alguien en el Reino de España, a juzgar por el resultado) mediadores complementarios puesto que, si bien el objetivo de igualdad de trato de la Directiva es claro, y a esta figura se la relega a cosillas sin importancia y siempre relacionadas con su negocio principal, en España se prevén unos máximos de prima donde cabe casi todo lo que sea *commodity*. ¿Un hogar? ¿Un coche? ¿Un seguro de accidentes VIP? ¿Decesos? ¿Avería mecánica? ¿El seguro del barco? ¿Un co-



mercio? Pues sí, todo eso puede quedar por debajo del increíble límite que se le pone como negocio unitario a quien hará por el consumidor lo mínimo necesario pues ni siquiera se le considera distribuidor. Sin formación, sin obligaciones apenas, sin responsabilidad civil será un chollo para eléctricas, gasistas, grandes superficies y cualquier actor que quiera comisiones fáciles sin tener que pasar por el aro de las obligaciones.

También me asombra que a la hora de hablar de colaboradores externos, aquellos *levantalibres* de antaño que con tanta frecuencia dan sentido a la Ley mexicana que los prohíbe por suponer *arriendo de título*, pues se prodigan en sucursales y en franquicias, no se cite y prohíba a esa otra especie -tan prolífica en prácticas abusivas- como son las corredurías multinivel donde una suerte de negocio piramidal de colaboradores anidados con hasta siete niveles de subcontratación venden seguros de ahorro desplumando a los incautos que caen en sus redes. No es posible que esté pasando, pero en el proyecto de la nueva Ley ni una cita merecen tales redes.

También asombra que no se ponga coto a las cesiones de agentes. En el PUI de la DGSFP puede hallarse un agente exclusivo (OBS) con dos páginas de entidades cedidas que, por despejar la duda, no son ni por asomo del mismo grupo. Esa simulación sin requisitos formales ni de cumplimiento de la figura del vinculado no es de recibo y pasa ante los ojos del supervisor sin tacha. No así ante el de quienes no comprendemos cómo algo así se tolera. De nuevo.

Dejo para los postres dos cuestiones que considero de traca y donde el asombro pasa a un notable disgusto, pues ambas cosas carecen de lógica o, mejor dicho, de otra cosa. La primera de ellas es la delimitación de actividad autonómica para los corredores que han optado por contar con una administración cercana, Constitucional y eficiente. Básicamente porque toda limitación geográfica a la actividad de dichos corredores dentro del Estado conculca de pleno no solo la legislación europea sino también supone incluir en una Ley futura algo que prohíbe expresamente nuestra Ley de Unidad de Mercado a toda autoridad española.

En segundo lugar, porque en este proyecto de Ley de Distribución, al igual que ya ocurre en el RDL 3/2020, se incluye algo que chirría por completo con la realidad española, pero es coherente con la Directiva CE y con lo que ocurre en el resto de los países de nuestro entorno. ¿Alguien puede explicarme para qué tene-

mos los corredores un articulado de gobernanza de producto si no podemos diseñar, ni comercializar, ni distribuir producto? Por qué tenemos este articulado es claro: porque está en la Directiva para los Distribuidores CE. Y ello es porque en el resto de los países son los corredores quienes, como conocedores de las necesidades de los clientes, de las brechas de mercado, pueden diseñar soluciones *ad hoc* para nichos concretos desde su conocimiento y experiencia constituyéndose en *coverholder* que, literalmente, significa "el que está cubierto", esto es, el tomador que es a quien representa el corredor. Su antítesis son las agencias de suscripción españolas, que representan a la compañía. Así pues, en el resto de Europa son los corredores quienes ejercen la función que aquí tienen las agencias de suscripción lo cual nos sitúa en desventaja competitiva con nuestros homólogos europeos, pero, además, cambia de lado de la me-



iStock

sa la función del diseño ¿a quién beneficia esta situación? ¿Por qué se mantiene este esquema contrario a la Directiva y a la lógica del interés del cliente? ¿Por qué el 90% de las agencias de suscripción españolas son filiales de corredores? ¿Por qué, yendo contra la legislación comunitaria a estas se les prohíbe el pasaporte comunitario y acaban migrando a Portugal o Irlanda?

Me gustaría no ser el único que se plantea estas cuestiones. Por ello y para identificar a más colegas asombrados considero necesario abrir las ventanas. O, al menos, que encendamos las luces o, de otro modo, seguiremos a oscuras porque a alguien le interesa que así permanezcamos. No soy paranoico, tan solo es que no creo en las casualidades reincidentes. Diríase que entre Bruselas y Madrid hemos pisado algo en el camino.

Ahorro

Nuevo 'unit linked' ligado al Eurostoxx Select Dividend 30

Mapfre refuerza su oferta en seguros de vida-ahorro con el lanzamiento de *Cupón Fijo Select*. Se trata de un nuevo *unit linked* a prima única, que puede contratarse desde 3.000 euros, con una duración de cinco años y cuatro meses, ligado a la evolución del índice Eurostoxx Select Dividend 30. Esta nueva modalidad es una alternativa de ahorro a medio plazo, ya que ofrece una "posible y atractiva rentabilidad en el entorno de tipos de interés de renta fija en el que nos encontramos, y permite al cliente diversificar sus ahorros".

Llegado el vencimiento, el valor a percibir dependerá de la valoración del índice en ese momento respecto al valor inicial de referencia. Pero con la tranquilidad de saber que, si dicho valor fuera inferior o igual al 90%, se garantizará al cliente el 90% del capital invertido. Además, el producto garantiza cada año de manera automática el pago al titu-



Mapfre completa su oferta con un nuevo unit linked. eE

lar de un cupón fijo del 0,15%.

Además, este seguro de vida-ahorro dispone de un capital adicional en caso de fallecimiento y la posibilidad de rescate total a partir del primer año. El producto puede contratarse en cualquiera de las cerca de 3.000 oficinas que Mapfre tiene repartidas por todo el territorio nacional, explica la compañía.

Salud

El gasto mundial en atención médica aumentará un 25% hasta los 6,3 billones de euros en 2025

Aunque el Covid-19 provocó una crisis económica mundial de salud, el gasto mundial en atención médica se desplomó significativamente en 2020. El año pasado, los consumidores de todo el mundo gastaron 4,73 billones de dólares en atención médica, 130.000 millones menos que en 2019. Según los datos de Finaria.it, se espera que el gasto mundial en atención médica de los consumidores aumente en 330.000 millones y alcance los 5,06 billones de dólares en 2021. Se pronostica que la tendencia creciente continuará en los próximos años, con una cifra que crecerá un 25% y llegará a los 6,3 billones de dólares en 2025.

Las últimas dos décadas han sido testigos de un crecimiento sustancial en el gasto en salud de los consumidores, con una cifra que pasó de los 3,25 billones en 2010 a los 4,38 billones de dólares en 2017, según una encuesta de Statista, FMI, Banco Mundial y Eurostat.

Sin embargo, a diferencia de la crisis financiera anterior, la crisis del Covid-19 ha provocado una caída significativa en el gasto en salud. Con pacientes reacios a ir a los hospitales en medio de la pandemia y las cancelaciones masivas de los chequeos médicos no urgentes, el gasto mundial en atención médica se desplomó a 4,73 billones de dólares en 2020. Las estadísticas muestran que el gasto de los consumidores per cápita en atención médica se redujo a 633,4 dólares en 2020, frente a los 657,7 dólares de 2019.

A pesar de estos datos, la encuesta recientemente realizada por Statista muestra que se espera que el gasto mundial en salud de los consumidores aumente en 1,3 billones en los próximos cuatro años, creciendo alrededor de 330.000 millones por año. Para 2025, se prevé que el gasto del consumidor per cápita alcance los 815,8 dólares, frente a los 672,2 dólares de 2021.



Preventiva
Seguros

AFIN.2

Asistencia Familiar Integral

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

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

Infórmate en el **900 20 30 10**



Preventiva

Seguros



preventiva.com

La revolución 'segura' del arte digital

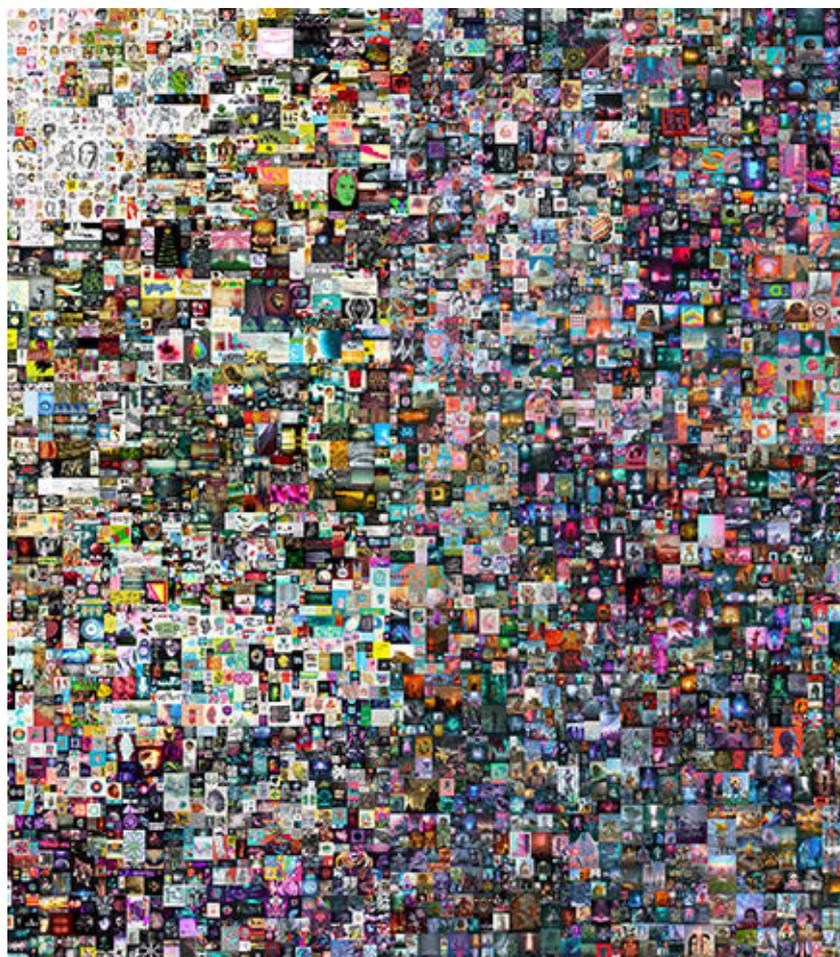
La subasta de la primera pieza de criptoarte en Christie's por 69 millones de euros ha puesto en el punto de mira al arte digital y sus consecuencias, también, para el seguro de obras de arte.

Virginia M. Zamarreño

Compraría una obra de arte digital? La casa de subastas Christie's revolucionó el mercado del arte en marzo con la venta de la primera obra de arte digital, un archivo JPG del artista Beeple, por unos 69 millones de euros. Se trata del primer *token* criptográfico (NFT, *non fungible token*) subastado como una nueva forma de arte. La subasta de Christie's ha dado a conocer a las masas el mercado de criptoarte, una modalidad de transacción comercial que muchos expertos consideran que está más cerca de las criptomonedas que del arte en sí mismo. Para gustos se hicieron los colores, como dice el refrán.

Más allá de consideraciones técnicas y artísticas, la venta de *Everydays: The First 5000 Days*, el collage con imágenes diarias de Beeple desde que comenzó a crear hace trece años ha convertido a este artista, hasta hace poco conocido solo en foros de





La obra 'Everydays: The First 5000 Days' se vendió por 69 millones de euros. eE

criptoarte y entre los aficionados de la contracultura de la red, en uno de los artistas vivos más cotizados junto a David Hockney y Jeff Koons.

La irrupción del arte digital también ha afectado de lleno al mercado del seguro de arte. Las compañías buscan ahora la manera de asegurar este nuevo formato artístico. Ante la pregunta de si el arte digital ha modificado las pólizas que se contratan, fuentes de AXA XL admiten que "hemos mantenido algunas conversaciones al respecto, tanto internas como externas, y es algo en lo que estamos pensando". Pero lo que la compañía tiene claro es que "los NFT son básicamente lo mismo que el bitcoin en términos de seguros; en última instancia, se parecen más a un fragmento de bitcoin que a un cuadro de Picasso, y el enfoque del mercado de los seguros será más parecido a cómo se acerca a la criptomoneda que a las obras de arte".

Asegurar el arte

El arte *tradicional*, por llamarlo de alguna forma, el tangible, sí es posible asegurarlo. Y el mercado asegurador lleva haciéndolo décadas. Amalia Mas, directora general y responsable de Arte y Patrimonio de Seguros Cer Consulting Europeo de Riesgos, ex-

plica que "el seguro de Arte que más nos solicitan es el seguro *clavo a clavo*. Se trata de una modalidad de seguro con una garantía todo riesgo que cubre las obras desde que salen de su lugar de origen, estancia durante exposición en sala de exposiciones y regreso a lugar de origen. En la práctica lo que implica es que cubrimos la obra durante el transporte de ida y vuelta y, por supuesto, también durante exposición. Es el seguro más habitual y más demandado".

Lo más habitual es que estas pólizas las contraten los organizadores de exposiciones, los coleccionistas particulares, "aunque, desde luego, cualquier interviniente podría contratarlas pues hay muchos tipos de seguros de obras de arte dependiendo de la finalidad que éstas vayan a tener. Por supuesto, galerías, restauradores, marchantes, los propios artistas, etc., también suelen ser contratantes de este tipo de pólizas, aunque en menor medida en nuestro caso", señala Mas.

Los siniestros más habituales del seguro de arte se dan durante el transporte y la manipulación de las obras. "Durante una exposición es difícil que una obra resulte dañada, pero cuando esta es manipulada o transportada puede sufrir daños que posteriormente sean restaurables o no", señala la corredora de seguros experta en seguros de arte. Como dato curioso, Amalia Mas señala que el siniestro más curioso que han gestionado es "el de un sillón francés del siglo XV valorado en 300.000 euros que fue rasgado completamente porque la señora que

25%

Las ventas de arte 'online' en 2020 fueron el 25% del total del mercado frente al 9% de 2019

limpiaba la sala donde estaba expuesto resbaló cuando estaba fregando. Para evitar caerse al suelo, se apoyó en el sillón con tan mala suerte que todo el asiento quedó rasgado e inutilizado para la exposición. Afortunadamente pudieron repararlo y no hubo que indemnizarlo totalmente".

El parón de la pandemia

Como en todos los sectores, la pandemia de coronavirus ha supuesto un mazazo para el mercado del arte y para el negocio asegurador relacionado con este nicho de mercado. La directora general y responsable de Arte y Patrimonio de Seguros Cer Consulting Europeo de Riesgos explica que "el cierre de salas de exposiciones durante los primeros meses hizo que el sector se paralizara y nadie contratara nuevos seguros, pero en la actualidad las exposiciones se han reanudado y parece que todo vuelve a la normalidad".

El frenazo de 2020 ha hecho que el mercado del arte retroceda a cifras de hace diez años. AXA XL señala que el mercado del arte estaba experimentando un crecimiento continuado en los últimos diez años. Desde 2008 -cuando se produjo una gran crisis- hasta 2019 había aumentado un 9%. En 2020, las ventas han caído en un 22% con respecto a 2019 y los tres mercados más importantes se mantienen en 2020: EEUU, Reino Unido y China.

