

Revista mensual | 13 de mayo de 2021 | N°90

Seguros

elEconomista.es

ASEGURADOS MÁS PROTEGIDOS EN UN SECTOR MÁS SÓLIDO Y TRANSPARENTE

El Consejo de Ministros aprueba dos Reales
Decretos que completan la legislación del sector

AHORRO

**INVERTIR EN
CRIPATOMONEDAS: ALTA
RENTABILIDAD CON RIESGO**





En portada | P8

Nuevas medidas para fortalecer la protección del asegurado

El Consejo de Ministros ha dado luz verde a dos Reales Decretos para fortalecer la protección del asegurado y reforzar la solidez y solvencia de las aseguradoras.



Ahorro | P34

Criptomonedas: rentabilidad, pero ¿a qué precio?

La elevada rentabilidad de criptomonedas como Bitcoin atraen el interés de ahorradores e inversores, pero ¿es una apuesta segura?

Empresas | P15

Gestionar los RRHH en la nueva era del teletrabajo

El teletrabajo ha llegado para quedarse y las empresas se ven obligadas a variar sus políticas de empleo para gestionar a sus trabajadores a distancia.

RSC | P29

Los corredores de seguros eliminan sus emisiones contaminantes

La sostenibilidad medioambiental se abre hueco entre los mediadores de seguros. Varias corredurías globales y españolas certifican su compromiso cero emisiones.



Entrevista | P12

Jordi Bastús, presidente de Psicosoft y experto en gamificación

“Quizá el aprendizaje más relevante es darme cuenta de todo lo que me queda por aprender”, explica el especialista también en eSports.



Movilidad | P20

¿Cómo serán las nuevas etiquetas de emisiones de Tráfico?

Aún no hay consenso oficial, pero el objetivo de la Dirección General de Tráfico es que las nuevas etiquetas estén vigentes a final de año.

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).



Más y mejor información para impulsar la protección de los asegurados

El sector asegurador se enfrenta a un cambio normativo que marcará el modo en el que sus profesionales se relacionarán con sus clientes en los próximos años. El pasado 20 de abril el Consejo de Ministro aprobó dos Reales Decretos que establecen los nuevos requisitos de formación para los profesionales de la distribución de seguros y otro que regula la supervisión y solvencia de las entidades aseguradoras. En el caso de la formación, este cambio en el modo en el que los mediadores de seguros acceden a la profesión afecta a cerca de 77.000 profesionales: agentes y corredores de seguros, empleados de compañías y operadores de banca seguros.

Y estos nuevos requisitos tienen como objetivo preparar mejor a estos profesionales de la distribución e seguros para ofrecer a los clientes una información mejor y más completa a la hora de adquirir un seguro, conociendo de primera mano las coberturas y las exclusiones de los productos que les ofrezcan. El objetivo de la normativa europea es evitar la venta abusiva o incorrecta de seguros como ya ocurriera con algunos productos bancarios en la anterior crisis financiera.

■
El nuevo modelo
de formación afectará
a cerca de 77.000
profesionales de la
mediación de seguros
■

El propósito de mejorar la protección del consumidor es muy loable y es un objetivo común para todos los profesionales del sector asegurador. Sin embargo, algunos corredores de seguros consideran que reducir para ello un 40% las horas de formación para acceder a la profesión es algo "incongruente". Además, un exceso de información puede ser, también, contraproducente para el consumidor de seguros. El equilibrio es la clave. Ahondamos más en estos cambios que marcarán un punto de inflexión en la relación del sector asegurador con sus clientes en el reportaje de portada de la edición de mayo de *elEconomista Seguros*. Además, profundizamos en la nueva ola de inversiones en criptomonedas por su elevada rentabilidad, que atrae tanto a inversores particulares como a institucionales, no sin riesgo, como cualquier inversión que prometa una elevada rentabilidad.

No nos olvidamos este mes de los mejores consejos sobre salud, empresas y emprendimiento. Ni dejamos de lado el impulso que los corredores de seguros están dando a la sostenibilidad con las primeras corredurías que se han comprometido a eliminar sus emisiones de gases contaminantes en los próximos años. Hablamos de emisiones, también, para tratar de averiguar cómo serán las nuevas etiquetas medioambientales que la Dirección General de Tráfico prepara para clasificar a los vehículos en función de sus emisiones contaminantes.

Y, como siempre, dejamos un espacio para el ocio y el descanso, con las mejores propuestas de cultura y estilo de vida para relajarse ahora que llega el buen tiempo, porque no todo es trabajar. Feliz lectura.



Carlos Lluch
Corredor de seguros

De PUF a Pufo

Pufo: e, engaño, petardo". Definición de la Real Academia Española (RAE).

Cuando un ciudadano español se atreve a hipotecar su vivienda recibe de su banco una Ficha de Información Precontractual (Fipre) con información precontractual donde le dirán que puede elegir el seguro de hogar donde considere, siempre que tenga un cierto capital mínimo; también que el banco de turno se ha adherido al Código de Buenas Prácticas anexo al Real Decreto 6/2019.

Acto seguido la práctica constata que le dirán que el seguro se contrata con ellos y que, además, está obligado a contratar un PUF. O puede que se lo hagan sin siquiera avisarle, que, para eso, cual versión financiera del Fausto les ha vendido su vida por los próximos 35 años.

¿PUF? ¿A qué me suena? ¡Ah, sí, a Pufo! Y lo es.

Un PUF es un seguro de vida riesgo a Prima Única Financiada. Es decir, un seguro de vida que pagas de golpe al contratarlo y, como vale un potosí y no hay con qué pagarlo, a uno se lo incluyen en la financiación de la hipoteca. Lo curioso de los PUF es que no vamos a encontrarlos en ninguna agencia o correduría de seguros, solo en banca. ¿Por qué?

La alternativa saludable y ética a un PUF para cubrir el riesgo de fallecimiento o invalidez de una persona es un seguro de vida de los de siempre, esos que uno paga anual o cómodamente mes a mes. Estos seguros pueden hacerse con la modalidad de "amortización de préstamos" con la que se cubre tan solo el capital pendiente de pago que podamos tener en el momento de morir o de quedar incapacitados y, además, son muchas las compañías en las que solo pagas la mitad de la duración del préstamo o un número determinado de años, no toda la vida de la hipoteca.



Entonces, ¿por qué la banca obliga a suscribir un seguro que cuesta de 12.000 a 30.000 euros, en muchos casos, y a financiarlo? Pues porque los precios de los seguros de vida en banca están inflados generando comisiones alucinantes y los clientes, hace años, se iban con la competencia a la que se enteraban de que eran meros *pagafantas*. ¿Cómo evitar esas fugas? Pues cobrando por adelantado y ganando, adicionalmente, el interés que acabará en muchos casos duplicando el precio pagado por el seguro. Una mina de diamantes.

Agentes y corredores no venden PUF. No solo por ser una burrada en esfuerzo inicial. Además:

Imagina a alguien que puede comprar su seguro de vida por 240 euros y su hermano gemelo paga 15.000 euros en el banco. Ambos mueren al cabo de meses: a uno el seguro le habrá costado 240 euros y tendrá la casa pagada y el otro obtendrá el mismo resultado con un coste un 6.250% más caro. ¿Mola?

Si la pareja se separa antes de que acaben los 35 años de hipoteca (eso le pasará al 70% de las parejas, según el Instituto de Política Familiar (<http://www.ipfe.org/>) puede que el seguro sea sobre la vida de quien no se queda la casa y en medio de una batalla legal. Malo.

Si se amortiza parcialmente la aseguradora no devuelve dinero así que se pagó de más.

Si se amortiza totalmente, muchos bancos incluyen cláusulas de devolución de las provisiones matemáticas del seguro, esto es, lo pagado reteniendo las comisiones de los años futuros de seguro que no vamos a disfrutar y eso va contra la Ley de Consumidores y Usuarios por cobrar por servicios no prestados.