La contracción en las ventas se explica por el cierre de galerías, anticuarios, salas de subastas... Además, indica AXA XL, la mayoría de las ferias de arte fueron canceladas, una de las últimas que se pudo celebrar fue *TEFAF* durante la segunda semana de marzo de 2020.

El auge del arte 'online'

Lo que sí se ha registrado en estos meses es el incremento de las ventas *online*, que ya representan el 25% del total de las ventas en 2020. En 2019 fue del 9%. "Las galerías y las salas de subastas han ofrecido durante todo el 2020 y lo que llevamos en 2021, subastas y *pre-viewing online* para los coleccionistas.

A pesar de este esfuerzo por parte de galeristas y salas de subastas, el comprador de arte prefiere las formas de compra tradicionales, como son las visitas a las galerías, las ferias de arte y las salas de subasta donde puede apreciar el arte antes de comprarlo, señala AXA XL, que añade que también se ha reducido el número de transacciones, situándose en niveles de 2009.

En 2019 el mercado del arte online estaba valorado en 4.338 millones de euros, pero ha registrado un aumento significativo entre marzo y septiembre de 2020, de acuerdo con el *Hiscox Online Art Trade Report 2020*. Algunas de las cifras más destacadas, si se comparan los datos entre marzo y septiembre de 2020 con los resultados de 2019, son que más del 67% de los compradores de arte que han participado en el estudio compraron arte en el mercado *online* entre marzo y septiembre de 2020, frente al total del 44% de 2019.

Además, las ventas en subastas *online* aumentaron: el 55% de los coleccionistas encuestados adquirieron arte a través de estas plataformas, frente al 37% de 2019. El 72% de los compradores afirma visitar plataformas online de mercado del arte semanalmente desde marzo, en 2019 tan solo eran el 54% los que reconocían esa frecuencia de navegación web. Este porcentaje de visitas semanales llega al 86% en el caso de los grandes compradores del mercado *online* -aquellos que invierten más de 50.000 dólares al año-, frente al 69% de 2019.

Más inversión en arte online

Hiscox revela que también crece la inversión media por pieza artística: el 29% de los compradores superó los 10.000 dólares por pintura, en comparación con el 20% de 2019, e incluso el 11% superó los 50.000 dólares por pieza, casi triplicando el 4% de 2019. Hasta el mes de agosto, las ventas *online* de arte de Sotheby's, Christie's y Phillips casi alcanzaban los 500 millones de euros, por lo que al finalizar el año podrían triplicar la facturación de 2019, que fue ligeramente superior a los 186 millones de euros.

Eva Peribáñez, responsable técnico de Arte y Clientes Privados de Hiscox, analiza que "la Covid-19 ha acelerado el mercado del arte *online*. Mientras que antes esta parte era casi residual, este año ha ganado protagonismo. El mercado *online* del arte creció un 4% en 2019 generando una cifra de negocio estimada de 4.338 millones de euros. En 2018, la tasa de crecimiento anual se situó en un 9,8%; así que estas últimas cifras representaban el cuarto año consecutivo en el que se desaceleraba el ritmo de crecimiento, una tendencia que seguro finalizará con 2020".

El arte 'online' no ha parado de crecer en los últimos años, según un estudio de Hiscox. iStock



Glaucoma, el ladrón silencioso de la vista

La prevención es la clave para detectar a tiempo una dolencia que afecta a 60 millones de personas en todo el mundo y se ha constituido como la segunda causa de ceguera.

Ana M. Serrano. Foto: iStock

El glaucoma es la segunda causa de ceguera en el mundo (60 millones de personas lo padecen), solo superada por las cataratas. Lo dice la Organización Mundial de la Salud en un reciente informe emitido con motivo del Día Mundial de la Vista. Se trata de una afección ocular silenciosa y asintomática que hace muy difícil su detección temprana. Tanto que casi la mitad de la población afectada por glaucoma lo desconoce. Este es uno de los grandes problemas, pues si no se trata a tiempo puede provocar ceguera o una baja visión irreversible. Cuando el nervio óptico ya está dañado, no hay remedio.

Todo comienza con una presión anormal (hipertensión) en el interior del ojo que afecta a la circulación sanguínea del nervio óptico. Inicialmente, la pérdida de visión se produce en la periferia y puede avanzar hasta convertirse en una deficiencia visual grave -esto se conoce como glaucoma de ángulo abierto, el tipo más común-.

Normalmente, las personas que padecen glaucoma en un ojo compensan con el otro la falta de visión, aunque acaba por afectar a ambos ojos. Por ello se le conoce como "el ladrón silencioso de la visión" y los expertos insisten en la necesidad de acudir a revisiones periódicas. Basta con medir la tensión ocular para que el oftalmólogo diagnostique la dolencia y establezca el tratamiento adecuado para disminuir la presión intraocular.

No obstante la ausencia de síntomas, sí existen indicadores que pueden alertar sobre un posible glaucoma, sobre todo a medida que avanza la enfermedad, tales como los defectos del campo visual o la dificultad para adaptarse a los cambios bruscos de luminosidad.

Son factores de riesgo la edad -las personas mayores de 60 años-, la genética, miopías o hipermetropías elevadas y la raza: las poblaciones negras y latinoamericanas son más propensas a padecer glaucoma. Aunque también pueden desencadenarlo factores externos como enfermedades de la vista, uso de corticoides, traumatismos o cirugías de córnea o retina.

Como sucede ante cualquier enfermedad, la prevención es el mejor tratamiento. Entre las reco-



Las revisiones periódicas son esenciales para detectar el glaucoma a tiempo.

mendaciones de los glaucomatólogos -aparte de las revisiones periódicas del nervio óptico- destacan la práctica habitual de ejercicio físico y el uso de gafas de sol para evitar el exceso de radiación ultravioleta.

Los tratamientos habituales se dirigen a frenar la enfermedad -actualmente, pese a los avances médicos y tecnológicos, no es posible regenerar el nervio óptico- y conservar la visión. El único método efectivo consiste en reducir la presión ocular mediante colirios hipotensores de aplicación diaria o terapias con láser SLT. Recientemente se están realizando cirugías mínimamente invasivas como los implantes de drenaje.

El pasado 12 de marzo se celebró el Día Mundial del Glaucoma. Durante toda la semana los centros de salud promovieron la realización de exámenes específicos gratuitos para la detección precoz de la enfermedad.

TANNEGUY RÉROLLE

CEO de BNP Paribas Cardif para España y Portugal



“Durante 2020 hemos indemnizado seis veces más siniestros por desempleo que el año anterior”

Tanneguy Rérolle es desde hace dos años CEO de BNP Paribas Cardif para España y Portugal. Hablamos con el directivo de cómo ha afectado la pandemia a la protección de pagos y del papel que tendrá la compañía en la recuperación de la actividad económica en 2021 con el lanzamiento de nuevos productos de protección

Por V.M.Z.. Fotos: eE

Tanneguy Rérolle cuenta con una amplia trayectoria internacional en el sector. Se incorporó a BNP Paribas Cardif como CEO de Europa Central en 2009, y desde hace dos años es responsable de las operaciones de la compañía en España y Portugal.

Cardif aún no es una empresa bien conocida por el público español, ¿qué destacaría de la compañía?

En BNP Paribas Cardif proporcionamos soluciones aseguradoras de protección personal y de bienes, desarrollando ofertas conjuntamente con más de 500 socios distribuidores en sectores diversos: bancos y entidades financieras y empresas de los sectores del automóvil, la gran distribución, las telecomunicaciones y proveedores de energía, entre otros. Generamos valor tanto para nuestros *partners* como para sus

clientes, con una oferta diferencial de valor añadido que les permite llevar a cabo sus proyectos, al tiempo que se protegen frente a los imprevistos de la vida.

Estamos presentes en 33 países con un importante protagonismo en Europa, Asia y América Latina. Nos hemos convertido en un experto mundial de los seguros para personas y un actor destacado en la financiación de la economía. Alrededor de 8.000 profesionales en todo el mundo contribuyen a la realización de un volumen de negocio que ha ascendido a 24.800 millones de euros en 2020.

En el mercado español, somos líder en seguros de pérdidas económicas y la tercera entidad con mayor número de asegurados para los ramos de vida, según Icea. Para nosotros es prioritario que nuestra actividad tenga un impacto positivo en la sociedad y conseguir que los seguros sean más accesibles.

hemos generado productos específicos para proteger a los autónomos ante el cese de su actividad por el Covid-19.

¿Cómo ha afectado a su modelo de negocio, estructura, etc.?

En BNP Paribas Cardif nos hemos moviliado para acompañar a nuestros clientes y socios, adaptando nuestra organización de una forma ágil y rápida y desplegando masivamente el teletrabajo para poder dar continuidad a nuestros servicios. No hemos tenido que hacer cambios en nuestra estructura.

Como empresa cuya gestión se basa en datos, nuestro desarrollo se sustenta en soluciones digitales apoyadas en tecnologías como la inteligencia artificial. Estamos orientados a la automatización y digitalización de nuestros procesos, con el fin de reinventar el seguro para proporcionar las soluciones de máxima calidad que

“Hemos generado productos específicos para proteger a los autónomos ante el cese de su actividad por el Covid-19”

“En la pandemia hemos simplificado los trámites y reducido el número de documentos en caso de siniestro”



¿Cómo ha vivido BNP Paribas Cardif el primer año de la pandemia en España?

La necesidad de protección entre nuestros asegurados y socios claramente aumentó debido a la crisis sanitaria. El trabajo conjunto con nuestros socios y nuestra capacidad de adaptación han sido claves para dar respuesta a las necesidades de los clientes. Para nosotros, ha sido fundamental la agilidad y la creatividad a la hora de adaptar nuestras ofertas. Hemos simplificado los trámites y reducido el número de documentos solicitados en caso de siniestro.

Como consecuencia del impacto de la pandemia en la actividad económica, en BNP Paribas Cardif hemos incrementado los recursos que proporcionamos a los hogares españoles asegurados. En ningún momento hemos excluido de nuestras pólizas las consecuencias por pandemia. Además,

den respuesta a las necesidades de nuestros socios distribuidores y de los clientes asegurados.

Una de sus líneas de negocio es la protección de pagos. Con las tasas de morosidad al alza, ¿nos puede aportar la experiencia de Cardif en este asunto? ¿Cómo afectará a la siniestralidad de estos seguros?

Como líderes en seguros de protección de pagos, nuestra actividad tiene un triple impacto en la sociedad. En primer lugar, ayudamos a nuestros clientes en sus peores momentos, ante la pérdida de su empleo; el cese de su actividad como autónomos, cuando sufren una incapacidad u hospitalización o ante fallecimiento.

En esos momentos, nos hacemos cargo de sus deudas, evitando generar más preocupaciones a nuestros clientes.

En segundo lugar, conseguimos con nuestra actividad que nuestros socios no sufran los impagos de los créditos que conceden. De esta manera, al evitar que se vean afectados por la morosidad, conseguimos que la sociedad en su conjunto tenga un mayor acceso al crédito.

Por último, este tipo de seguros mejora en gran medida la fluidez de crédito hacia las familias y, por tanto, impulsa la recuperación del consumo y la economía, en general.

Para nosotros, como aseguradora, la falta de pago es el efecto de un riesgo cumplido, que, en este año, ha sido la pandemia. Esta crisis sanitaria ha provocado el aumento de la siniestralidad de los seguros de protección de pagos, que actúan para evitar que derive en morosidad.

Nuestros seguros protegen a las personas ante posibles complicaciones financieras y

siniestro por pérdidas económicas en nuestro país han sido causadas por desempleo, frente al 25% que representaron en 2019.

La crisis sanitaria ha tenido un innegable impacto en la vida cotidiana de la sociedad española. El 47% de los españoles declara haber sufrido una pérdida de ingresos debido a la misma, en su mayoría por una reducción temporal de la jornada laboral o de los ingresos, según el reciente estudio que hemos realizado junto a Ipsos.

Otra parte de los recursos de BNP Paribas Cardif dirigidos a los hogares españoles en 2020 ha ido destinada a los afectados directamente por Covid-19 u otras enfermedades y que sufrieron hospitalizaciones, bajas laborales, incapacidades permanentes o fallecimiento.

¿En qué líneas de negocio se van a centrar

“Los seguros de protección de pagos mejoran la fluidez de crédito hacia las familias e impulsa la recuperación”

“En 2020, el 70% de las declaraciones de siniestro por pérdidas económicas han sido causadas por desempleo”



nuestra labor es cuantificar bien los riesgos y estar preparados para absorber aumentos en los siniestros como los sufridos en esta crisis pandémica.

¿Tienen datos de cuál es la principal causa del impago cuando se produce?

Durante 2020 hemos indemnizado en hogares españoles seis veces más siniestros por desempleo que el año anterior.

Así, este año, hemos intensificado nuestra actuación proporcionando respaldo financiero a asegurados que se encontraban en situación de expediente de regulación temporal de empleo (ERTE), a aquellos que tuvieron que cesar su actividad como autónomos o incluso de una manera especial a aquellos que pasaron a ser desempleados de larga duración. En el pasado año el 70% de las declaraciones de

en 2021? ¿Tienen novedades?

Dado que perdurarán en el medio plazo los efectos económicos de la crisis sanitaria y que habrá una necesidad mayor de cubrir los riesgos ante posibles complicaciones financieras, queremos continuar profundizando y desarrollando nuestros servicios de protección de pagos y, en especial, los relacionados con el desempleo.

Esperamos que tenga un gran protagonismo en 2021 nuestro seguro de pagos de autónomos, que lanzamos en el último año y es único en el mercado español.

Por otra parte, con la reactivación esperada de la actividad para 2021, vamos a continuar impulsando el desarrollo de seguros relacionados con la protección personal en sectores como el automovilístico, la distribución y las telecomunicaciones.

Cómo afrontar la declaración de la renta 2020 si ha recibido ayudas por Covid-19

Como toda primavera arranca la campaña del impuesto sobre la renta, que en este 2021 cuenta con varios condicionantes por el impacto de la crisis económica a causa del coronavirus.

Diego Fernández Torrealba. Foto: iStock

El pasado 7 de abril arrancó la campaña del impuesto sobre la renta, que en este curso cuenta -a causa de la influencia del coronavirus- con varios cambios regulatorios y de interpretación que persiguen minimizar el gran impacto de la crisis actual en la economía de los contribuyentes. Conozcamos en líneas generales qué normas antiguas se mantienen y cuáles entran en vigor, asesorados en esta materia por la compañía de seguros especializada en defensa jurídica Arag.

Como hasta ahora, los trabajadores que cobren más de 22.000 euros anuales deberán presentar la declaración de la renta, mientras que quienes tengan dos o más pagadores habrán de realizar ese trámite si superan los 14.000 euros al año y reciben más de 1.500 euros de parte del segundo pagador y siguientes.

Hay que dejar claro que, para las personas que se hayan visto incluidas en un Erte, el servicio estatal de empleo cuenta como uno de los pagadores, por lo que la norma anterior también es de carácter obligatorio para ellos.

Por otra parte, quienes a pesar de haber percibido el ingreso mínimo vital no superen los 11.280 euros al año no tendrán que tributar.

Hay que añadir que los expedientes de regulación temporal de empleo también inciden en las deducciones de la declaración, como las de maternidad. Las madres con hijos menores de tres años que en principio tuvieran derecho a esa deducción no la tendrán en caso de cese de actividad o de estar en un Erte. En cambio, las deducciones por familia numerosa o por tener a cargo a personas con discapacidad no se verán afectadas por la renta, incluso en el caso de que los contribuyentes perciban ingresos del Sepe.