El importe financiado del PUF nos va a encarecer el Impuesto de Actos Jurídicos Documentados y la minuta de notario y registro.

En caso de ejecución hipotecaria el seguro no es vivienda, pero sí deuda. No vamos a conseguir valor que lo compense en la subasta por lo que aumentará la deuda viva de la familia ejecutada y complicará que pueda dejar de ser un cadáver financiero.

Incrementar de forma importante la cuota mensual del préstamo solo hace que este sea más difícil de pagar y, por tanto, acre-

cienta el riesgo de ejecución hipotecaria.

No conozco a nadie que haya pedido pagar de una vez un seguro pudiendo pagarlo cómodamente y ganando en posibilidades de adaptación a la realidad futura. Me gustaría que, en algún momento, alguien en la Administración se plantee a quien debe proteger, comprenda la magnitud de un abuso que explica muchas posiciones en el *ranking* de aseguradoras y tome el toro por los cuernos. Mirando para otro lado logrará tan solo ser un cómplice necesario de un abuso al que hay que pararle los pies cuanto antes.



Mediación

Forinvest 2021 premia a los profesionales del sector asegurador

Javier Barberá, presidente del Consejo General de Mediadores de Seguros, ha recogido, en nombre de todo el sector asegurador, el premio *Forinvest 2021*. El galardón reconoce el esfuerzo de todas las personas que trabajan en seguros, especialmente durante el tiempo de pandemia.

Con este premio, el foro distingue la labor realizada por el sector durante un año complicado y en el que ha jugado un papel fundamental para dar servicio y facilitar soluciones, entre ellas, moratorias de hipotecas, gestión de los avales del ICO, adelantos de pensiones, prestaciones por desempleo o gestión de seguros. Todas ellas, iniciativas que han resultado esenciales para el sector, en particular, y la sociedad, en general. Para Javier Barberá, "es especialmente significativo que se haya elegido a la mediación como elemento aglutinador de todo un sector tan importante para la economía del país. Barberá



Javier Barberá junto a Ximo Puig, presidente de la Generalitat Valenciana. eE

ha hecho extensivo este premio a los clientes, cuya confianza es clave en la actividad de todo el sector".

Por su parte, el premio en reconocimiento a los trabajadores de la banca lo han recogido por los profesionales Mireia Miravent (Sabadell), Gloria Ramón (Ibercaja), Enrique Martínez (Santander) y Elena Durá (CaixaBank).

Aseguradoras

'Aftermask': Estamos Seguros recopila las tendencias del sector en la era post-Covid

Cómo serán las relaciones entre clientes y aseguradoras en los próximos años? ¿Qué esperan las personas de su aseguradora? ¿Cómo pueden satisfacer las necesidades de sus clientes? ¿De qué forma ha incidido la pandemia en las prioridades de las personas? ¿Qué papel desempeña el seguro en la sociedad? Estas son algunas de las preguntas sobre las que reflexionó el sector asegurador el año pasado y a las que Estamos Seguros da visibilidad a través de *Aftermask*.

Estamos Seguros ha dado una vuelta de tuerca al informe *Impacto de la COVID-19 en las conversaciones sobre el futuro del sector asegurador*. Este estudio fue dado a conocer el pasado enero. Ahora sintetiza estas reflexiones en una página web para facilitar su difusión y aligerar su consulta.

Aftermask resume a través de ocho fichas las grandes tendencias identificadas en las entrevistas rea-

lizadas por Salvetti Llobart. El cambio y la incertidumbre se han vuelto cotidianos. En este contexto las personas buscan nuevas formas de protegerse. El distanciamiento social para prevenir el coronavirus evidencia la importancia de las relaciones familiares y las amistades. También se ha reforzado la solidaridad y formar parte de una sociedad.

Varias tendencias están relacionadas con la tecnología: las limitaciones para salir a la calle han derivado en una aceleración digital forzosa, han acelerado los servicios a distancia. También ha quedado patente cómo la tecnología puede ser un canal que aporta libertad y flexibilidad en el día a día, pero las personas desean tratar con personas, por eso demandan combinar la atención física con la digital. Elegir en cada momento cómo se le atiende. La generalización de los dispositivos electrónicos deriva en una sociedad hiperconectada e hiperinformada.



¿Qué es **VIVO**?

Es el **Seguro de Decesos** que tú y tu familia necesitáis, porque llegado el momento, es la forma de asegurarte que no tengan que preocuparse por nada, porque con VIVO, tu tranquilidad y la de los tuyos es lo que más nos importa.

Infórmate en el
900 20 30 10
o en tu sucursal más cercana.

DEJAR UNA RECETA FAMILIAR

Ese es Tu legado

**Nadie puede
elegir como irse,
pero sí qué dejar
a su seres queridos**

Por tu tranquilidad, por su tranquilidad,
contrata tu seguro de Decesos

Nuevas medidas para fortalecer la protección del asegurado

El pasado 20 de abril, el Consejo de Ministros dio luz verde a dos Reales Decretos para fortalecer la protección del asegurado y reforzar la solidez y solvencia de las entidades aseguradoras.

V. M. Z. Fotos: istock

El asegurado está de enhorabuena. Desde el pasado mes de abril se ha reforzado su protección gracias a la aprobación de dos Reales Decretos muy relevantes para el sector asegurador. El primero de ellos establece la formación que deben tener los distribuidores de seguros. El segundo se centra en la solidez y solvencia de las entidades que operan en el mercado asegurador español. El Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital señalaba el pasado 20 de abril que con la aprobación de estas normas se completa la trasposición de directivas europeas en el ámbito de seguros. Una transposición que aún debe refrendarse en el Congreso y que está pendiente desde hace más de un año.

El Real Decreto sobre formación y remisión de la información estadístico-contable de los distribuidores de seguros y reaseguros regula la formación inicial y continua que deben tener los profesionales que comercializan seguros. Y eso abarca al personal de las compañías de seguros que tienen contacto con el cliente, a los agentes, a los corredores de seguros y a otras figuras que incluye la Directiva Europea. El objetivo de esta norma es garantizar que los distribuidores de seguros cuentan con los conocimientos necesarios de los productos que venden y que estos se adecúan a las necesidades de sus clientes, protegiendo, así los intereses de los asegurados.





El objetivo de estos cambios es mejorar la protección del consumidor y evitar ventas no informadas de seguros. istock

Información adecuada

El objetivo de este hincapié en la formación es que los asegurados y los ahorradores reciban una información adecuada sobre precios y coberturas. Y que comprendan bien los seguros que se les ofrecen y después compren. El fin último es evitar que en el sector asegurador se produzca una venta abusiva, tal y como se vivió hace ya más de una década en el ala bancaria del sector financiero. Joaquín Tabernero, consejero delegado de la agrupación de interés económico de corredores de seguros Espanor, señala que “en materia de transparencia, los corredores siempre lo hemos sido, lo somos y seguiremos siéndolo, nuestra objetividad a la hora de asesorar a los clientes es nuestra forma de trabajar, frente a los sistemas de colocación de seguros de la banca y otros distribuidores, que no piensan en el asesoramiento”.

“Los corredores de seguros, por su propia operativa y como profesionales con un nivel superior de requisitos en formación, ya aportaban al consumidor gran información. Es posible que demasiada información y documentación pueda llegar a saturar a nuestro cliente, por lo que hemos de trabajar en la forma de acercarnos a él simplificando lo que aportamos para su comprensión”, recuerda Juan Antonio Marín, presidente de Fecor.

Los nuevos requisitos de formación

La norma establece la formación inicial y la actualización anual que deben acreditar todos los profesionales de la mediación de seguros y los empleados de las entidades que distribuyan productos directamente. Esta nueva norma afecta a más de 72.000 agentes de seguros, 3.300 corredores de seguros sujetos a la

supervisión de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones (DGSFP), a los 1.700 corredores de seguros supervisados por las Comunidades Autónomas, así como el personal y colaboradores de los anteriores y de las propias entidades aseguradoras cuando intervengan en el proceso de comercialización de seguros, proporcionando información o asesoramiento a clientes.