Quienes sean propietarios de una vivienda en alquiler tienen que saber que Hacienda respetará los cambios que decidan arrendador y arrendatario respecto al dinero a abonar en las mensualidades, teniéndolos en cuenta en la declaración -hasta ahora la referencia era la cantidad que se hubiera pactado



Quienes tengan dos o más pagadores deberán presentar la declaración de renta.

en el contrato de arrendamiento-. Respecto a los gastos deducibles son los mismos que anteriormente, incluyéndose el coste de las pólizas de impago de alquiler.

Por último, les recomendamos estar al tanto de la política fiscal en la comunidad autónoma en la que residen, teniendo clara cuál es la normativa en su región para conocer si pueden beneficiarse de alguna otra ventaja fiscal. Resulta positivo realizar un trabajo previo de información, que puede redundar en una declaración de la renta más favorable a los intereses del contribuyente.

Productos

Exsel lanza un seguro bajo demanda flexible para objetos cotidianos

La agencia española de suscripción Exsel presenta en España el seguro bajo demanda de objetos cotidianos "más flexible del mercado". El seguro está hecho a medida de cualquier producto y se suscribe entre el vendedor y el cliente en el momento de la compra o *leasing*.

Esta nueva póliza de Great American ya funciona en siete países europeos. Con modelos como el seguro de audífonos o el de bicicletas eléctricas en Holanda; el seguro de gafas o la cobertura de costes de gimnasio en Francia; el seguro gratuito dos semanas de bicicletas en Irlanda; el de móviles en Portugal, el de fotocopiadoras en Bélgica o el recién lanzado seguro de rotura de cascos de moto en España, explica Exsel.

Las coberturas y primas del seguro son flexibles, si bien se trata de seguros *low cost* cuyo coste va in-



Exsel comercializa un seguro bajo demanda de objetos cotidianos. eE

corporado en el precio del producto y que cubre cualquier desperfecto o rotura en una amplia selección de productos. El seguro bajo demanda comenzó con productos que se consideraban demasiado "pequeños" para asegurar, o los riesgos demasiado difíciles de medir, como en el caso de los dispositivos móviles, ordenadores portátiles, cámaras de fotos u otros bienes personales valiosos.

Movilidad

En España circulan 562.000 vehículos híbridos y eléctricos, el 1,8% del parque móvil total

Los coches limpios se hacen un hueco en el parque móvil nacional. En concreto, en España circulaban 561.580 turismos con motores híbridos y eléctricos a cierre de 2019. Esa es una de las conclusiones del informe *El coche eléctrico e híbrido en España. El parque de turismos por tipo de motor* de Estamos Seguros, la iniciativa de divulgación de la cultura aseguradora desarrollada por Unespa.

Su elaboración es posible gracias a la información aportada por Centro Zaragoza y Tirea. De los 32 millones de vehículos que hay en España, 24,3 millones son turismos. Los coches se dividen, según el tipo de motor, en diésel (14,9 millones), gasolina (8,8 millones) y otras motorizaciones (561.580). Este último grupo se compone casi en su totalidad por híbridos y eléctricos. Los motores limpios representan un 1,8% del parque de coches.

Los conductores veteranos son los más propensos

a manejar un vehículo impulsado por una batería. En concreto, un 2,08% de conductores de entre 51 a 65 años se mueven en un coche híbrido o eléctrico. Los jóvenes -aquellos de menos de 30 años- y los *senior* -con más de 65 años- presentan menos predisposición a conducir un vehículo limpio.

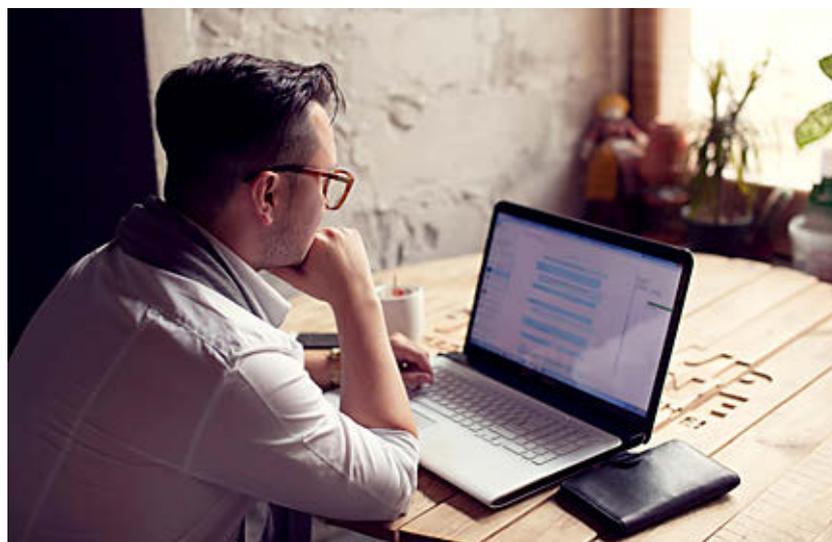
En España, siete de cada diez pólizas de automóviles tienen a un hombre inscrito ante el seguro como primer conductor del vehículo. Las mujeres figuran como titulares de los tres contratos restantes. En los vehículos híbridos y eléctricos esta diferencia es algo más acusada. Ellos figuran como conductor habitual el 73,75% de las veces, frente al 26,25% de ellas. Además, las provincias y los municipios con mayor PIB suelen presentar tasas más elevadas. Otros factores que favorecen la adopción de estos vehículos son el tráfico urbano y la existencia de flotas en un territorio (ie. taxis, VTC, alquiler, *renting*, etc.), explica el documento.

Teletrabajo

Reale Seguros amplía las coberturas de sus seguros de empresas

Reale Seguros ha ampliado los servicios y coberturas relacionadas con el teletrabajo de los productos de Comercios y Oficinas y Multirriesgo Industrial como consecuencia del aumento significativo de esta forma de trabajo entre las empresas españolas. A raíz de la pandemia y el confinamiento, el teletrabajo irrumpió de forma repentina para quedarse, obligando a adaptar la forma de trabajar y los hogares de los empleados.

En ambos productos, la ampliación de coberturas va dirigida a garantizar los daños y/o pérdidas materiales directos que sufran los equipos informáticos asegurados, siempre que sean propiedad del asegurado y se encuentren en el domicilio de residencia habitual de los empleados. En concreto, para *Reale Comercios y Oficinas*, esta ampliación será de aplicación para las coberturas Básicas; y las opcionales de robo y avería de maquinaria y equipos



Reale Seguros adapta las coberturas de sus pólizas de empresas. eE

electrónicos. Por su parte, en el producto *Multirriesgo Industrial* de la compañía, la ampliación será de aplicación para la cobertura Básica; y las opcionales daño eléctrico, robo y equipos electrónicos. Siempre que se encuentren contratadas y en las mismas condiciones y términos indicados en las Condiciones Generales y Particulares de la póliza, tal y como señala la compañía.

Innovación

El 80% de los asegurados reclaman la personalización de sus seguros

La estrategia centrada en el usuario define actualmente el modelo del negocio asegurador que continúa enfrentándose a retos que también están afectando a otras industrias. Entre ellos, la personalización de productos y servicios se erige como una de las principales demandas de un cliente que exige una oferta cada vez más adaptada a sus necesidades, como afirman el 80% de los asegurados según Duck Creek Technologies.

En este sentido, los clientes generan a diario un gran volumen de datos y demandan precios más ajustados y productos personalizados a sus hábitos de consumo. El 79% de los asegurados afirma que sus proveedores de seguros ofrecen personalización; y el 77% está dispuesto a intercambiar sus datos de comportamiento a cambio de primas más bajas y liquidaciones más rápidas.

Conscientes de la entrada de innovaciones tecno-

lógicas, como la analítica avanzada o la inteligencia artificial, y de este cambio de paradigma, el mercado de los seguros generales está integrando en sus sistemas diferentes soluciones tecnológicas como Duck Creek Insights, que permiten a las aseguradoras usar los datos como activo estratégico a la velocidad del negocio, capacitándolas para adaptar ágilmente aplicaciones esenciales, capturar y aprovechar los datos a lo largo de toda la organización de forma centralizada, para conocer mejor a los clientes, anticiparse a sus expectativas y materializar los objetivos empresariales.

El objetivo es personalizar experiencias que vayan más allá del seguro tradicional, y tomar decisiones que gestionen y apliquen el uso de los datos como un activo estratégico. Las compañías ya han invertido 2.000 millones de euros a nivel global en tecnologías de *big data*, y se espera que esta inversión aumente hasta los 3.000 millones de euros en 2021.



A través de WhatsApp Mutua presta un completo servicio de atención al cliente.

Mutua Madrileña permite dar partes de accidentes por WhatsApp

A cualquier hora del día y los 7 días de la semana, la aseguradora ha incorporado este nuevo canal para que sus mutualistas puedan comunicar sus siniestros de forma sencilla y rápida.

WhatsApp, el canal conversacional por excelencia, cobra protagonismo en el mundo de las gestiones con empresas. Así al menos sucede con la aseguradora Mutua Madrileña. Conscientes de su alto reconocimiento y uso como canal de comunicación, Mutua ha desarrollado un nuevo sistema que permite a sus mutualistas comunicar sus partes de accidentes a través de esta vía, de forma rápida y sencilla, las 24 horas del día, los 7 días a la semana.

En cualquier momento, los mutualistas de la aseguradora pueden dar conocimiento de que han sufrido un siniestro con su vehículo, lo que permite a Mutua iniciar los trámites y gestiones de manera urgente.

ña que ya permite tramitar un parte de accidente vía *app*, web y telefónicamente.

En la actualidad, WhatsApp es el principal canal de comunicación usado por la población española, lo que ha movido a la aseguradora a incluirlo como canal para prestar servicio de atención a sus clientes.

Cómo acceder al WhatsApp de Mutua

Acceder al WhatsApp de Mutua es sencillo: basta con agregar en la agenda de su móvil el número 915036435 o con entrar desde el móvil a la web de Mutua (www.mutua.es). Una vez agregado el número de Mutua, podrá comunicar su parte de accidentes a través de este canal con total seguridad y fiabilidad.

Por elEconomista.
Fotos: MM

WhatsApp complementa los canales actuales y se suma a la estrategia multicanal de Mutua Madrileña.

En concreto, a través de WhatsApp un cliente ya puede reportar siniestros básicos, como golpes de



'Eme', el asistente virtual de Mutua, presta servicio vía web, 'app' y WhatsApp.

aparcamiento o rotura de lunas, de forma sencilla. Igualmente, el sistema permite enviar notas de voz (que se reconocerán y transcribirán a texto) o imágenes, lo que ayudará a la aseguradora en la tramitación del parte de siniestros.

Como si se tratara de una conversación coloquial, el mutualista puede dar su parte vía WhatsApp y estar informado puntualmente de en qué punto se encuentra su gestión. A través de este canal recibirá igualmente la confirmación de que su parte se ha dado de alta, así como buscar taller para la re-

Se puede acceder al WhatsApp de Mutua agregando a la agenda del móvil el número 915036435

paración de su vehículo. Mutua cuenta con más de 7.000 talleres concertados en toda España.

Servicio personalizado

Además de permitir dar partes de accidentes, el nuevo canal de Mutua en WhatsApp presta un completo servicio de atención al cliente, a través de *Eme*, el asistente virtual de la aseguradora, con capacidad para dar respuesta a cuestiones relacionadas con más de 1.100 temáticas diferentes o casos de uso, muchos de ellos de forma totalmente personalizada.

Igualmente, en Mutua Madrileña están trabajando en la incorporación de nuevas funciones del canal de WhatsApp para personalizar aún más la conversación en función de los productos que tenga contratados el usuario o de su localización.

En la actualidad, el servicio contesta de forma automatizada tanto a cuestiones generales sobre la compañía (sus productos, servicios, etc), como personalizadas de cada mutualista (datos sobre sus seguros, coberturas, recibos, vencimiento de los mismos, seguimiento de siniestros e incluso descuentos personalizados).

Desde su puesta en marcha, el canal de WhatsApp de Mutua ha recibido más de 535.000 mensajes que han sido interpretados correctamente con un ratio de entendimiento del 90%.

En cuanto a temáticas, un 28% de las consultas realizadas se refieren a campañas o medidas lanzadas por la compañía, sobre todo en relación al Covid-19 dado el elevado volumen de iniciativas y beneficios en favor de los mutualistas que la compañía ha puesto en marcha desde el inicio de la pandemia (dos meses de seguro gratis, vehículo de sustitución gratuito para personal de servicios esenciales durante el primer estado de alarma, ayudas a los mutualistas que se quedaron en paro...), un 18% se refieren a gestiones con sus seguros, un 13% con servicios relacionados con las pólizas y un 10% con formas de contacto, entre otras muchas opciones.

'Eme', caso de éxito mundial en el sector seguros

El canal de atención por WhatsApp de Mutua presta servicio a través del asistente virtual de la aseguradora, denominado *Eme*. Se trata del primer y único servicio de atención al cliente por WhatsApp de una aseguradora en España que une tres tipos de tecnologías complejas: los sistemas de Mutua, la inteligencia artificial de Google Cloud más la tecnología de la plataforma de mensajería (WhatsApp).

El objetivo de *Eme*, desarrollado por Mutua Madrileña, es ofrecer respuesta en tiempo real a las consultas más habituales de los clientes de Mutua, utilizando un lenguaje sencillo que facilite la gestión rápida de cualquier tipo de gestión. A través de *Eme*, Mutua Madrileña ha atendido en 2020 a más de 1,1 millones de usuarios, con los que ha realizado 2,6 millones de interacciones.

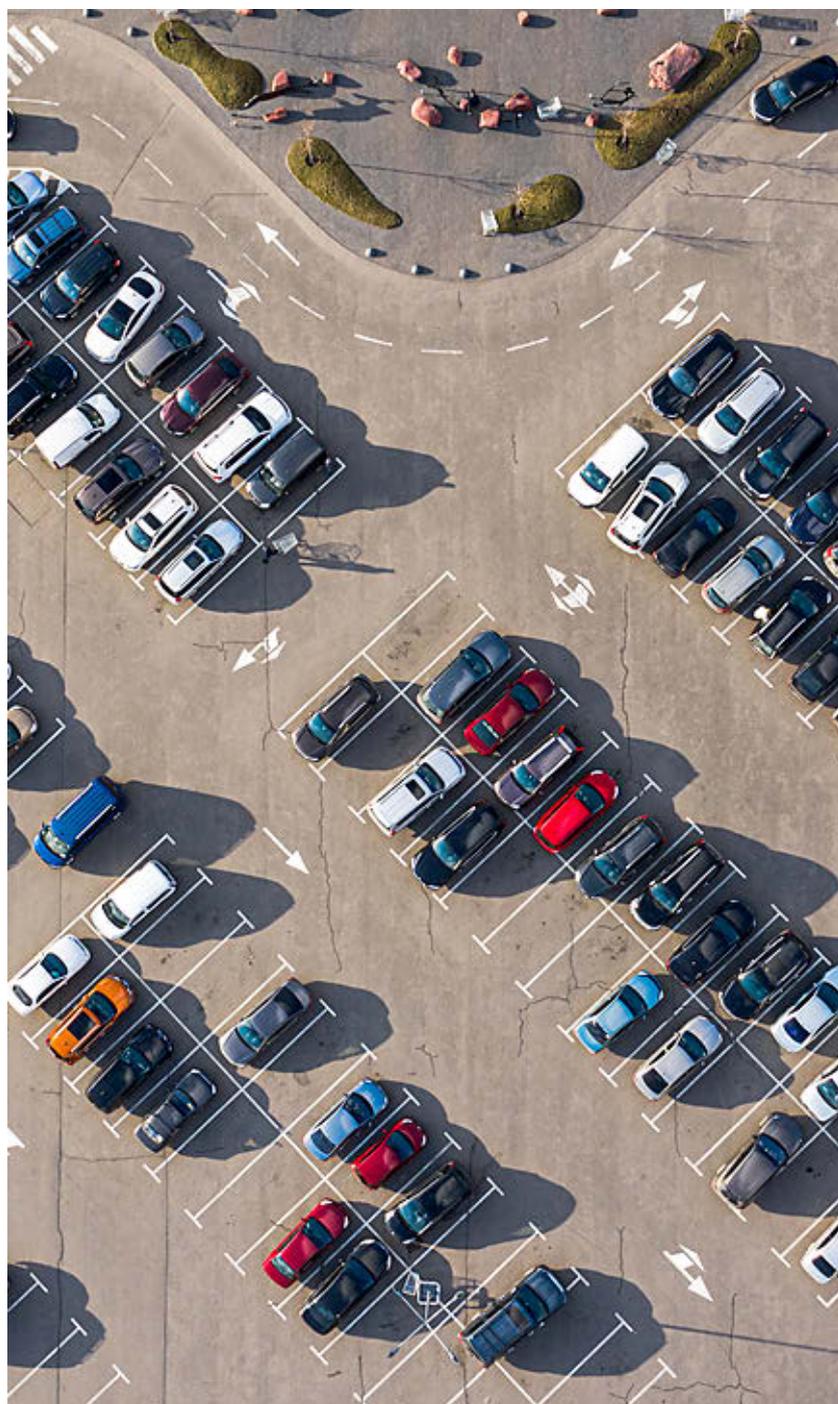
El asistente ha sido reconocido como caso de éxito mundial en el sector seguros y es una referencia de la aplicación de la tecnología de inteligencia artificial conversacional *Dialogflow* de Google en el sector de los seguros.

Eme, además de estar disponible en la aplicación de Mutua y en WhatsApp, puede utilizarse en la web de la compañía y en Google Assistant.

‘Renting’ y seguros, aliados en la ‘nueva movilidad’

Los hábitos cambian y se amoldan a la mal llamada nueva normalidad. El uso del vehículo privado aumenta, pero también se utiliza menos por el teletrabajo, la solución puede venir de la mano del ‘renting’ de vehículos, y el sector asegurador lo sabe.

F.S.M. . Fotos: iStock



Un año después del comienzo de la pandemia se puede comenzar a ver cómo el Covid-19 ha influido en la movilidad de los españoles. El uso del transporte público se ha moderado a favor del vehículo privado. El miedo al contagio es un factor importante, ya que en ambientes cerrados con ventilación dudosa y con gran concentración de gente el riesgo es mayor. Por otro lado, el aumento del teletrabajo, que en ciudades como Madrid o Barcelona se ha duplicado, hace que se restrinja cada vez más el uso del coche. Para aquellos que no quieren -o no pueden- renunciar a su vehículo, una de las fórmulas a las que pueden optar es la del *renting*.

Al igual que el resto del mercado automovilístico, el de *renting* también ha sufrido las consecuencias de la pandemia. Según dato de la Asociación Española de Renting de Vehículos (AER) las matriculaciones de las compañías de *renting* cerraron febrero de 2021 con 26.101 unidades, un 43,19% menos sobre el mismo periodo de 2020 (antes de que se decretara el Estado de alarma).

El *renting* supone el 20,64% de todas las matriculaciones de vehículos en España. Según AER, el segmento de vehículos que más peso tiene en el *renting* es el de derivados, furgonetas y *pick up*, donde el sector copa el 27,81% del mercado.

Alternativa a la compra del vehículo

Los conductores que opten ahora por el *renting* en lugar de la compra de un vehículo deben tener claras las condiciones del contrato de alquiler y la cobertura del seguro. Ahora, además de las empresas tradicionales de *renting*, algunas compañías de seguros, como Línea Directa o Seguros Bilbao se han apuntado a ofrecer seguros “con coche incluido”.

El *renting* es el alquiler de un vehículo durante un periodo de tiempo determinado, habitualmente entre uno y cinco años. La empresa de *renting* compra el coche y lo pone a disposición de su cliente a cambio de una cuota mensual durante un tiempo y un kilometraje determinados -aunque depende de cada contrato-. Habitualmente, los gastos que están incluidos son los de mantenimiento, matriculación, impuesto de circulación y el seguro. Esta modalidad está pen-



sada idealmente para empresarios y autónomos, pero también conquista a los particulares.

¿Qué cubre el seguro de 'renting'?

Mapfre explica que a la hora de contratar un *renting* hay que tener en cuenta que "el propietario del vehículo y el titular del seguro es la propia compañía de *renting*". Cuando el usuario recoge el vehículo, la empresa arrendadora extiende un documento de cesión al usuario final en el que se recogen las condiciones de uso y las condiciones de cobertura del seguro. El grupo asegurador advierte de que solo tendrán cobertura los usuarios especificados en este documento, aunque también hay documentos en los que el conductor final está innominado y sí estaría cubierto por el seguro un conductor distinto al habitual. Según datos de la Asociación Española de Renting, todos los vehículos de *renting* disponen de seguro a todo riesgo que está gestionado por la financiera o la compañía de *renting*. La AER calcula que la prima del seguro supone entre un 20% y un 22% de la cuota del coche.

Además, el usuario también puede asegurar el vehículo por su cuenta. Si lo hace, debe acordarse de anular la póliza una vez que devuelva el coche cuando finalice su contrato de *renting*, así como de entregar el coche sin daños, tanto en el exterior como en el interior.

Los seguros con coche incluido

La relación entre el sector asegurador y el *renting* viene de lejos. Son muchas las compañías de seguros que aseguran flotas de vehículos de *renting*. Pero ahora las tornas han cambiado y son las compañías de seguros las que ofrecen un vehículo de

renting al contratar un seguro. En los últimos meses Línea Directa, Catalana Occidente y Seguros Bilbao se han apuntado a esta modalidad. En el caso de *Línea Directa Llámalo X*, que así se llama el seguro con coche incluido, "pone el foco en el valor del seguro y en las necesidades del cliente, respondiendo así al cambio experimentado por la mentalidad del consumidor español". El seguro cuenta con la colaboración de ALD Automotive, con un coste de 249 euros al mes, un 32% más barato que la compra del mismo vehículo nuevo, un Nissan *Qashqai dCi* 115CV E6D. El nuevo seguro tiene una cobertura de todo riesgo con una franquicia de 180 euros con cobertura de coche de sustitución y asistencia en carretera.

En el caso de Catalana Occidente el cliente puede elegir entre tres vehículos -utilitario, *SUV* y eco- con su seguro todo riesgo. El producto se caracteriza porque el cliente puede escoger con o sin franquicia de 150 euros, tres, cuatro o cinco años de contratación y 10.000, 15.000 o 20.000 kilómetros anuales. Este producto cuenta también con las coberturas de asistencia en viaje y de vehículo de cortesía (modelo Audi A1) al realizar las reparaciones en la red de talleres AutoPresto. Las diferentes opciones de contratación que brinda este seguro permiten ofrecer un precio personalizado al cliente desde 181,51 euros al mes. Además, en el caso de la modalidad de contrato con franquicia se limita a tres el número de franquicias que se le pueden cobrar al cliente. Seguros Bilbao aplica el mismo modelo que Catalana Occidente, pero añade a su oferta la posibilidad de elegir también un vehículo comercial. La pregunta es si esta opción calará entre los conductores españoles.



La propuesta de Huawei convence en la gama media de los auriculares con cancelación de ruido con los FreeBuds Studio.

Inalámbricos y con cancelación de ruido: con la música a todas partes

Llevar ya un tiempo entre nosotros, pero los auriculares inalámbricos no paran de crecer y evolucionar. Ahora la cancelación de ruido se renueva y permite elegir el grado de aislamiento con el exterior mientras escucha música, atiende llamadas o se aísla del mundanal ruido por unos minutos

Ana M. Serrano. Fotos: eE

Los auriculares inalámbricos llevan tanto tiempo en nuestras vidas que, actualmente, no suponen ninguna revolución tecnológica. Sin embargo, como los adictos a ir con la música a todas partes somos insaciables, cada vez le pedimos más a esos aparatos diminutos -o no tanto- que nos acompañan casi a todas horas. Desde que la cancelación del ruido exterior dejó de ser un lujo para integrarse en la normalidad de lo que buscamos, las firmas punteras se han esmerado en ofrecernos las mejores opciones.

¿En qué consiste la cancelación del ruido?

Puede ser pasiva -una barrera que bloquee la entrada de ruido en el oído- y activa. Esta es la interesan-

te. De hecho, es la función estrella de los últimos modelos. Se trata de un sistema inteligente que capta la frecuencia del ruido y la neutraliza por completo. Pero también hay que señalar que aislarse por completo del entorno no es lo más adecuado en determinadas circunstancias. Por eso algunos incluyen diferentes modos de cancelación activa.

Antes de tomar una decisión, conviene distinguir entre los diferentes tipos de auriculares inalámbricos. Los más grandes y pesados son los llamados *over-ear* o circumaurales, pues cubre las orejas por completo. Pese a sus dimensiones, resultan bastante cómodos. Además, la calidad de sonido es superior a la del resto, ya que integran altavoces más

grandes y potentes. Si son cerrados aíslan el ruido externo casi por completo; los abiertos, por su parte, al permanecer en contacto con el exterior evitan resonancias.

Los *on-ear*, también llamados supraurales, se apoyan en la oreja y no permiten el aislamiento total. La ventaja es que normalmente son plegables y fáciles de transportar. Como indica su nombre, los *in-ear* se introducen en el pabellón auditivo de forma que sí permiten cancelar el ruido del entorno. Al contrario que los de botón, cuyas características intrínsecas impiden aislar los sonidos externos.

Lo último de Bang & Olufsen es lujo en cuero con cancelación de ruido. Se trata de los nuevos Beoplay HX. De diadema, ligeros (285 gramos) y circumaurales de tipo cerrado, estos auriculares son lo más en aislamiento del exterior gracias a su sistema de cancelación de ruido activa digital. Disponen de conectividad bluetooth 5.1 -autonomía de unas 40 horas- y cuatro micrófonos de alta sensibilidad. La forma de la almohadilla interior redondeada recoge el pabellón auditivo con suavidad, mientras que el casco acabado con efecto diamante crea unos bellos contrastes brillo/mate. Son ideales para el ocio -o el trabajo- en casa, para concentrarse y hacer llamadas sin interrupciones externas.

En el segmento de la gama alta nos encontramos con los Sony WH-1000XM4, un nuevo modelo que combina la cancelación de ruido con una calidad de sonido excepcional. Dicen desde la firma que la tecnología de sensor de ruido dual, con dos micrófonos en cada auricular, ofrece el mejor rendimiento de la historia de Sony. Dispone también de un optimizador de la presión atmosférica, diseñado expresamente para los viajes. Los auriculares cuentan con un sensor de proximidad y dos de aceleración que detectan cuándo están en uso para ahorrar batería. Se pliegan hacia dentro y caben perfectamente en la bolsa compacta incluida.

Los WF-1000XM3 Noise Cancelling son los intraurales, compactos, ergonómicos y completamente inalámbricos de Sony. Una diminuta y potente unidad de diafragma de 6 mm interior ofrece un sonido nítido, envolvente y sin distorsiones. Los tres tamaños de tapones triple confort y cuatro de silicona híbridos largos adjuntos prometen un ajuste perfecto con la máxima calidad de sonido y mínimo ruido exterior.

Huawei encabeza la gama media con los FreeBuds Studio. Aparte del atractivo diseño exterior, ligereza -sólo pesan 260 gramos- y la calidad de la tecnología interna, estos auriculares, combinan a la perfección el control del sonido físico y táctil. Permiten la conexión bluetooth 5.2 con dos dispositivos simultáneamente y garantizan una autonomía decente (24 horas sin cancelación activa). La calidad de



Bang & Olufsen lleva la cancelación de ruido a los auriculares Beoplay HX.

sonido es bastante buena, especialmente en los agudos. La tecnología de cancelación activa del ruido, inteligente y adaptada al entorno detecta el nivel de ruido ambiental y aplica tres modos diferentes en función del contexto: ultra, general y acogedor.

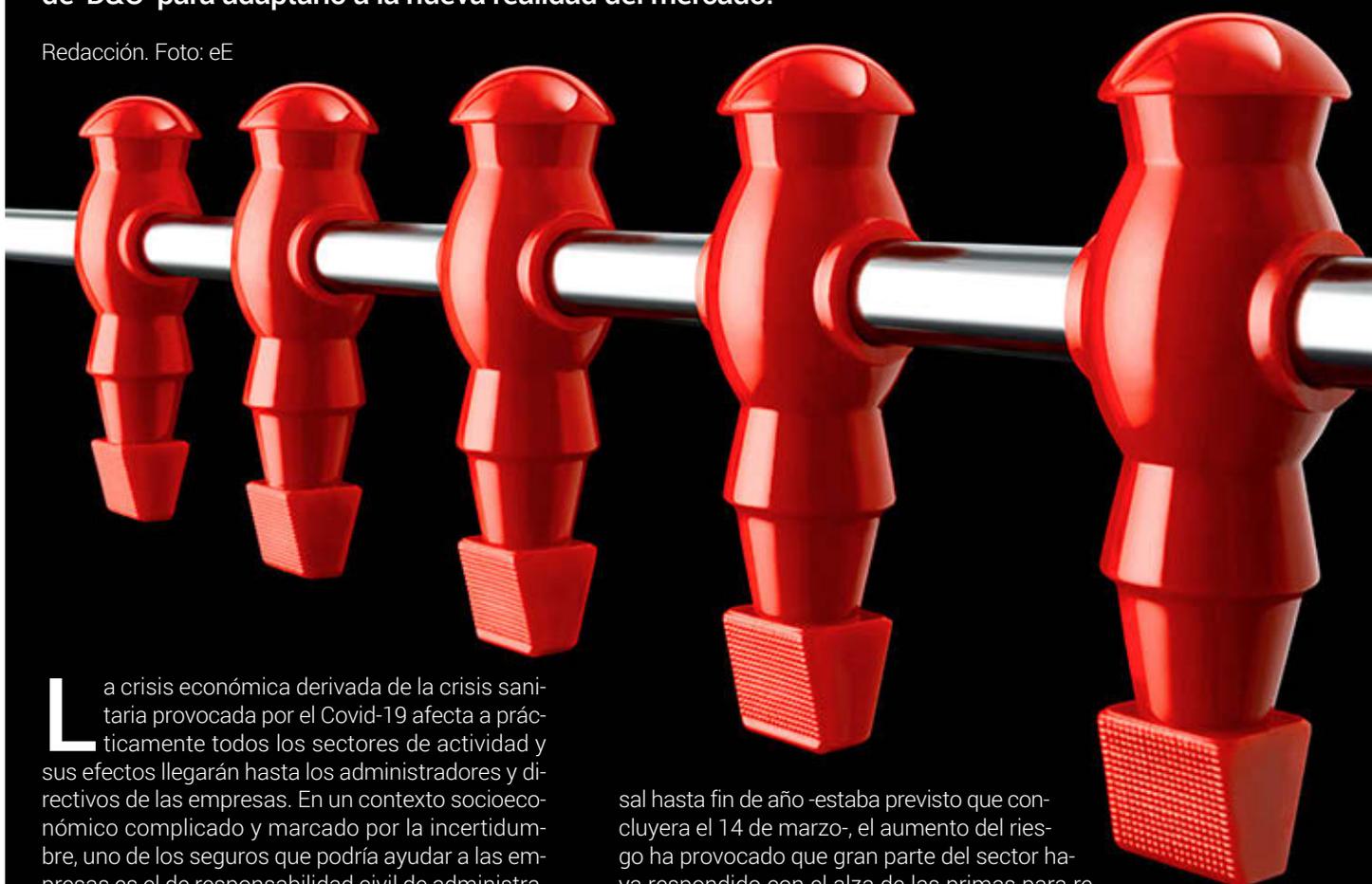
Los Huawei Freebuds 4i son los homólogos en modo compacto. Ligeros y atractivos, están diseñados ergonómicamente para un ajuste estable y cómodo. El sistema de micrófonos doble integra un diseño de conducto con hendiduras para reducir incluso el ruido del viento en el exterior. La exclusiva tecnología de formación de haces, combinada con reducción de ruido con inteligencia artificial, capta la voz incluso en entornos abarrotados.