El Real Decreto determina los conocimientos y aptitudes que deben tener los distribuidores de seguros, teniendo en cuenta la responsabilidad, complejidad del producto y actividad que desempeñen. Sobre es-

77.000

La nueva norma de formación afecta a cerca de 77.000 profesionales de la mediación

ta base se establecen tres niveles de formación: los responsables de distribución en aseguradoras, operadores de banca seguros y corredores de seguros y reaseguros deberán acreditar 300 horas de formación. Por su parte, los agentes de seguros y empleados de aseguradoras que presten asesoramiento deberán acreditar 200 horas; y los agentes y empleados que únicamente ofrecen información deberán contar con 150 horas de formación.

Para la acreditación de las horas se tendrá en cuenta la formación previa certificada y se prevé un régimen de homologación para los distribuidores que desarro-

llen ya esta actividad. Una de las principales novedades de la norma es la exigencia de mantener una formación continua de entre 15 y 25 horas anuales. "Uno de los principales ejes de la IDD es que pone el foco en el cliente, se busca que esté bien informado y que tenga conocimiento de aquello que está contratando. Esto obliga a todos los distribuidores a aproximarnos al consumidor con la máxima transparencia y rigor, tanto en la información que suministramos como en el manejo que hacemos de sus datos y así transmitirle la máxima seguridad y tranquilidad", señala Juan Antonio Marín, presidente de Fecor.

El RD establece también la información estadístico-contable que los distribuidores de seguros deberán remitir a la DGSFP. Así, el supervisor dispondrá de mejor información sobre la actividad de los distribuidores, lo que mejorará la protección de los derechos de los usuarios. En este sentido, el consejero delegado de Espanor asegura que "en Espanor estamos trabajando desde todas las áreas implicadas en adaptarnos lo antes posible a las exigencias del nuevo Real Decreto 287/2021, de 20 de abril, sobre formación y remisión de la información estadístico-contable de los distribuidores de seguros y reaseguros. En materia de formación, nuestro acuerdo con Campus del Seguro nos permite dar una amplia cobertura a las exigencias de la ley, si bien, nuestra ambición formativa va mucho más lejos y nuestra área de formación trabaja en cursos que permitan una constante y continua formación de todos nuestros equipos".

Paradojas de la nueva norma

Los corredores de seguros, uno de los colectivos profesionales de la distribución de seguros a los que más afecta este cambio, siempre se han mostrado partidarios de incrementar la protección del consumidor de seguros. Por eso, el Consejo General de los Colegios de Mediadores de Seguros no entiende cómo se reduce un 40% las horas de formación exigidas a la vez que se quiere impulsar la protección del asegurado. "La decisión del Gobierno de reducir un 40% las

horas de formación necesarias para ejercer como mediador de seguros al tiempo que exige más protección a los derechos del cliente, es una incongruencia y no es un requisito ni de la Unión Europea ni del mercado español", afirman tajantes desde la institución.

Además, los mediadores consideran que el Real Decreto es difícilmente aplicable porque "desarrolla una ley que está en el Parlamento sometida a revisión y con un paquete de enmiendas que podrían modificar aspectos que esta norma regula".

Garantizar la solvencia

El otro Real Decreto aprobado modifica tres reglamentos de seguros. En primer lugar, se completa la transposición de dos directivas europeas, la Directiva 2017/828 sobre implicación a largo plazo de accionistas, estableciendo la obligatoriedad de que las entidades de seguros y reaseguros desarrollen y hagan pública su política de implicación como accionista en sus inversiones en sociedades cotizadas; y la Directiva 2019/2177, que modifica diversas directivas financieras, entre otras, la de Solvencia II, regulando el intercambio de información y la cooperación entre los supervisores de seguros nacionales y el supervisor



El Consejo de Ministros también ha aprobado el intercambio de información entre supervisores

europeo y estableciendo la creación de plataformas de cooperación entre ellos. En segundo lugar, se modifica la regulación de las tablas biométricas utilizadas en los seguros de vida y decesos, para actualizarlas a la evolución de la longevidad, lo que redundará en un mejor cálculo de las provisiones técnicas, fomentará la solvencia de las aseguradoras y la transparencia en la formación de precios, explica el Ministerio de Nadia Calviño.



El RD establece la formación que el profesional debe cumplir para acceder a la distribución de seguros. iStock

Deporte y defensas: el comienzo de una hermosa amistad

Aunque hay quien considera que asociar la respuesta inmune del organismo a la práctica de deportes es un mito, numerosas investigaciones corroboran las excelentes relaciones entre el ejercicio y la fortaleza del sistema inmunológico.

Ana M. Serrano. Foto: iStock

El sistema inmunológico es el conjunto de células y moléculas que trabajan de manera coordinada para mantener la integridad de nuestro organismo e incluye, entre otras funciones, la defensa contra los patógenos externos. La Sociedad Española de Inmunología establece que, aparte de la genética, la edad, el sexo, ciertos fármacos o la exposición individual a determinados agentes infecciosos, el estilo de vida incide considerablemente en la capacidad de respuesta del organismo frente a condiciones adversas. Y es, además, uno de los factores (negativos) que podemos modificar.

Aunque en inmunología las reglas simples no existen -el sistema no opera de forma mecánica-, diversos estudios científicos confirman que "ciertos niveles de actividad física habitual se asocian con una reducción del riesgo del 31% de enfermedades infecciosas adquiridas en la comunidad y una reducción del riesgo del 37% (índice de riesgo 0,64, IC del 95%: 0,59-0,70, 4 estudios, N= 422.813 individuos) de mortalidad por enfermedades infecciosas".

Así, el ejercicio moderado -la práctica excesiva, igual que el sedentarismo, puede provocar el efecto contrario- facilita la

eliminación de bacterias de los pulmones y las vías respiratorias lo que reduce las probabilidades de contraer resfriados, gripes y otras enfermedades respiratorias. Pero es que, además, la práctica de deportes provoca que leucocitos y anticuerpos circulen por el cuerpo a mayor velocidad, facilitando la detección y neutralización de agentes infecciosos. También la elevación de la temperatura corporal durante la práctica deportiva favorece la lucha contra las infecciones. Algo similar sucede cuando se tiene fiebre.

Jesús Gil Pulido, investigador del Instituto de Biología Molecular de Maguncia (Alemania), señala que otros trabajos publicados recientemente muestran cómo el ejercicio físico disminuye la concentración de hormonas del estrés, como el cortisol o la epinefrina, lo que contribuye a reducir el riesgo de contraer patologías infecciosas y autoinmunes.

¿Fuerza o cardio? Con respecto al tipo de entrenamiento, las investigaciones aún no arrojan una respuesta definitiva. Aunque apuntan más hacia el ejercicio de resistencia y cardiovascular, nada indica que una combinación de ambas categorías no sea igualmente beneficiosa.



JORDI BASTÚS

Director de Psicosoft



“Quizá el aprendizaje más relevante es darme cuenta de todo lo que me queda por aprender”

eSports para poner a prueba las habilidades profesionales. La ganificación como arma para catapultar nuestra carrera y descubrir todo nuestro potencial. Y Alexa que se pone seria y hace preguntas que podrían tambalear el próximo ascenso. Jordi Pastús nos cuenta cómo están revolucionando las organizaciones desde Psicosoft.

Por Anita Cufari. Fotos: eE

¿Por qué la gamificación ha entrado en la empresa?