Sobrios y muy asequibles son los Philips PH805, cuyas prestaciones nada tienen que envidiar a sus competidores de alta gama y les sacuden en precio sin piedad. Se trata de unos auriculares circumaurales, con drivers de 40 mm y cuatro micrófonos para captar y neutralizar el ruido de fuera. A su favor: una autonomía de hasta 30 horas y excelente rango de frecuencias. El diseño, aunque algo rígido, resulta bastante cómodo. En cuanto al sonido, destaca por la contundencia y pureza de los graves.

Un seguro de 'D&O' que se activa también en un proceso concursal

En un contexto en el que aumentan los riesgos para administradores y directivos de empresas, Hiscox ha renovado las coberturas de su seguro de 'D&O' para adaptarlo a la nueva realidad del mercado.

Redacción. Foto: eE



La crisis económica derivada de la crisis sanitaria provocada por el Covid-19 afecta a prácticamente todos los sectores de actividad y sus efectos llegarán hasta los administradores y directivos de las empresas. En un contexto socioeconómico complicado y marcado por la incertidumbre, uno de los seguros que podría ayudar a las empresas es el de responsabilidad civil de administradores y directivos (*D&O*). Una de las compañías especialistas de este ramo, Hiscox, señala que las principales tendencias del seguro de *D&O* en España, Europa y EEUU estarán marcadas por cinco características. La primera de ellas es la llegada del mercado duro al *D&O* debido a que se han acelerado los riesgos del sector, reduciendo su capacidad financiera y complicando la suscripción en las aseguradoras. Esto hace que algunas de ellas se planteen, incluso, abandonar el negocio.

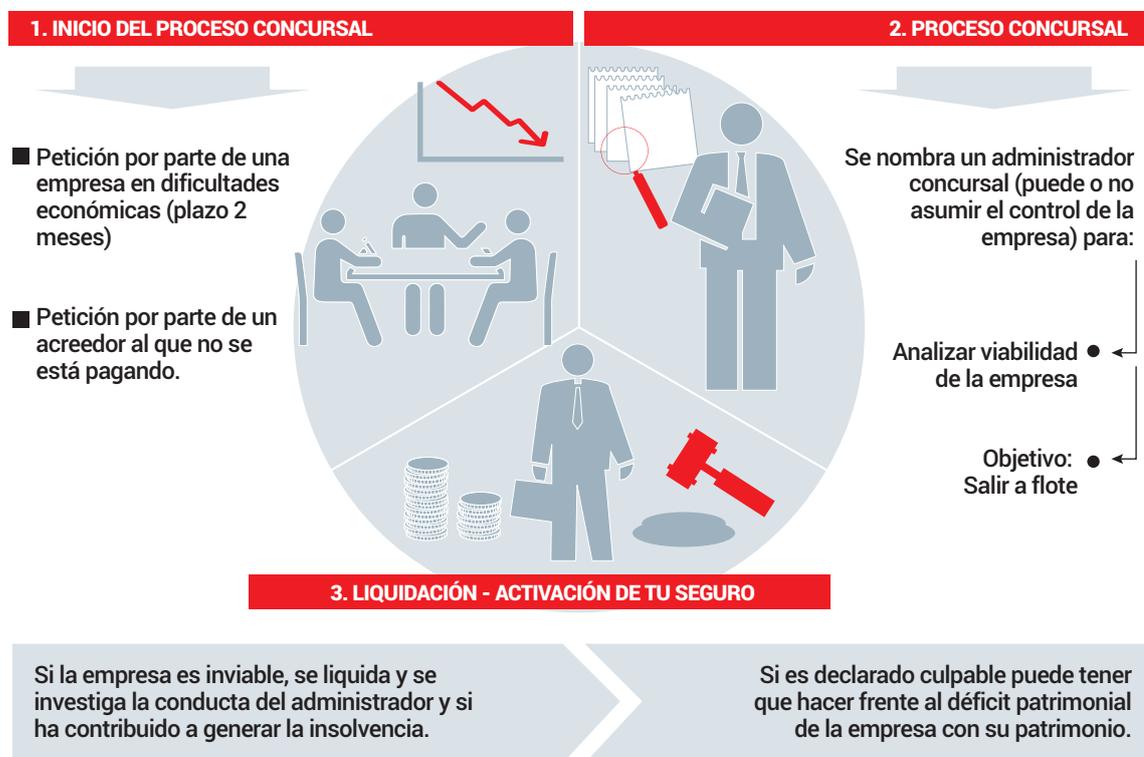
Aumenta el precio del 'D&O'

La segunda tendencia, ligada a la anterior, es el aumento de los precios del *D&O*. La compañía explica que el Banco de España prevé que esta crisis lleve a la insolvencia de una de cada cinco empresas del país. A pesar de la prórroga de la moratoria concur-

sal hasta fin de año -estaba previsto que concluyera el 14 de marzo-, el aumento del riesgo ha provocado que gran parte del sector haya respondido con el alza de las primas para renovaciones o nuevas suscripciones, lo que lleva a la tercera tendencia: mayor rigor técnico en la suscripción. Hiscox señala que "las compañías que llevan tiempo apostando por el rigor técnico en la suscripción contarán con primas más realistas y ajustadas y se prevé un aumento de su cuota de mercado".

En cuarto lugar, aparece una capacidad financiera inversamente proporcional al riesgo. Es decir, mientras crece la conciencia del directivo hacia el riesgo y su necesidad de aumentar la suma asegurada, el sector asegurador reduce su capacidad para asumir más o nuevos riesgos. En este contexto, las compañías que ofrecen seguros de *D&O* deberán transformarse. "El mercado de la nueva normalidad exigirá una respuesta integral de las aseguradoras en la que no bastará con realizar pequeños ajustes, si-

El seguro de D&O en un proceso concursal



Fuente: Hiscox.

elEconomista

no que conllevará una transformación de la oferta con nuevas propuestas y productos", señala Hiscox.

A pesar de este escenario, Miguel Ángel Aguilar, director de desarrollo de nuevo negocio y suscripción de Hiscox, señala que "el sector saldrá reforzado de esta crisis. Es obvio que en un primer momento el volumen y las reglas que rigen el mercado se van a ver muy afectados, pero el producto *D&O* gana protagonismo en la conciencia del directivo y es nuestra gran oportunidad. Estos días de crisis se forja el vínculo entre corredor, asegurado y aseguradora, y aquellos que mejor se adapten pronto recogerán sus frutos".

Una póliza renovada

Para adaptarse a los cambios que ha impuesto el mercado y mejorar la protección de administradores y directivos, Hiscox ha renovado y ampliado las coberturas de su póliza *D&O*. El producto ha sido desarrollado por el equipo de la aseguradora formado por profesionales especializados de las áreas de siniestros, suscripción técnica y comercial, que han contado con asesoramiento legal externo y la revisión de corredores de seguros especializados en estas pólizas.

Hiscox *D&O* incluye más de diez nuevas coberturas con más de 20 extensiones de cobertura adicionales, ofrece a cualquier directivo o administrador se-

guridad y tranquilidad ante perjuicios ocasionados por el directivo a terceros, por la entidad a terceros, o los perjuicios ocasionados por la entidad a terceros por infringir las prácticas laborales.

Coberturas

La póliza cubre los siniestros más habituales. La compañía ha confirmado que ha aclarado su cobertura en caso de que la entidad asegurada entre en concurso de acreedores asumiendo el 100% de los gastos de constitución de fianza y de defensa en procedimientos penales. Además, el acceso a la póliza de responsabilidad civil de administradores y directivos está abierto a cualquier sector económico sin ninguna restricción por tipo de actividad, ya que el equipo de suscripción de Hiscox analizará cada propuesta de manera individual.

"La póliza se ha redactado con una alta participación e involucración del departamento de siniestros para cumplir con un objetivo principal, en ocasiones muy complicado de conseguir, que lo que decimos que se cubre esté de verdad cubierto, y con límites muy claros. Es la primera póliza *D&O* del mercado comprensible por cualquier directivo y administrador, corredor, suscriptor, abogado o juez, y no dejará ninguna duda respecto a las coberturas incluidas", apunta Mónica Calonje, directora de Legal y Siniestros de Hiscox Iberia.

Una póliza de 'D&O' más completa y transparente

Hiscox 'D&O' mantiene las mismas tasas y criterios de suscripción en el segmento pequeño que ofrece la compañía desde 2009, así como la protección ya contemplada como gastos legales y de defensa, multas y sanciones administrativas o demandas en el marco de un concurso de acreedores. Además, la póliza de la compañía incorpora coberturas nuevas como gastos de defensa para reclamaciones bajo secreto de sumario, reintegro de gastos de defensa en subvenciones, gastos de persona clave, gastos de inhabilitación de los directivos, gastos de privación de bienes, entre otras.

Hiscox también ha mejorado la redacción del condicionado de la póliza para que el asegurado pueda ver de un vistazo quién, qué, qué reclamaciones y qué otros gastos adicionales están cubiertos. "La póliza dedica la sección exclusivamente a las coberturas para la persona asegurada, cuya definición se ha ampliado, y las secciones II y III a las coberturas para la entidad. Además, se especifican los importes que se abonarían, tanto en las condiciones especiales como en las condiciones particulares, en caso de que el asegurado fuera condenado, así como las indemnizaciones y gastos a percibir", explica la compañía.

Nuevas ayudas directas para emprendedores y autónomos

Es hora de hablar de nuevo de las ayudas directas aprobadas por el Gobierno para los empresarios y autónomos que están pasándolo mal a causa del impacto de la pandemia

Diego Fernández Torrealba. Foto: Pool Moncloa/Borja Puig de la Bellacasa

Las últimas medidas de apoyo a emprendedores y autónomos se han publicado en el BOE el pasado 13 de marzo después de que se aprobase un nuevo decreto ley con este objetivo. En él se ha determinado que se movilizará una inversión pública de 11.000 millones de euros destinados a la prórroga de moratorias fiscales y concursales, así como a dotar tres fondos adicionales con el objetivo de financiar ayudas directas, recapitalizar empresas y reestructurar balances.

Concretamos. En primer lugar se han destinado 7.000 millones a la creación de una nueva Línea Covid de ayudas directas a autónomos y empresas no financieras, con el fin de reducir el endeudamiento suscrito entre el 1 de marzo de 2020 y el 31 de mayo del presente año.

Además, se han adoptado medidas adicionales de flexibilización de los préstamos dotados con aval público. 3.000 millones de euros servirán para la reestructuración de deuda financiera Covid, realizando transferencias a las empresas y autónomos más afectados por la crisis.

También se ha decidido extender hasta el final de 2021 las moratorias para el desencadenamiento automático de procesos concursales, dando de esta manera más tiempo a las empresas en dificultades para que puedan restablecer su equilibrio patrimonial y evitar entrar en concurso.

La ampliación del plazo de ejecución y justificación de los proyectos financiados por la Secretaría General de Industria y de la pyme; el aumento de los plazos para la devolución de los créditos públicos gestionados por esa secretaría, así como de las deudas tributarias sin intereses; y la continuidad de la posibilidad de celebración de juntas exclusivamente telemáticas, con el ahorro de tiempo, dinero y riesgo -por culpa, una vez más, del covid- que ello supone, son algunas de las medidas de las que podrán beneficiarse empresas y autónomos para tratar de salir a flote en el temporal.

Ayudas de las aseguradoras

Por su parte, las compañías de seguros también están poniendo su granito de arena, desde Zurich



Nadia Calviño, ministra de Asuntos Económicos y Transformación Digital.

Las aseguradoras también han lanzado medidas de ayudas para empresas y autónomos

a Mapfre, que han desarrollado diversas iniciativas de apoyo durante este tiempo de crisis, pasando por Línea Directa Aseguradora, que ha anunciado que eximirá de pagar la cuota pendiente de abonar de la póliza a los trabajadores por cuenta propia que se hayan visto obligados a cerrar su negocio; o Generali, que ha creado un fondo de dos millones de euros que servirá para ayudar a los autónomos que tengan una mayor vinculación con la aseguradora.

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

seguros^{tv}

Expertos en
Comunicación Audiovisual
para el sector asegurador

www.segurostves



El 45% de los propietarios contrata un seguro de impago de alquiler

Cada vez más arrendadores apuestan por seguros para proteger sus propiedades. Allianz Partners ha analizado las principales preocupaciones a la hora de poner en alquiler una vivienda.

Redacción . Foto: iStock

El alquiler de viviendas también ha sentido el impacto de la pandemia. 2020 ha supuesto un año de transformación del mercado del alquiler y los próximos meses también podrían ser vitales en este sentido.

Los cambios más significativos de este sector han sido el menor incremento de precios en los últimos seis años, el aumento de la oferta residencial en detrimento de las viviendas turísticas y la incertidumbre sobre la futura legislación del alquiler.

En este contexto, el seguro de impago de alquiler se muestra como una tabla de salvación para los propietarios de viviendas que ponen en el mercado sus inmuebles y también para los inquilinos que buscan una vivienda en alquiler.

De acuerdo con los resultados de un estudio realizado por Allianz Partners, más de la mitad de los arrendadores encuestados reciben una renta mensual de entre 501 y 1.000 euros. Sólo un 8% de los propietarios superan los 1.500 euros al mes con sus alquileres.

Perfil del propietario

Los arrendadores que perciben una renta de hasta 1.000 euros mensuales por el alquiler de sus propiedades tienen en su mayoría entre 35 y 54 años y también cuentan con rentas anuales totales más bajas respecto al resto de grupos de propietarios, con ingresos por debajo de los 30.000 euros al año.

La compañía explica que uno de los principales objetivos del informe "ha sido poner de relieve las preo-

ocupaciones y retos a los que se enfrentan los propietarios que deseen alquilar su vivienda". Así, el estudio revela que más de un 65% de los encuestados está muy preocupado porque su inquilino deje de pagar las mensualidades del alquiler. Esta es la máxima preocupación para casi la mitad de los propietarios encuestados.

Garantizar el cobro de la renta

Cada vez son más los propietarios que apuestan por soluciones que garanticen el cobro de la renta cada mes. En este sentido, destaca el aumento del seguro de impago de alquiler, que ya contrata un 45% de los propietarios. Solo el 14% de los arrendadores admiten que desconocen este tipo de soluciones.

De acuerdo con los datos de Allianz Partners, la mayoría de los que contratan un seguro de impago de alquiler lo hacen por un periodo de 12 meses, renovable si el propietario lo desea. De media, los usuarios del servicio pagan entre 200 y 300 euros al año por la prestación, cuantía con la que garantizan el cobro de las mensualidades de todo un año. La amplia mayoría de quienes aún no están protegidos ante posibles impagos reconoce que se plantea contratar una solución de este tipo a

El 47% de los propietarios está dispuesto a contratar un seguro de impago de alquiler

corto o medio plazo. Y sólo un 7% de los encuestados, descarta esta opción.

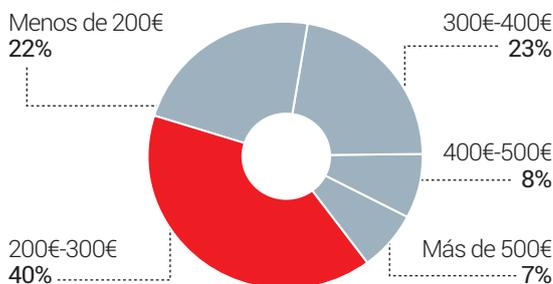
Fernando Barcenilla, responsable de Directo y Digital de Allianz Partners España, reconoce que "es cierto que siempre ha existido una preocupación por el cobro de las rentas sobre las viviendas en régimen de alquiler, pero con la situación actual, se está observando una demanda creciente respecto de soluciones que acompañen al propietario y le garanticen mayor seguridad. Con este informe, en Allianz Partners queremos conocer de primera mano la opinión y demandas de los asegurados para que sirvan como palanca de mejora e innovación".

Para responder a esta mayor demanda de seguros de impago de alquiler, Allianz Partners ha puesto en marcha recientemente un *microsite* dedicado exclusivamente a estas soluciones aseguradoras. La web ofrece información adicional y los beneficios de los que pueden disfrutar los propietarios al adquirir un seguro de estas características.

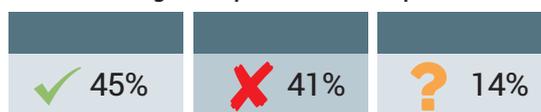
Entre los servicios que ofrece el seguro de Impago de Alquiler de Allianz Assistance se encuentran asistencia jurídica telefónica, pago de alquiler garanti-

El seguro de alquiler en España

Cuánto pagan por el seguro de alquiler



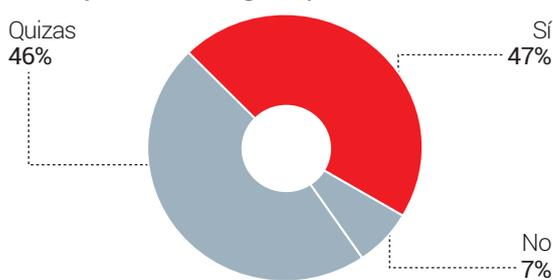
Quién tiene seguro de protección de alquiler



Preocupación por el impago del inquilino



De los que no tienen seguro, quién lo contrataría



Fuente: Allianz Partners.

elEconomista

zado, reparación de daños por actos de vandalismo, gastos de impago de suministros o de cerrajero y cambio de cerradura. Además de la reclamación de daños sobre los bienes del inmueble u ocasionados al propio inmueble, e incluso limpieza de la vivienda, entre otros.

"Las soluciones que garantizan el cobro de las rentas son cada vez más frecuentes y hasta un 45% de los propietarios de vivienda en alquiler cuentan con un seguro de Impago", señala Fernando Barcenilla, quien apunta que "todavía hay aproximadamente un 15% de arrendadores que desconocen la existencia de este tipo de producto, lo que nos ha llevado a lanzar un nuevo espacio en accesible y que arroje información de una forma clara y directa sobre las ventajas que supone disponer de un Seguro de Impago de Alquiler".

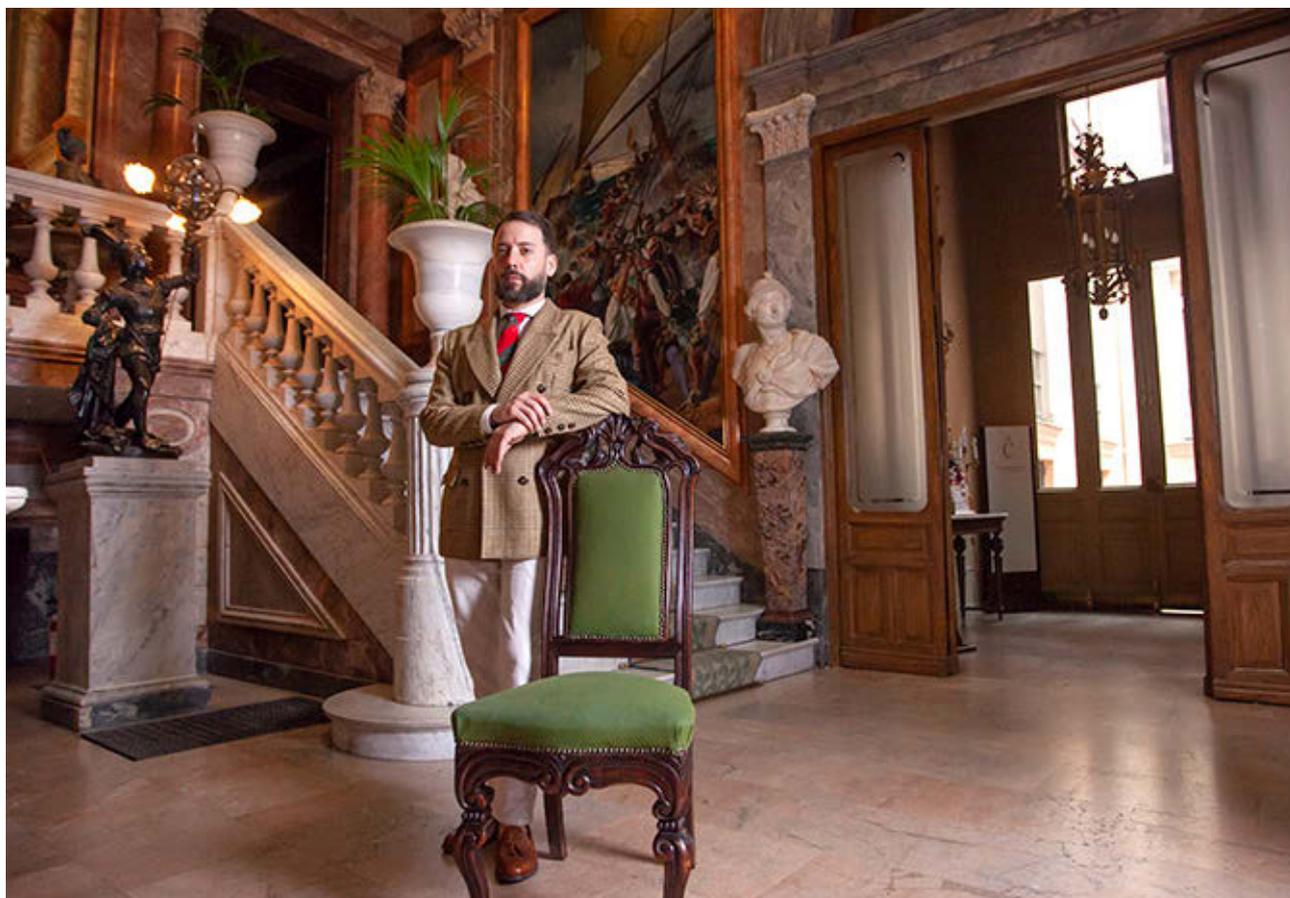
La pandemia ha transformado el mercado del alquiler

La pandemia de coronavirus ha transformado también el mercado del alquiler en España. El primer cambio ha sido la renegociación de los contratos, la bajada de los precios en las grandes ciudades y el aumento de la oferta. En cuanto al precio del alquiler, quitando los grandes núcleos urbanos, el precio se mantiene al alza, aunque se ralentiza la tendencia. De acuerdo con datos de Fotocasa, entre junio de 2015 y junio de 2020 el precio del alquiler de una vivienda en España aumentó un 52%. Los españoles pagaron una media de 866 euros por un piso de 80 metros cuadrados frente a los 570 euros de cinco años atrás, según el análisis de Fotocasa.

Una de las causas de esta ralentización de la subida del precio del alquiler se debe a un aumento del parque de viviendas en alquiler en la segunda mitad de 2020. Según Idealista, la oferta de viviendas en toda España ha aumentado un 63% entre marzo y octubre de 2020. En Barcelona se ha disparado un 92% y hasta un 115% en Madrid. Las razones: muchas viviendas destinadas a estudiantes universitarios no se han alquilado como consecuencia de las restricciones de movilidad y las clases virtuales, y muchos pisos turísticos viran hacia el alquiler residencial.

PABLO RAIJENSTEIN

Mentalista 'sui generis'



“Me fascina cómo una máquina puede imitar las funciones cognitivas de los humanos”

El mentalista 'sui generis' que se cuela en empresas como Pinterest o Google para revolucionar la manera en que piensan sus empleados. Realiza grandes espectáculos de mentalismo en la Gran Vía, pero también escoge localizaciones como el Museo Cerralbo, el Museo de Coches Clásicos o el Museo de Ciencias Naturales.

Por Anita Cufari. Fotos: eE

Pablo Raijenstein es diplomado en psicografía, especializado en hipnosis colectiva, el lenguaje no verbal y la comunicación eficaz. Muchas empresas acuden a él para que imparta talleres donde desgrana las técnicas de persuasión y seducción del mentalismo aplicado a negociación ejecutiva.

**¿Se puede hacer mentalismo en el trabajo?
¿Cuáles serían los beneficios?**

Escojo siempre localizaciones inusuales porque estoy acostumbrado a trabajar con historias reales y me gusta elegir espacios bellos que potencien esto. El mentalismo es una profesión en muchos casos abstracta. Está ligada al ilusionismo y la magia. Yo me centré en la comunicación creativa, artística e interpersonal. Lo aplico cuando trabajo en el escenario y fuera de él. Cómo gestionar la atención, saber sacar todo el par-

tido a tu forma de expresión. Que llegue el mensaje que deseas transmitir de forma clara. Esto es muy importante en todo tipo de trabajos.

Ha sido el primer mentalista en realizar un espectáculo 'online' en España y actuar de forma virtual en Silicon Valley para Pinterest. ¿Cómo funciona su dinámica en 'streaming'?

Se dio de manera muy orgánica. Cuando comenzó el confinamiento, -igual que muchas personas creativas- comencé a hacer directos en Instagram. La ginebra Hendrick's Gin, con la que trabajo habitualmente en sus campañas de promoción, patrocinó varios de mis videos en esta red.

En mis directos, empecé a desarrollar técnicas de mentalismo a distancia y totalmente interactivas. Como funcionaban muy bien, en seguida di el paso a crear un espectáculo enteramente virtual de mentalismo en directo, con interacción del público y en una

de cómo nos comunicamos y tomar consciencia de esto hace que podamos transformarnos, haciendo que seamos más ciertos con lo que proyectamos y que, a la vez, podamos entender a los demás claramente.

Santiago Ramón y Cajal estuvo fascinado por el alcance que podía tener la hipnosis, de hecho, la utilizó con su mujer durante sus últimos partos... Así que hay una evidencia médica de su poder... Existe el hipnotismo para el entorno laboral, ¿es realmente eficaz contra el estrés o para potenciar el rendimiento?

Tanto la hipnosis como cualquier técnica que sirva para modificar hábitos de conducta poco prácticos, modificar tu estado y acceder a tu mente consciente y subconsciente; creo que son una buena herramienta para potenciar el rendimiento. Pero para liberar estrés, recomendaría acudir a mi nuevo espectáculo, donde la gente puede reír, gritar y volver a creer en la magia (risas).

“Cada gesto en un interlocutor es como una palabra y, según el contexto, puede tener diversos significados”

“Aporto mi creatividad y una sensibilidad que conecta con las personas ávidas de emociones diferentes e innovadoras”



plataforma de *streaming* con venta de entradas. Se vendieron cientos de entradas en las primeras semanas.

Posteriormente, Pinterest, se puso en contacto conmigo para su convención anual, ya que querían una experiencia que fuese interactiva, divertida y que conectase en la distancia a todos los participantes. A raíz de esto, también Google me contactó para su convención anual y, después, diversas empresas españolas y francesas.

Es diplomado en psicografología, está especializado en hipnosis colectiva, el lenguaje no verbal y la comunicación eficaz. ¿De qué maneras su conocimiento puede transformar a las personas?

Conocerse a uno mismo hace que se pueda conocer mejor a los demás. El arte puede transformar. A veces no somos conscientes

Además de sus espectáculos presenciales y virtuales, trabaja como embajador para marcas y empresas reconocidas. ¿Qué puede aportar un mentalista como embajador o 'influencer' de una marca?

Me he especializado en dotar de un valor que perdure en el recuerdo, en acciones de comunicación a la prensa. Que el público que acude a una presentación se sienta protagonista. Aporto mi creatividad y una sensibilidad que conecta muy bien con las personas ávidas de emociones diferentes e innovadoras.

En sus espectáculos parece que puede leer mentes. Es una habilidad que todos, alguna vez, hemos deseado dominar en el entorno laboral... ¿En qué pensamos cuando estamos trabajando? ¿Hay algún 'antídoto' para no ser tan evidentes?

La clave está en saber, muchas veces, en

qué prestar atención y en qué no es tan necesario prestar atención. Saber qué potenciar si quieres comunicar y saber dónde mirar o escuchar si quieres obtener información. Hay diversos estudios que muestran cómo la atención en seres humanos se ha ido reduciendo en esta última década de 15 a 12 segundos (en el año 2015), después a ocho y, finalmente, a cinco segundos en 2019.

Actualmente, si a una persona joven se le da un teléfono inteligente y accede a una red social, nos daremos cuenta que en la acción de hacer *scroll* apenas tardará unas milésimas de segundo en detectar si una publicación le interesa o no. Estos son los temas que toco en mis talleres para empresas.

¿De qué tratan las dinámicas que realiza en las empresas? ¿Llega y cambia la manera de pensar y de actuar de los empleados?

En mis talleres de mentalismo brindo mis co-

puede existir entre el mensaje verbal y el lenguaje no verbal que aprecio.

¿En la mente de qué persona le gustaría entrar?

Te diría que más que en la mente de una persona, me gustaría entrar en la mente de la máquina o de un bot. Me apasiona mucho la inteligencia artificial. Me fascina cómo se pueden combinar algoritmos, cómo trabajan y cómo una máquina puede imitar las funciones cognitivas de los humanos.

¿Cuáles son sus límites éticos cuando trabaja con las personas?