Porque es una técnica de aprendizaje/desarrollo que ayuda a salir del contexto actual de incertidumbre, preocupación y/o frustración para trasladar la mecánica de los juegos al ámbito profesional con el fin de conseguir mejores resultados. La neurociencia ha demostrado que, cuando un cerebro se encuentra sometido a un estrés excesivo, se

generan altas dosis de cortisol y adrenalina; y la sinapsis de las capas superiores del cerebro -como el córtex prefrontal-, no funcionan correctamente. Por eso no podemos analizar información y resolver problemas adecuadamente, ser imaginativos, colaborar, ser flexibles y pensar con claridad. Cuando un profesional experimenta con un juego y se enfrenta a un reto, se genera una emoción satisfactoria que activa el sistema de

recompensa. Y gracias a un neurotransmisor como la dopamina, el sistema cortical superior se activa favoreciendo nuestro interés, atención y confianza. Tres claves necesarias para garantizar que el aprendizaje sea recordado.

¿De qué maneras Psicosoft puede ayudarnos a reorientar nuestra vida profesional?

Hay múltiples herramientas que podemos utilizar tanto en estados tempranos como una vez iniciada dentro de una organización. En términos generales, desde Psicosoft utilizamos cuestionarios de la personalidad predictivos del potencial competencial. Nos ayudan a contrastar cómo la personalidad impacta en las potenciales competencias de un candidato. Además, nos dan información acerca de su capacidad para trabajar bajo presión, la resiliencia, su flexibilidad, la mentalidad abierta, la cooperación y la colaboración, la visión global, etc. También usamos pruebas situacionales, que miden el desempeño

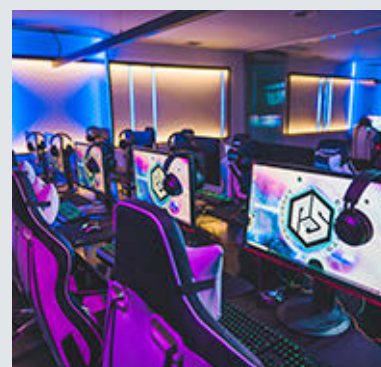
su zona de confort y experiencia previa. Así, podemos observar y evaluar conductas que, de otro modo, sería más complejo o imposible: su coeficiente de adaptabilidad, capacidad de aprendizaje, tolerancia a la frustración, mentalidad abierta, etc. Los candidatos con experiencia, como los directivos, están muy acostumbrados a resolver casos de negocio, entrevistas, *role-play*, test, etc. Pero cuando se enfrentan a un caso de negocio interactuando con *Alexa*, observas cómo reaccionan cuando tiene que obtener información, analizarla y tomar una decisión.

¿'Alexa' se pasa a los RRHH?

Hemos visto a directivos con reacciones muy dispares ante este escenario de incertidumbre, de cómo manejan la frustración, por ejemplo, cuando *Alexa* les pide que sean más concretos en la pregunta. La evaluación con una *skill* de *Alexa* supone avanzar cinco años en lo que serán los puestos de trabajo. Según la AMA (American Management Asso-

“Nuestro propósito es crear soluciones innovadoras y sencillas de implementar para sacar lo mejor de los mejores”

“No podemos quedarnos únicamente en el juego. Es necesario ver cómo llevarlo al terreno profesional”



frente a una situación determinada. Aquí medimos cómo el evaluado responde a una situación y lo traducimos a un perfil de competencias. Pruebas conductuales gamificadas. También el evaluado se enfrenta a un reto, pero, esta vez, inmerso dentro de un juego y/o actividad donde existe un sistema de superación/gratificación por avanzar individual o colectivamente. En este tipo de pruebas la experiencia o conocimientos previos poco hacen para la persona. El reto planteado está fuera de su zona de confort. Assessment Center con un planteamiento multifuente y disruptivo. Es una de las evaluaciones más completas donde combinamos múltiples pruebas y fuentes de observación para obtener una visión 360° del candidato.

¿Podemos seleccionar directivos a través de la gamificación?

Claro. Porque pone al profesional fuera de

ciación), en el 30% nos relacionaremos con máquinas inteligentes. No es más que un reflejo de lo que lo que hacemos con nuestros *smartphones* y asistentes de voz.

¿Cuáles son las ventajas de los programas de la Psicosoft eSport Academy para la empresa?

Experimentar un entorno disruptivo 100% digital. Una manera excepcional de empoderar a todos los profesionales de una manera lúdica donde se llevan aprendizajes que, al empezar la sesión, ni siquiera imaginaban. Ellos transitan por la zona de miedo, aprendizaje y crecimiento en solo cuatro horas.

¿Por qué los 'eSports' nos ayudan a mejorar el rendimiento profesional?

Porque son una magnífica oportunidad para experimentar a nivel individual y grupal,

un reto competitivo o colaborativo. De este modo, se interioriza que, cuando ponemos en juego una serie de comportamientos, podemos superar cualquier reto.

¿En qué momento una corporación debería llamarlos?

Tan pronto quiera evaluar o acompañar a sus profesionales para incorporar o reforzar aquellos hábitos que les permitan sacar lo mejor de los mejores.

¿Cuál es la pregunta que siempre tiene que responder en las reuniones?

Cómo conecta un juego con los retos que enfrenta el profesional o las competencias que ha de desarrollar. La mecánica de los juegos nos ayuda a coger distancia de la situación para sacar conclusiones, visualizar técnicas o patrones para obtener mejores resultados. No podemos quedarnos únicamente en el juego. Es necesario ver cómo llevarlo al terreno profesional.

pensamiento son las más difíciles de evaluar y desarrollar. Accelium aporta soluciones de valor y sencillas de implementar gracias al diseño específico de juegos de estrategia para la evaluación y el desarrollo de las habilidades cognitivas: la capacidad analítica, la resolución de problemas, el pensamiento flexible y estratégico, la planificación y la eficiencia; la toma de decisiones, la innovación y la creatividad. Todas estas habilidades forman parte, según el Foro Económico Mundial, como las *skills* más relevantes para 2025. Ahora todas las empresas están hablando de *upskilling* o *reskilling*. Para ello no veíamos lógico utilizar solo un PowerPoint y un caso práctico. Los juegos de estrategia de Accelium están validados y testados por profesores de la Universidad de Harvard.

¿Qué le diría a alguien que sigue pensando que la gamificación es solo un juego?

Que tiene razón, la gamificación es la utiliza-

“Cuando un profesional experimenta con un juego, genera una emoción satisfactoria que activa el sistema de recompensa”

“La evaluación con una ‘skill’ de ‘Alexa’ supone avanzar cinco años en lo que serán los puestos de trabajo”



¿Qué ha aprendido en todos estos años en Psicosoft?

Después de 16 años, tengo una lista larga de experiencias, quizás el aprendizaje más relevante es darme cuenta de todo lo que me queda por aprender todavía, me considero un aprendiz.