Pues mis límites éticos se delimitan igual que el resto de personas con un mínimo de responsabilidad, realmente. Cualquier persona que conduzca un coche, cualquier persona que trabaje con otras personas creo que tiene una responsabilidad y empatía. Saber qué puede ser peligroso o hacer daño... Y qué no hace daño. Mis límites son los de

“La hipnosis y técnicas que modifiquen hábitos poco prácticos son herramientas para potenciar el rendimiento”

“Escojo siempre localizaciones inusuales porque estoy acostumbrado a trabajar con historias reales”



nocimientos y experiencia profesional aplicados a la empresa. Desarrollo el lenguaje corporal y no verbal, profundizo en la sugestión, qué nos sugestiona en la vida cotidiana y las reglas heurísticas para la solución creativa de problemas. Estos nuevos enfoques hacen que las personas puedan adquirir un conocimiento valioso profesional.

En una negociación, ¿cómo podemos saber cómo está pensando el otro? ¿Podemos ‘leer’ sus gestos para entender cuál será la próxima maniobra?

Cada gesto en un interlocutor es como una palabra y esa palabra, según el contexto, puede tener diversos significados. Por eso, lo idóneo es interpretar el conjunto. Por ejemplo, hay posturas que pueden parecer cerradas, como piernas o brazos cruzados, pero eso también se puede deber a un día frío. Yo suelo prestar atención a la coherencia que

cualquiera que puede trabajar con la sensibilidad, en este caso.

¿Dónde podemos encontrarle?

En mi nuevo espectáculo en el Museo de Cera de Madrid, una vez que cierra el horario diurno, se abre mi sesión de mentalismo para grupos reducidos. La experiencia gira en torno al origen de los museos de cera. Aunque no es una historia conocida, este tipo de museos surgen en la Revolución Francesa, cuando se realizaban bustos en cera de las personalidades que eran guillotinas. Luego eran expuestos para que el pueblo pudiese contemplarlos por más tiempo. Este origen inquietante es uno de los componentes de la experiencia histórica que propongo donde, una vez más, el lugar se convierte en un personaje al igual que los asistentes que son también protagonistas. Los pases son los jueves, viernes, sábados y domingos a las 19:30 horas.

¿Cómo se aseguran los animales de granjas y ganaderías?

Solemos dedicar esta sección a los animales domésticos, pero hoy vamos a cambiar el foco centrándonos en todos aquellos que son habituales en negocios rurales como es el caso de las granjas o las ganaderías

Diego Fernández Torrealba. Foto: iStock

Las granjas y las ganaderías son colectivos que aprovechan, directamente o como proveedores, los recursos de decenas, centenas y hasta miles de seres vivos. Como es lógico deben estar cubiertos por un seguro que les cubra ante los numerosos riesgos a los que se exponen y la cantidad de dinero que está en juego, incluso en el caso de las pequeñas empresas o negocios familiares.

¿De qué manera se aseguran? Contratando un seguro específico para explotaciones agrícolas y/o ganaderas, que se encargue de asegurar, más allá de los medios materiales -edificaciones, maquinaria, viviendas, herramientas, vehículos, maquinaria agrícola, comida y cualquier otra existencia-, a los animales que forman parte de ella. Hay que considerar que están expuestos a numerosas situaciones que les ponen en peligro y pueden afectar al negocio del empresario rural.

En España contamos con un sistema mixto, sustentado por el ente público y el privado: las compañías se integran en Agroseguro, que es la entidad que lo gestiona, mientras que el organismo público Enesa vela por el cumplimiento de la legislación.

Un seguro agropecuario completo debe hacerse cargo de decenas de situaciones que ponen en peligro

a los animales y cubrir los daños a las especies: hablamos de los riesgos climáticos básicos -golpes de calor, heladas-; de fenómenos naturales como inundaciones, rayos, nevadas o pedrisco; y de otros riesgos como incendios y fallos eléctricos.

Por supuesto, un producto competitivo del ramo tiene que hacerse cargo de la grave situación que generan las cada vez más frecuentes enfermedades animales, teniendo en cuenta numerosos aspectos: desde el coste por el sacrificio -en el supuesto de que fuese obligatorio- y la muerte de los seres vivos hasta la pérdida de beneficios en caso de que estos no pudieran producir temporal o definitivamente. También puede amparar otras posibilidades, como el fallecimiento a causa de un escenario de pánico ante un peligro externo que provoque un agrupamiento o avalancha y los daños provocados por otro tipo de accidentes; e incluso el robo del ganado o de los animales de la granja.

Como toda rama del sector en la actualidad existe una gran flexibilidad para los productos de este tipo, dependiendo de la cantidad y el tipo de seres vivos con que cuente la explotación y las circunstancias particulares de cada negocio. Gracias a ello, el ganadero o agricultor puede encontrar un seguro lo más personalizado posible que se adapte de la mejor manera a su proyecto e intereses.



Las nuevas habilidades de los directivos para tener éxito en 2021

El gestor del siglo XXI debe desarrollar numerosas capacidades para ser lo más eficiente posible en este entorno profesional cambiante e inmerso en una realidad cada vez más digital

Diego Fernández Torrealba. Foto: iStock

El mundo profesional ha alcanzado una nueva dimensión en casi todos los sectores en los últimos años, y eso teniendo en cuenta que esta locura con tantas lecturas positivas como negativas, pero intensamente revolucionaria no ha hecho nada más que empezar.

Los capitanes del barco -o más bien de la nave espacial-, los altos directivos de las empresas, deben ser capaces de adaptarse a una época en la que todo corre el riesgo de quedarse obsoleto en un parpadeo. Y por eso tienen que desarrollar ciertas habilidades, más allá de las clásicas, que les permitan estar al día del funcionamiento de su empresa y su entorno, con el fin de implementar su productividad y exprimir las nuevas opciones tanto de comunicación como de gestión y negocio que se presentan ante sus ojos.

La escuela de negocios The Valley destaca algunas capacidades imprescindibles como responsable o alto cargo de cualquier compañía moderna, que aquí sintetizamos:

- Manejo de las nuevas tecnologías: imprescindible entre lo imprescindible; un directivo que no esté el día -o al segundo- del entorno digital y sepa aprovecharlo para sacarle partido a su empresa con la máxima rapidez y eficiencia lo va a tener muy complicado. Eso incluye el dominio de innovadoras metodologías de trabajo, con el fin de anticiparse a los constantes cambios y ser capaz de adaptarse a ellos de la mejor manera.

- **Mente analítica y objetiva.** El acceso al *Big Data* debe servir como apoyo para que el alto cargo tome decisiones analíticas y objetivas, basadas en la frialdad y contundencia de los datos que recibe y en su correcta interpretación. Un gestor ha de basar sus decisiones en los resultados obtenidos y por lograr.

- **Liderar más allá de mandar:** dar órdenes es relativamente sencillo. Más complicado es liderar correctamente, sabiendo guiar y motivar a los empleados y siendo capaz de coordinar de la mejor manera el trabajo en equipo -en muchos casos ahora en re-



moto- para llevarlo a su máximo potencial.

- **Abrirse a los nuevos modelos de negocio:** el jefe del siglo XXI tiene también que estar al tanto de las nuevas modalidades de negocio, pues prácticamente a cada segundo se abre -y se cierra- una nueva vía u oportunidad.

Nuevas tecnologías, mente analítica, 'soft skills', son las habilidades para tener éxito

-**Desarrollo de *soft skills*:** cada día más valoradas y demandadas, habilidades que antes se minusvaloraban como empatía, creatividad, capacidad motivacional o resiliencia son ahora esenciales para un buen gestor. Ni qué decir tiene de la capacidad de organización y gestión del tiempo propio... y del de las personas al cargo.

Resultados

Lloyd's paga 7.000 millones de euros por siniestros Covid-19

Lloyd's ha cerrado 2020 con unas pérdidas agregadas de 1.008 millones de euros en 2020, en comparación al beneficio de 2.800 millones de euros de 2019. Estos resultados incluyen unas pérdidas netas por Covid-19 de 3.808 millones de euros, tras el recobro del reaseguro. Los siniestros relacionados con la pandemia han supuesto 13,3 puntos en el ratio combinado, que se eleva al 110,3%. En 2019, este porcentaje fue del 102,1%, según explica la entidad.

Las primas brutas suscritas por valor de 39.760 millones de euros suponen una reducción del 1,2% en comparación con el cierre de un año anterior. Las condiciones excepcionales del mercado, impulsadas por la aceleración de la tendencia positiva en los precios a lo largo del 2020, permitieron al mercado alcanzar un incremento medio en las tasas ajustadas al riesgo del 10,8 % en las renovaciones.



La sala de suscripción de Lloyd's en Londres. eE

Esto se vio compensado por una reducción del 12% en el volumen de primas brutas suscritas, debido a la menor suscripción en negocios con bajo rendimiento en 2020. Lloyd's explica, además, que los recursos netos del mercado han aumentado un 10,8%, hasta 37.970 millones de euros en 2020. Su ratio de solvencia a nivel central y de todo el mercado quedan en el 209% y el 147%, respectivamente.

Aseguradoras

Línea Directa Aseguradora renueva su consejo de administración antes de su debut en Bolsa

Línea Directa Aseguradora ha designado un nuevo Consejo de Administración en preparación de su próxima salida a Bolsa, en el que destaca la mayoría de consejeros independientes, con una representación del 57%. Ello fue aprobado por la última Junta General a propuesta del actual órgano de administración de la aseguradora.

El nuevo órgano de administración de la compañía estará formado por Miguel Ángel Merino, consejero delegado de Línea Directa Aseguradora, en su condición de único consejero ejecutivo; dos consejeros dominicales (Alfonso Botín-Sanz de Sautuola y Naveda, que será además presidente del Consejo; y Fernando Masaveu) y cuatro independientes (Elena Otero-Novas, Rita Estévez, Ana María Plaza Arregui y John de Zulueta) con una extensa y destacada trayectoria profesional. De esta forma, el Consejo de Administración de Línea Directa Aseguradora estará integrado por un total de siete miem-

bros, frente a los nueve actuales, "reforzando la eficiencia del grupo asegurador", explica la compañía.

La composición del Consejo de Administración pone de manifiesto el compromiso de Línea Directa Aseguradora de cumplir con las recomendaciones del código de buen gobierno de las sociedades cotizadas publicado por la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV), así como con las mejores prácticas internacionales en esta materia. Por un lado, en relación con la diversidad, tanto a nivel de formación y experiencia como de género, representando las consejeras un 43% sobre el total de miembros del Consejo. Por otro lado, en términos de independencia, pues los vocales independientes son un 57% sobre el total de miembros.

Asimismo, todas las comisiones consultivas del consejo están presididas y compuestas mayoritariamente por consejeros independientes.

Inversión sostenible: ahorrar con una buena causa

El 80% de los españoles tendría en cuenta criterios de responsabilidad social y sostenibilidad a la hora de invertir en un plan de pensiones. Ha llegado la hora de la inversión responsable.

V.M.Z. Fotos: iStock



El interés de los inversores y los ahorradores por la inversión responsable no para de crecer y ya llega a los planes de pensiones.

La responsabilidad social ha llegado para quedarse. Y a todos los ámbitos, también el de la inversión y el ahorro finalista. Los planes de pensiones con criterios de inversión socialmente responsable (ISR) ganan cada vez más adeptos. Se trata de inversores preocupados por su futuro y por el destino de su inversión y qué impacto puede tener en la sociedad.

Según el Observatorio de Pensiones de Caser, el 80% de los españoles tendría en cuenta el cumpli-

miento de criterios de inversión socialmente responsable (ISR) a la hora de contratar un plan de pensiones. En el mismo estudio se indica, además, que el 64% de los ahorradores españoles tiene muy en cuenta a la hora de invertir que la empresa sea proactiva para adaptarse a los cambios sociales y medioambientales.

La responsabilidad empresarial no es una moda pasajera, es una demanda creciente de la sociedad y un factor que cada vez más empresas convierten

en estratégico, con la complicidad de los equipos directivos y el consejo de administración.

Inversión responsable

Los planes de pensiones responsables responden a esa demanda de mayor sostenibilidad en la sociedad. Los ahorradores buscan un beneficio económico de las inversiones financieras, pero con un objetivo social. Así, el diseño de productos de ahorro e inversión incorpora un perfil de sostenibilidad, cuidando especialmente la cesta de valores en las que invierten.

Mapfre explica que así, el beneficio que obtienen los clientes es doble. "Por un lado, destinan una parte de sus ingresos para complementar la pensión pública cuando llegue el momento de la jubilación y poder mantener un poder adquisitivo estable. Por otro lado, esta fórmula se convierte en el instrumento idóneo para asegurar un futuro sostenible, ya que las estrategias de inversión están encaminadas hacia compañías socialmente responsables".

¿Qué es la inversión socialmente responsable?

La inversión con criterios ISR busca maximizar la rentabilidad de la inversión con un uso responsable del dinero. Para mantener una estrategia de inversión responsable, los analistas de los fondos de pensiones -y de los fondos de inversión en general- se fijan en criterios como la gobernanza y la ética corporativas, las buenas prácticas laborales y la seguridad de los productos, la sostenibilidad, el cuidado de los derechos humanos y las relaciones con la sociedad de la empresa, entre otros.

También tienen en cuenta el sector de la compañía en cuestión. Por ejemplo, las relacionadas con el juego, las armas, el tabaco o el alcohol no cumplen con los requisitos de la inversión ISR.

¿Cómo se aplica en los planes de pensiones?

Al invertir en un plan de pensiones con criterios de inversión responsable, el capital que se va ahorrando ayuda a construir una sociedad más justa y sostenible que convierte la previsión económica en una previsión social. Para ello, los equipos de gestión de activos responsables de diseñar estos productos de ahorro previsión deben utilizar criterios muy estrictos a la hora de seleccionar las cestas de valores en las que invierten las aportaciones de los partícipes para alcanzar el equilibrio entre la rentabilidad esperada y el impacto social positivo que se busca con la inversión.

Una opción son los bonos verdes o la inversión directa en empresas sostenibles de los sectores de las energías renova-

bles, reciclaje, gestión del agua, transporte no contaminante, etc.

Joaquín Garralda, presidente de Spainsif, la Asociación Española para la inversión socialmente responsable, señaló durante la presentación del estudio *La dimensión social de la inversión sostenible* que "a pesar de su dificultad, cuando hablamos de inversión sostenible parece que es más fácil establecer estándares medioambientales -como el recién apro-

80%

El 80% de los españoles tendría en cuenta estos criterios en su inversión en planes de pensiones

bado Reglamento de divulgación de información relativa a la sostenibilidad en el sector de los servicios financieros (SFDR)-, pero cuando nos referimos a la dimensión social es más compleja la decisión de los estándares, aunque no por ello debemos de retrasar la inclusión de su impacto en el análisis de la doble materialidad de las compañías". Garralda destacó, además, la mejora de la comunicación y el reporte del impacto social de las organizaciones a través de la integración de los ODS y de los criterios de inversión socialmente responsable y ESG en sus actividades.



Seguro de crédito

Los impagos frenan la capacidad de crecimiento del 60% de las empresas

La crisis del Covid-19 ha aumentado la presión sobre las organizaciones, que luchan por mantener un flujo de caja sostenible mientras sus ingresos disminuyen. Junto a la caída de la actividad y de la demanda, otra de las principales causas de este descenso de la liquidez empresarial es el retraso en los plazos de pago y los impagos de los clientes, que también está afectando gravemente a la estrategia de negocio de las entidades.

Tal y como muestra el *Informe Europeo de Pagos* de Intrum, compañía especializada en gestión y prevención de impagos, seis de cada diez empresas españolas (62%) reconocen que este aumento de la morosidad está impactando directamente en su capacidad de crecimiento. España es el país comunitario donde los impagos están repercutiendo más negativamente en el desarrollo de sus organizaciones, explica la entidad.