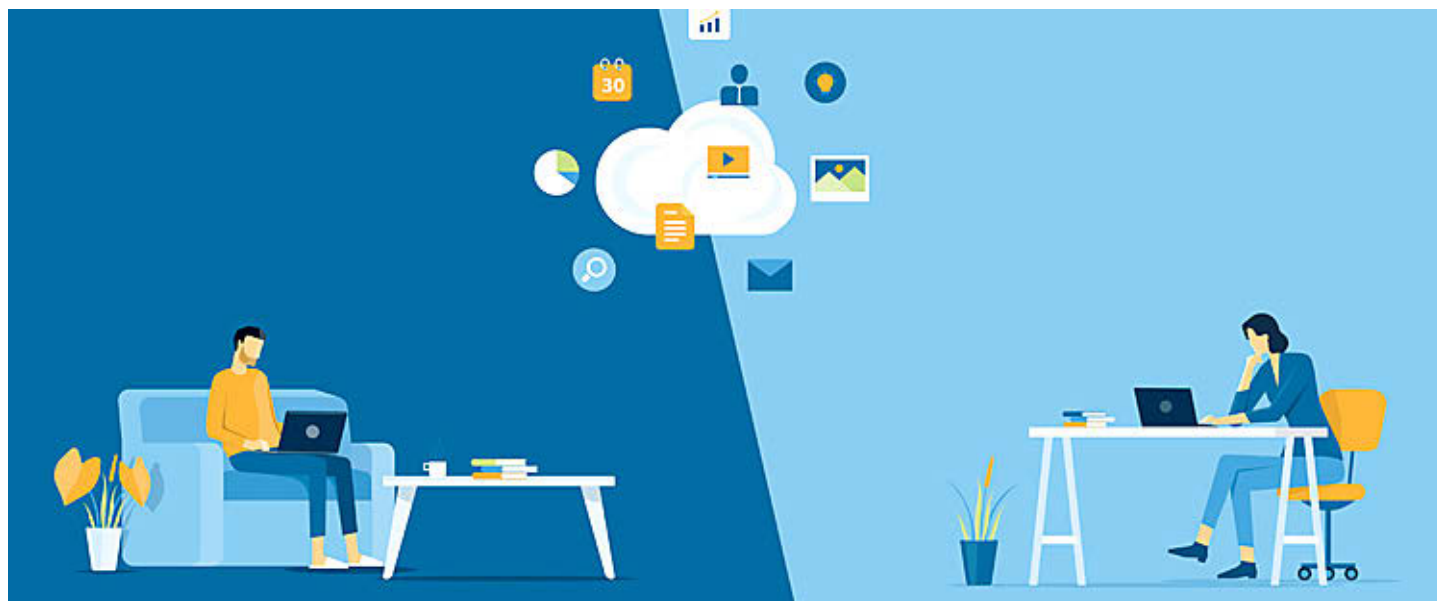
Acaban de cerrar un acuerdo con Accelium, ¿qué nuevos servicios podrán ofrecer a partir de ahora?

Nuestro propósito es crear soluciones innovadoras y sencillas de implementar para sacar lo mejor de los mejores, transformando a las personas y transformándonos con ellas. Para ello dedicamos más de 1.500 horas anuales a investigación y diseño, pero, también, buscamos soluciones a nivel internacional que encajen con este propósito. Tras 34 años de experiencia nos hemos dado cuenta de que las habilidades de

ción de un juego. Lo que la hace una herramienta formativa es ser capaz de diseñar una solución equilibrando el *gaming* con el *learning*. Es decir, que incorpore el juego como un recurso para experimentar y que, posteriormente, permita al profesional sacar conclusiones y aprendizajes transferibles a su actividad diaria. Este es el reto.

En todos estos años de actividad, ¿hay alguna anécdota que quiera compartir?

Hemos trabajado con empresas como ING, Société Générale, Allianz, Mapfre, Banco Sabadell, EY e Indra, entre muchos otros. Si me he de quedar con una anécdota, sería un participante que llegó a la Academia y entró y salió dos veces hasta que, a la tercera, preguntó con cara extrañada si realmente era allí donde tenía una formación. Al finalizar, salió encantado. Incluso preguntó si podía volver en otro momento.



Empresas y trabajadores han debido adaptarse rápidamente a las exigencias impuestas por el teletrabajo. istock

Gestionar los RRHH en la nueva era del teletrabajo

El panorama profesional ha cambiado tremendamente de un año para otro. El ecosistema laboral ha mutado casi por completo y trata de reajustarse a una nueva realidad.

Diego Fernández Torrealba. Foto: iStock

Los años 2020 y 2021 están suponiendo el impulso definitivo al trabajo a distancia o teletrabajo, una modalidad que ya se ha instaurado completa o parcialmente en millones de empresas, y que ha obligado a una rápida adaptación de empleados y empleadores en busca del equilibrio entre optimizar la eficiencia, eficacia y rendimiento profesional y preservar el tiempo para el espacio personal y la vida privada de unos y otros.

Una ecuación que no resulta fácil de resolver, tanto por la premura en la adaptación a la que obliga el momento actual como por el mal proceder de algunos directivos y trabajadores. Evitar que unos abusen del tiempo laboral de sus empleados apoyados en la comunicación remota y que otros no utilicen la situación para escaparse de sus obligaciones es el objetivo. Por ello el sistema debe contribuir a que cada uno siga desarrollando eficazmente su labor aprovechando las grandes ventajas que permite el trabajo a distancia.

¿De qué manera? No es sencillo, pero podemos apuntar algunas claves respecto a la gestión de los recursos humanos en este nuevo escenario:

- Preocuparse de que los empleados dispongan de un espacio adecuado para trabajar y los medios ideales para ello. Y no sólo respecto al ordenador, móvil o tableta con los que laboren y a la calidad y rapidez de su conexión, sino a los programas informáticos genéricos y específicos de su puesto y al resto del material necesario.

- Usar un eficiente programa de gestión que facilite la parte administrativa: horarios, calendarios, nóminas, informes y resto de documentación.

- Clarificar lo más posible cuáles son los objetivos diarios, semanales, mensuales y anuales, cuál es el trabajo a realizar y qué metas se persiguen individual y colectivamente. Cuantificar y detallar la labor y los horarios en los que se ejercerá, respetándolos escrupulosamente salvo emergencia.

- Efectuar un trabajo de formación para la plantilla que ayude a esta en su integración, y adaptación a los cambios realizados mejorando su eficiencia, involucrándola e incentivando su actitud.

- Procurar cuidar la coordinación entre las personas y sectores que forman parte de la compañía, fomentando el trabajo en equipo mientras se respeta y confía en la autonomía y responsabilidad de cada empleado siempre que este cumpla con la función que se le demanda.

- Cuidar la comunicación, con reuniones diarias si es preciso -o cuando menos semanales- escuchando las sugerencias de los trabajadores respecto a su situación personal y el funcionamiento de la empresa, tratando de estar disponible para ellos cuando precisen y siendo receptivo a las ideas que aporten.

Nombramientos

Andrés Romero releva a José Boada en la presidencia de Icea

El Consejo Rector de Investigación Cooperativa entre Entidades Aseguradoras (Icea) en su reunión del 4 de marzo de 2021, acordó elegir presidente de la asociación a Andrés Romero, consejero director general de Santalucía, con motivo de la jubilación de José Boada; acuerdo que ha sido ratificado por la Asamblea General de Entidades Adheridas celebrada a principios de mayo.

“Desde ICEA, en nombre del Consejo Rector y todas las entidades adheridas, queremos agradecer la labor realizada por José Boada a lo largo de estos cinco años que ha estado como presidente, y dar la bienvenida a Andrés Romero como nuevo presidente de ICEA”, señala la entidad en un comunicado.

Andrés Romero es Licenciado en Derecho por la Universidad Complutense de Madrid, Diplomado en Seguros (Grado Superior - Escuela del Seguro de Ma-



Andrés Romero es el nuevo presidente de Icea. eE

drid), Máster en Dirección Aseguradora de ICEA; y cursó el Programa de Dirección General (PDG) en el IESE. Forma parte de Santalucía desde 1981. Desde 2019 es miembro del Consejo de Administración de Santalucía como consejero-director general. Además, preside Unicorp Vida y de Pelayo Vida. Y es miembro del Comité Ejecutivo de Unespa y presidente de la Comisión Técnica de Decesos.

Productos

La prima media del seguro de autos se abarata un 7% en el primer trimestre del año, según Avant2

La prima media del seguro de autos cayó en el primer trimestre de 2021 un 7%, desde los 346 euros que había marcado en los últimos meses del año 2020 hasta los 332 euros que ha registrado en el primer cuarto del actual. Fue el único precio que varió de manera significativa durante este periodo, en un contexto de estabilidad de las primas medias que se vio reflejado tanto en el seguro de Motos como en el de Hogar. Son las conclusiones más relevantes que dejan los datos de producción de Avant2 Sales Manager en el primer trimestre.

El análisis de esos datos muestra que marzo de 2021 fue el mes con mayor volumen de emisiones de este primer trimestre. “Estas cifras son muy alentadoras en un contexto económico que no ha alcanzado los niveles de crecimiento previstos, y en el que estamos viendo revisiones a la baja”, subraya Claudio Aros, director de Proyectos y Expansión Internacional de Codeoscopic.

Como ya se ha dicho, el seguro de autos fue el que experimentó la caída más acusada en la prima media. En la comparación interanual se observa también un comportamiento similar: de 344 euros en el primer trimestre de 2020 a los 332 euros de ese mismo periodo en 2021. Pese a esa tendencia a la baja, la emisión de pólizas se mantuvo en un buen ritmo y Avant2 Sales Manager alcanzó la cifra más alta de producción en los últimos seis meses: 37.589 pólizas de autos, con un ratio de conversión proyectos/emisiones del 31%.

El seguro multirriesgo del Hogar se comportó con mayor estabilidad: su prima media se situó en 202 euros en este primer trimestre de 2021, sin moverse prácticamente de los precios con los que había cerrado 2020. El volumen de emisiones también fue muy similar, alcanzando en marzo un pico de 6.295 pólizas contratadas en Avant2 Sales Manager, la cifra más alta de los últimos doce meses.

Empresas

Generali premia a las empresas más sostenibles

Generali quiere impulsar la transformación del tejido empresarial español y la recuperación económica con la creación de *EnterPRIZE*, un premio que reconoce las mejores iniciativas de sostenibilidad y compromiso desarrolladas por empresas de hasta 200 empleados durante 2020. El objetivo del grupo asegurador es apoyar a las pymes, que hoy representan más del 90% del tejido empresarial español y más del 60% del empleo.

Esta primera edición de los premios *EnterPRIZE* cuenta con una dotación económica de 30.000 euros para cada una de las tres categorías: Sostenibilidad social; Sostenibilidad ambiental y Solidaridad. Las pymes destinarán el premio a financiar proyectos, según la categoría en la que hayan sido premiadas, con un plazo de doce meses tras la concesión.

El grupo asegurador explica que podrán presentar



Los 'EnterPRIZE' de Generali premiarán a las pymes más sostenibles. eE

su candidatura todas aquellas empresas que desarrollan su actividad en territorio español con una plantilla de hasta 200 trabajadores hasta el próximo 7 de junio.

Los proyectos ganadores participarán, a su vez, en los premios *EnterPRIZE* constituidos a nivel europeo por el Grupo Generali.

Innovación

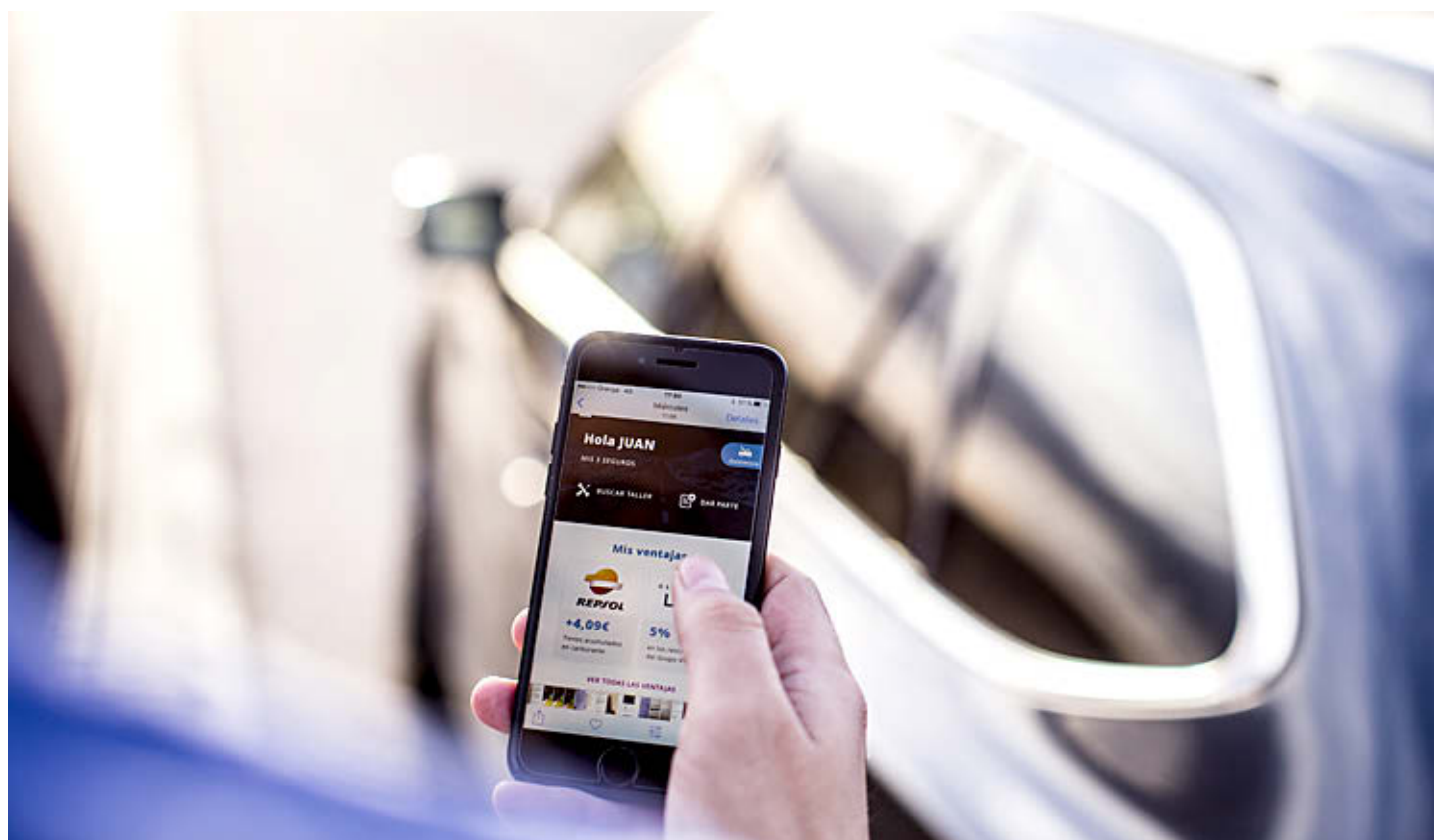
La inversión en 'insurtech' bate récord: 2.118 millones de euros hasta marzo, un 180% más

La inversión en el sector *insurtech* a escala mundial alcanzó un nuevo máximo de 2.118 millones de euros durante el primer trimestre de 2021. La captación de fondos continúa recuperándose tras la breve desaceleración sufrida el año pasado con motivo del Covid-19. Se han producido ocho mega rondas, más que en cualquier otro período de tres meses, según los datos del último informe trimestral de *insurtech* elaborado por Willis Towers Watson.

La financiación total durante el trimestre creció un 180% en comparación con el primer trimestre de 2020, que sufrió un profundo descenso, y un 22% en relación con el cuarto trimestre de 2020. En cuanto al número de operaciones, aumentó un 42% con respecto al trimestre anterior. La inversión fue impulsada principalmente por empresas centradas en seguros generales, que representaron el 69% del total de los acuerdos.

Ocho empresas obtuvieron más de 938 millones de euros durante el trimestre, el 44% del total recaudado. Esto supone un nuevo máximo trimestral en cuanto al número de mega rondas de financiación de 83 millones de euros (100 millones de dólares) o más. *Next Insurance*, *Coalition*, *Zego*, *Sidecar Health*, *Pie Insurance*, *Clarify Health*, *Corvus Insurance Agency* y *TypTap* captaron sumas iguales o superiores al umbral, lo que impulsó a *Coalition* y *Zego* a la categoría de "unicornio" de más de mil millones.

Las operaciones *early stage* aumentaron 13 puntos con respecto al cuarto trimestre de 2020. El 60% de las inversiones hasta marzo fueron financiaciones de serie A o B. La presencia de *insurtech* también aumenta, al contar con el grupo de empresas en fase inicial más diverso geográficamente en un solo trimestre, con representación de 24 países, entre los que se incluyen Bangladesh, Estonia, Brasil, Nigeria y Emiratos Árabes Unidos.