Aseguradoras

Mapfre mantiene su apoyo a los jóvenes empresarios de Ceaje

Mapfre y la Confederación Española de Jóvenes Empresarios (Ceaje) han renovado el convenio que ambas entidades mantienen desde el año 2018. El acuerdo ha sido ratificado en la sede central de la aseguradora por Javier Oliveros, director comercial de Mapfre España; y Fermín Albaladejo, presidente de Ceaje.

Mediante este acuerdo de colaboración los jóvenes empresarios continuarán teniendo acceso a

una amplia gama de productos aseguradores y tendrán a su alcance importantes ofertas y descuentos en productos de la aseguradora. Asimismo, Ceaje y Mapfre continuarán organizando conjuntamente seminarios, jornadas y realizando distintos mecanismos para desarrollar acciones con las diferentes Asociaciones de Jóvenes Empresarios Territoriales (AJE), explica el grupo asegurador.

Mediadores de seguros

Liberty Seguros se adhiere al Grupo de Apoyo de Fecor

La Federación de Corredores y Corredurías de Seguros de España, Fecor, ha incorporado a su Grupo de Apoyo a Liberty Seguros. La aseguradora confirma así su apuesta decidida por los corredores, y su relevante papel en la empresa y el sector, explican ambas entidades en un comunicado.

Juan Antonio Marín, presidente de Fecor, ha valorado muy positivamente la entrada de Liberty Seguros

en el Grupo de Apoyo de la federación de asociaciones de corredores de seguros porque "Liberty ha considerado a los corredores como un canal diferencial, coincidimos en la importancia fundamental que tiene para los corredores la digitalización y sostenibilidad, por lo que incorporaciones como la suya solo pueden reforzar nuestro proyecto. Máxime en este momento de profundos cambios y nuevos retos a los que se enfrenta el sector".

RSC

Mutua premia la creatividad de los jóvenes contra la violencia de género

La Fundación Mutua Madrileña ha convocado la séptima edición de *#NosDueleATodos*, su Concurso Nacional en Centros de Enseñanza y Universidades por la Igualdad y contra la Violencia de Género.

El objetivo es premiar las ideas creativas e innovadoras de estudiantes para sensibilizar a los más jóvenes para prevenir y evitar conductas que puedan desembocar en situaciones de maltrato. Hasta el

16 de mayo los alumnos pueden presentar sus trabajos en la web *nosdueleatodos.com* y optar a alguno de los premios en las distintas categorías, dotadas en total de 20.000 euros.

El concurso está dirigido a jóvenes de centros de enseñanza de ESO, Bachillerato y FP, así como a universidades y escuelas de posgrado, explica la compañía que preside Ignacio Garralda.

A cinco minutos del ‘Lexatin’

De ese lado del problema el aire ahoga y el cuerpo reacciona. Hormigueos, rigidez muscular, falta de aire, pulso acelerado y confusión interna. Y todo comienza con un sutil miedo, ese mecanismo de defensa que nos ha permitido sobrevivir durante tantos millones de años.

Anita Cufari. Foto: iStock

Hay mujeres que lloran en el semáforo. ¿Las conoce? Las distinguirá porque tienen las manos apretadas al volante, como buscando algo real, algo tangible y certero en toda su vida. Ansiosas por encontrar un punto de apoyo o ancla, sintiendo la textura del manubrio con la esperanza de sentirse un poco vivas.

La mirada dirigida con firmeza al parabrisas, pero no están ahí. De verdad. Por más que las vea estoicamente sentadas al mando del vehículo, no están ahí. Y con el semáforo en rojo, llega la pausa de la vorágine. Y como si tuvieran una tos, una convulsión, largan solo tres lágrimas, que ya se puso en ámbar y hay que seguir con la vida.

A punto de estallar

A cinco minutos del *Lexatin*, está el cuerpo pidiendo colgar la capa de superhéroe, alzando la bandera blanca en señal de derrota. Una de las primeras señales de que esto no está bien. De que, tal como están las cosas, el semáforo debería haber quedado en rojo para extraer el agotamiento mental con total libertad.

También está la desesperación de verse engullido en miles de cosas que no llenan ni se eligen y la angustia de no saber cómo salir de ellas.

Y un día, esas señales se convierten en una agitación extraña, un respirar sin aire, un grito aullado fuera de lugar.

El diálogo interior se vuelve bullicio que aturde. Pierde sentido de lo que es real y lo que elucubran esas voces internas.

Déjeme decirle que el 95% de los miedos se generan en nuestra cabeza y no existen. De verdad, no existen. Claro que eso se descubre después de haberlos atravesado. Mientras tanto son un muro inmenso a punto de caerse en nuestra cabeza.

Y todo comienza con un sutil miedo, ese mecanismo de defensa que nos ha permitido sobrevivir durante tantos millones de años. El miedo es bueno. La ansiedad carcome.

Así que el cuerpo reacciona de mil maneras di-

ferentes preparándose para huir del león, pero no hay león. Hay un *mail*, una factura, una discusión que son la mecha. Pero la explosión ya la estaba esperando.

A cinco minutos del *Lexatin* están los “no” mudos. Los miedos a que el dinero no alcance, a descubrir que se ha perdido avanzando hacia el costado, con el objetivo cada vez más lejano.

A cinco minutos del *Lexatin* están los pensamientos no escritos, el conejo de Alicia persiguiéndonos con su reloj. Las caminatas no disfrutadas. El silencio no apreciado. El libro no leído. El dibujo que nunca sucedió. La ¿meditación? sí, total, para qué.

Pura ansiedad. Por eso, a cinco minutos del *Lexatin*, también están los profesionales que pueden ayudarlo en caso de que le duela la vida.



Martín Caparrós y el hambre que sigue ahí

Literatura Random House edita la nueva edición de 'El hambre', un relato sublime del argentino Martín Caparrós.

Ana M. Serrano. Foto: eE

Quienes han leído a Martín Caparrós saben de qué clase de literatura (o de reportaje) vamos a hablar en esta nota. Quienes no, están a punto de entrar en el fascinante universo del periodismo literario, por llamar de alguna forma a esa prosa viva construida sobre el arte de mirar que sólo algunos privilegiados logran poner en un papel en blanco.

Martín Caparrós es ese señor argentino capaz de escribir una crónica periodística como si se tratase de una obra de ficción sin faltarle un ápice a la realidad, a la verdad, al dato contrastado, a la investigación. Porque, como dice la también periodista Leila Guerriero en su *Zona de obras*, "el periodismo narrativo es muchas cosas, pero es ante todo una mirada -ver, en lo que todos miran, algo que no todos ven- y una certeza: la certeza de creer que no da igual contar la historia de cualquier manera".

Y eso es lo que hizo Caparrós antes de publicar *El hambre* allá por el 2014: mirarle al hambre a la cara, destripar las explicaciones, ponerle nombre a los números. ¿Cómo? Recorriendo de norte a sur toda la geografía de la escasez y la pobreza: desde la India y Bangladesh a Sudán, Níger y Kenia; tampoco olvidó las zonas más deprimidas de América Latina o del primer mundo. E intentando comprender "¿cómo carajo conseguimos vivir sabiendo que pasan estas cosas?".

Hoy, que la situación mundial es aún peor que hace siete años, Literatura Random House ha publicado recientemente una nueva edición revisada del ensayo de Caparrós. Hoy, que pandemia mediante, aquella raquítica mejoría experimentada al filo de la pasada década no es más que un espejismo de la esperanza, el periodista argentino ha actualizado los datos y las cifras, comprobando que la tragedia de la desnutrición -y todas las miserias que la rodean- crece de nuevo. Que la cantidad de hambrientos en Latinoamérica ha subido de 39 a 48 millones en tan solo cuatro años. Que en África ha alcanzado los 250 (millones, ¡jojo!) y en Oriente Medio los 30. Aterrador.

Caparrós repasa una vez más las zonas del hambre no saciada, del "hambre desesperante de qué-



Portada de la nueva edición de 'El hambre'.

nes no pueden con él"; analiza de nuevo las diferencias entre un mundo y el otro, el de la hambruna, las desigualdades e injusticias. El narrador regresa, como aquella primera vez, al lugar donde le puso voz y cara al niño de las piernitas escuálidas que veía de crío en la tele, a los refugiados, a los damnificados de inundaciones, terremotos y otras catástrofes.

Todo ello desde el punto de vista del periodista que no quiere contar la historia de cualquier manera ni de repetir lo que otros han dicho. Del profesional que sabe que no basta con narrar, sino que hay que estar allí. Permanecer con el hambre, convivir con ella para no contar lo que ya sabemos, ni siquiera de la forma más cruda agitadora de conciencias. Vivir la incertidumbre, comprender la imposibilidad de pensar en el día próximo... Entender, en fin, la pobreza para poder contarla es lo que ha hecho este inmenso periodista/escritor/narrador/reportero. Y además lo ha hecho sin caer en el amarillismo o el morbo de relatar las miserias ajenas. Sublime.

El nuevo 'vermuteo 0,0' y el vino en lata

El 2021 trata de sorpresas e innovaciones en línea con nuestro estilo de vida. Estas propuestas van de disfrutar más, de probar cosas nuevas sin olvidarnos de lo que nos gustaba de la era pre-mascarilla.

Anita Cufari. Fotos: eE



Martini revoluciona la hora del aperitivo con dos nuevas variedades de vermut sin alcohol: 'Vibrante' y 'Floreale'.

Hace dos años Beppe Musso, Maestro Mezclador, e Ivano Tonutti, maestro herborista de Martini le estaban dando vueltas a la idea. Y hasta que la fórmula no dejó a todos boquiabiertos y con ganas de más, la emblemática marca de vermut no se lanzó con sus dos variedades 0,0. Así llegan el Martini *Sin Alcohol Vibrante* y el *Floreale* a la hora del *vermuteo*, para quedarse como opción para quienes prefieren coger el coche enseguida o disfrutar del momento entre amigos siendo abstemio.

El *Vibrante* tiene el típico color rojizo, con ese giro amargo de las bergamotas que se distinguen entre sus notas. Y el dorado *Floreale* es donde la manzanilla romana toma el protagonismo. Para quienes buscan el Martini de siempre, deberán quedarse con la emblemática botella de toda la vida. Aquí nos encontramos con dos vermouths con personalidad propia y aromáticamente muy interesantes.

Para que el *vermuteo* con ganas de Martini no se diluya por no tener alcohol, la base aromática se intensifica con nuevas mezclas de hierbas que, hasta ahora, no había sido probada por la casa.

Sus creadores recomiendan tomar el *Vibrante* o el *Floreale* *on the rocks*: 75ml de Martini sobre hielo y listo. Si nos vamos a su versión con tónica -el carbónico potencia el perfume de ambos sin alterar el sabor-

deberíamos mezclar 50% y 50% de ambas bebidas, mucho hielo y rematar con un *twist* de naranja, como recomiendan los maestros mezcladores.

Vino en lata para un sorbo de libertad

Dentro de las latas de *Zeena* están los sueños de Sana Khouja, una guerrera al frente de la *startup* Mindful Drinkers que está dispuesta a conquistar el mercado con su estilo de vida *a sip of freedom* (un sorbo de libertad). Pero más allá de la curiosidad de la lata, lo que hay dentro es vino, vino. Tinto y blanco, monovarietales, jóvenes y ecológicos de garnacha de Terra Alta (Cataluña), de cultivo ecológico, con certificación vegana, sin aditivos ni azúcares añadidos. El *Zeena Blanco*, de 2020, tiene un aroma floral y cítrico. Es un poco seco, pero muy fresco en boca. En cambio, el tinto (también de 2020), desvela notas de fresa y cereza.

Lo interesante del formato es que las latas son de aluminio 100% reciclado y reciclable de 187-200ml, protegidas por una película interna de Vinsafe para mantener inalterable el sabor y calidad del vino. Ideales para la vida en Camper y esas neveras dispuestas a dar lo mejor de sí en un picnic. Que las latas de *Zeena* se enfrían enseguida, tienen el típico abrefácil y, por supuesto, son muy prácticas para transportar y apilar. Vino en lata. Vermut sin alcohol. El 2021 viene repleto de sorpresas.

'Zeena' enlata un vino orgánico y vegano de uva garnacha.



Terapia floral para recuperar la piel en primavera

Llega la primavera y con ella el despertar de las flores. Su esencia se ha convertido en uno de los ingredientes básicos de la cosmética tanto de rostro como de cuerpo. La rosa y la lavanda son ingredientes básicos para la belleza.

Ana M. Serrano. Fotos: eE

Rosa, lavanda, jazmín, orquídea, mimosa, edelweiss, geranio... El poder terapéutico de las flores es conocido desde tiempos ancestrales. No hay cultura, por remota que sea, que no haya empleado los aromas, los extractos y aceites, incluso los arreglos florales, para equilibrar el cuerpo y el alma. Actualmente, aparte de los rituales de aromaterapia, las esencias florales se han convertido en los ingredientes estrella de numerosas firmas cosméticas que apuestan por la belleza orgánica.

La rosa no solo es la reina de los jardines, sino la protagonista de las fórmulas más efectivas. Por sus propiedades antiinflamatorias y antioxidantes, la rosa purifica y refresca. Además, la infinidad de variedades de esta flor proporciona un elenco extraordinario de combinaciones y beneficios para la piel.

La rosa de invierno, por su excepcional poder de regeneración, protagoniza la composición del elixir absoluto de nutrición de Germaine de Capuccini. Se trata de un aceite facial seco, de textura sedosa que re-densifica desde el interior. Es ideal para pieles maduras ansiosas de nutrientes y pieles sensibles y finas.

Con agua pura de rosas y rosa damascena, la mascarilla *Bulgarian Rose* (Foreo) es ideal para tratar la piel seca y apagada. La firma sueca aconseja aplicarla con el dispositivo Ufo, diseñado para potenciar el poder del producto gracias a la tecnología de hiperinfusión.

Claro que la aplicación de los mencionados productos requiere una piel impoluta. Es de primero de cosmética limpiar y eliminar impurezas. La fórmula en gel de Uriage -Roséliane fluido dermo-limpiador- con extractos vegetales de malva, rosa, caléndula y mimosa prepara el rostro y garantiza una alta tolerancia en pieles sensibles con tendencia a presentar rojeces.

La lavanda, gracias a sus propiedades astringentes, antioxidantes y antimicrobianas, se presenta como la gran estrella de la cosmética corporal. No hay más que probar la crema hidratante y calmante *Caring Lavender* (Apivita) para disfrutar del poderío de esta bella flor morada. Igual que el nuevo sérum de belif. Ligero y aromático, *Hungarian Water Essence* hidrata



La rosa damascena es la protagonista de esta mascarilla de Foreo. eE

la piel de forma duradera e instantánea. Su fórmula está compuesta de una mezcla de plantas medicinales como romero, lavanda y extracto de centella asiática.

La orquídea, además de exótica y misteriosa, es conocida como la flor de la juventud y muy apreciada en la cosmética imperial por su capacidad de renovación de las células y regeneración del ADN. La firma alemana Olehenriksen escoge esta flor como ingrediente base para el *Wrinkle Blur Bakuchiol*, elaborada con células madre de orquídeas, péptidos y *bakuchiol*. Se trata de una potente crema de contorno de ojos con doble acción: difumina al instante las arrugas de la zona y mejora la elasticidad y el aspecto de las ojeras.

Sérum hidratante con lavanda de Belif. eE