La aseguradora es la compañía del sector que es capaz de atraer mayor volumen de clientes digitales a través de su 'app'.

Mutua Madrileña, la 'app' de seguros más usada y mejor valorada en España

Según el último Mobile Performance Index de SmartMe Analytics, la aplicación de Mutua lidera el porcentaje de uso, del 91,23%, a 30 puntos de distancia de su siguiente competidor.

elEconomista. Fotos: Mutua Madrileña

Mutua Madrileña "conecta" con sus clientes. Y lo hace de forma sencilla, ágil y con gran satisfacción para sus usuarios, sobre todo a través de su *app*, la aplicación del sector seguros más usada en España. Así lo confirma el último Mobile Performance Index (MPIx®) de Smartme Analytics.

Este índice refleja que, a cierre de 2020, la *app* de Mutua Madrileña registraba un porcentaje de uso del 91,23%, en primera posición del ránking total de *apps* del sector seguros. La *app* de Mutua lidera de este modo la clasificación, a casi 30 puntos porcentuales de distancia de la siguiente en la clasificación (con una ratio de uso del 61,68%) y más de 40 puntos de diferencia respecto a la tercera (49,58%).

La aplicación de Mutua se alza, de este modo, como un canal que genera una gran experiencia de cliente, a juzgar por los datos de uso y de volumen de usuarios, apartado en el que también es líder.

Esta aseguradora es igualmente la compañía del sector seguros que es capaz de atraer mayor volumen de clientes digitales a través de su *app*, con una penetración del 35%, frente al 17% de la siguiente compañía del ránking y del 12% de la tercera. La aplicación de Mutua es la preferida entre los menores de 35 años, según el Mobile Performance Index.

Fuerte conexión con sus asegurados

Además de los usuarios conectados y del uso real realizado en cada una de las *apps*, el Mobile Perfor-

mance Index (MPIx®) también tiene en cuenta variables como el número de usuarios activos de cada mes, el *engagement* de los asegurados con sus apps, la duración de las visitas y las valoraciones. Teniendo en cuenta todos estos parámetros, el índice concluye que la aplicación de Mutua Madrileña es la mejor posicionada, más usada (91,23%), con mejor valoración (4,6 puntos sobre 5) y con mayor tiempo de uso por visita (1:15 minutos), dentro del sector seguros. El *engagement* que genera la app de Mutua también es de los más altos del sector, del 92,3%.

El Mobile Performance Index se calcula tomando como referencia un algoritmo que utiliza millones de datos registrados del uso real de las apps de cada sector para identificar las compañías mejor posicionadas en el *smartphone* de los clientes.

Experiencia de éxito

Que la experiencia con la app de Mutua es claramente satisfactoria para los usuarios lo confirma tam-

El uso de la aplicación de Mutua aumentó un 42% en 2020 por parte de sus asegurados

bién Google Play, cuyo ránking desvela que la app de la compañía supera la valoración de otras aplicaciones generalistas muy conocidas, como Netflix o Instagram.

Según el ránking de Google Play de apps españolas, a cierre de 2020, la de Mutua lideraba la clasificación de aplicaciones del sector seguros mejor valoradas, con una calificación de 4,6 puntos sobre una puntuación total de 5, por encima de los 4,4 puntos de Netflix e Instagram, de los 4,2 puntos de WhatsApp y de los 4,1 puntos de Amazon.

Canal favorito de contacto

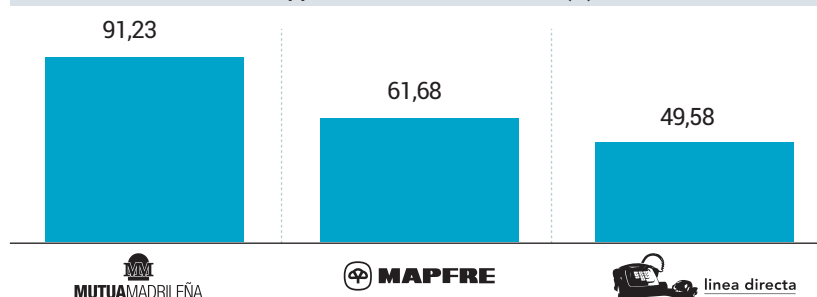
Con más de 500.000 usuarios mensuales, la aplicación de Mutua es el canal digital preferido de sus asegurados. Su uso creció un 42% en 2020 respecto al año anterior.

La aplicación es una herramienta flexible y abierta a mejoras y a la incorporación de nuevos servicios. Recientemente, ha renovado su diseño con el objetivo de mejorar su usabilidad y la experiencia de cliente, haciendo más accesibles sus principales funciones y operativas (alta de partes, petición de grúa...) y más sencilla la navegación.

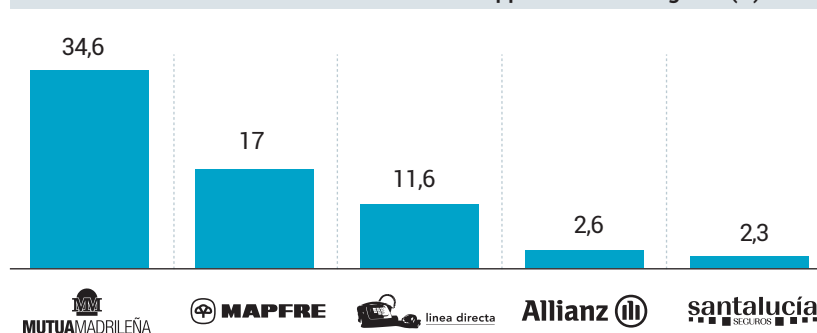
La personalización de contenidos o la organización de los mismos en función de los gustos y necesidades del usuario son otras de las últimas novedades incorporadas.

Ránking de aplicaciones del sector seguros

La 'app' de Mutua, la más usada (%)



Evolución de la cuota de mercado de las 'apps' del sector seguros (%)



Fuente: SmartMe Analytics.

elEconomista

Mutua, líder en digitalización

La fuerte inversión que ha realizado Mutua en digitalización ha cosechado resultados de éxito en los últimos años. En 2020, registró niveles récord de digitalización, ante la situación excepcional generada por el Covid-19. La compañía concluyó el año con un 74% de clientes digitales sobre el total de su cartera, lo que supone un crecimiento de 20 puntos porcentuales en 2020.

vertido en un punto de contacto cada vez más útil e importante.

Los mutualistas pueden realizar ya más del 80% de consultas y operativas relacionadas con sus pólizas de forma digital.

Más del 77% de las interacciones diarias de los clientes se realizan ya a través del móvil (vía 'app') o a través de la web de Mutua. En concreto, más de 11 millones de usuarios visitaron la web de la aseguradora en 2020 y un 44% de los nuevos seguros de auto se suscribieron 'online', dato que confirma que los canales digitales se han con-





El director de la DGT anunció que el sistema de clasificación de los vehículos por sus emisiones necesita una revisión.

La DGT prepara una modificación de las etiquetas medioambientales

Está previsto que la modificación se presente antes del próximo mes de julio, pero no hay consenso y la DGT guarda todavía silencio de los cambios que traerá consigo la nueva clasificación de los vehículos en función de sus emisiones contaminantes.

F. S. M. Fotos: iStock

Aún está en el aire, pero la Dirección General de Tráfico (DGT) quiere modificar las etiquetas que clasifican a los vehículos en función de sus emisiones contaminantes. Ya lo anunció su director general, Pere Navarro, el pasado mes de febrero y la teoría es que las bases de este cambio estuvieran establecidas antes del mes de julio para poder ponerlo en marcha en la recta final del ejercicio. En 2016 se creó un sistema de etiquetas con cuatro distintivos: cero emisiones, ECO, B y C. Además, la etiqueta A -que no cuenta con pegatina física- sería la A, que engloba a los vehículos más contaminantes: los coches diésel anteriores a 2006 y de gasolina matriculados antes de 2000. También

incluye a las motos y ciclomotores anteriores a 2003. El objetivo de Navarro es alcanzar el consenso con fabricantes y grupos ecologistas, pero parece ser que la cosa está complicada. El punto de fricción, los híbridos enchufables.

El director de la DGT ha señalado en varias ocasiones que este sistema de clasificación de los vehículos por sus emisiones necesita una revisión, ya que "la evolución tecnológica es una realidad y los nuevos vehículos que incorporan estas innovaciones deberían ser catalogados dentro de las posibilidades que ofrece el etiquetado actual, o bien diseñando nuevas etiquetas".

Los principales cambios que se esperan

A pesar de que el plazo que se ha impuesto a DGT para su modificación está próximo a terminar, la Dirección General de Tráfico aún no ha presentado una propuesta concreta. Sí lo han hecho Ecologistas en Acción, Greenpeace y Transport & Environment. La propuesta Ecodes dejaría la etiqueta cero para los vehículos eléctricos puros y aquellos impulsados por pila de combustible de hidrógeno. Los híbridos enchufables con una autonomía eléctrica mayor de 40 kilómetros se quedarían fuera. La etiqueta CERO se reservaría, así, para los vehículos sin ningún tipo de emisión contaminante.

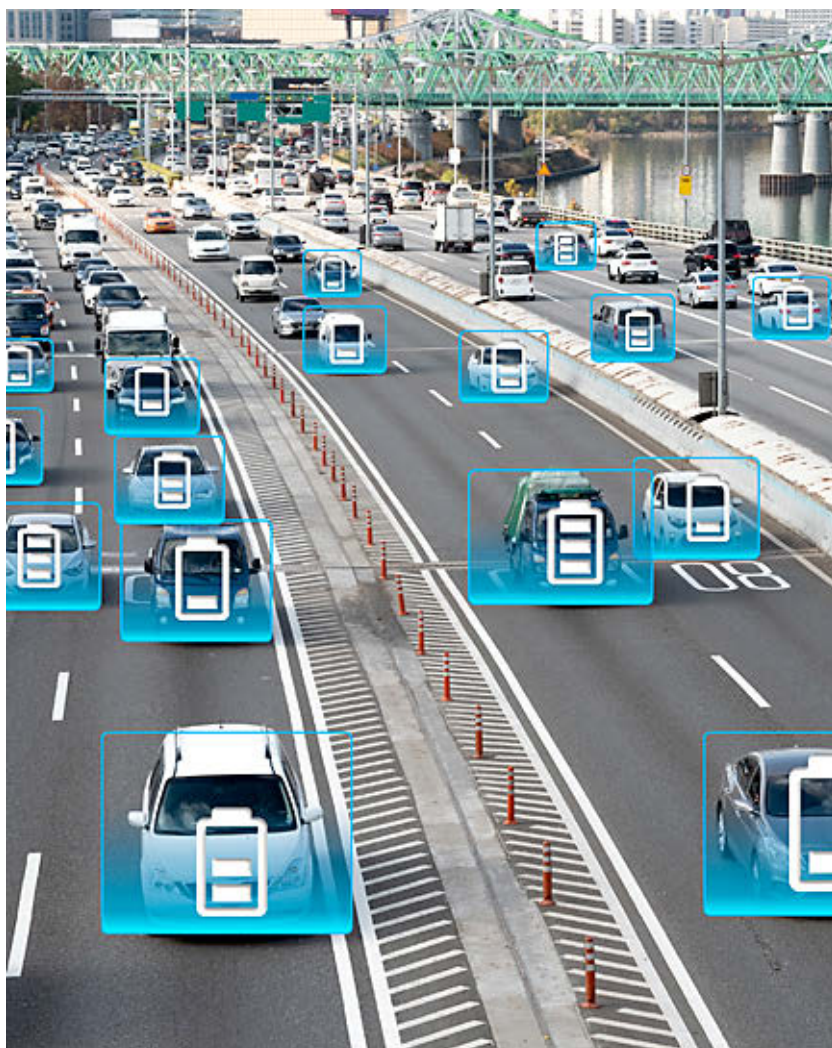
En la etiqueta D se englobarían los vehículos con motor de combustión, incluidos los híbridos enchufables y de gas, con motor gasolina Euro 5 y 6 y los vehículos de motor diésel Euro 6d, cuyas emisiones de CO₂ no superen los 95 gramos por kilómetro (WLTP). En esta propuesta, esta etiqueta sustituye a la actual ECO.

Un escalón más abajo se situaría la etiqueta C. Englobaría a los vehículos con motores de gasolina Euro 4 y diésel Euro 6a, 6b y 6c. Estos motores no podrán superar emisiones de 137 gramos por kilómetro. Por su parte, la etiqueta B no cambiaría, y se aplicaría a los vehículos con motores gasolina Euro 3 y diésel Euro 4 y Euro 5. Al igual que ahora, en la propuesta Ecodes los vehículos más antiguos se mantienen sin etiqueta. Son todos aquellos con motores de gasolina matriculados antes de 2000 y los diésel de antes de 2006.

Lo que sí deben tener en cuenta los conductores es que la nueva clasificación que pacte Tráfico con fabricantes, vendedores y ecologistas solo afectará a los vehículos nuevos, no tendrá efecto retroactivo. "La gente se ha comprado el vehículo en función de su etiqueta. No podemos decirles que aquello que se han comprado, ahora no vale y se lo voy a cambiar", ha señalado Pere Navarro. Esta es una buena noticia, ya que grandes ciudades como Madrid o Barcelona utilizan el sistema de etiquetas para restringir la circulación en el centro de las urbes y para establecer las restricciones de circulación en casos de alta contaminación.

Los neumáticos también las renuevan

Los coches no son los únicos que deben llevar etiqueta. El pasado 1 de mayo entró en vigor el Reglamento (CE) 2020/740 del Parlamento Europeo del Consejo del 25 de mayo de 2020 por el que se armonizan los parámetros de información que deben proporcionar los nuevos neumáticos. El reglamento establece un nuevo sistema de etiquetado que permitirá a los usuarios elegir con conocimiento de causa en el momento de la compra de los neumáticos, con el objetivo de aumentar la seguridad, la protección de la salud y la eficiencia económica y ambiental del transporte por carretera. Esto se con-



Las nuevas etiquetas solo se aplicarán a los vehículos nuevos.

sigue mediante el fomento del uso de neumáticos que sean seguros, duraderos y eficientes en términos de consumo de carburante y que presenten, además, bajos niveles de ruido, señala la DGT.

La nueva etiqueta mantiene la información relativa a la resistencia a la rodadura, la adherencia en superficie mojada y el ruido de rodadura exterior que ya se proporcionaba, y ahora incluye también el nombre comercial, un código QR que permite acceder de manera directa a la parte pública de la base de datos de productos de la UE, así como la identificación exacta del producto con su número de artículo. Además, la nueva etiqueta refleja la dimensión del neumático, índice de carga y velocidad, un pictograma de uso en nieve y otro de agarre en hielo. En palabras de Ana Blanco, subdirectora adjunta de circulación de la DGT, los consumidores dispondrán de una información más adecuada, "y esto es importante porque de esta manera podrán elegir neumáticos más eficientes en término de consumo de carburante, también más duraderos, más seguros y más silenciosos".

Oppo: el fenómeno móvil que arrasa en Europa

El fabricante de 'smartphones' y 'wearables' duplica su negocio en Europa y se convierte en el cuarto mayor vendedor de la región.

Ana M. Serrano. Fotos: eE

El primer trimestre de 2021 ha sido para Oppo uno de los mejores de su historia en Europa. No lo decimos nosotros, sino un estudio de mercado realizado recientemente por la empresa de análisis global Counterpoint. Según dicho informe, la compañía china ha registrado un crecimiento interanual del 94% en este periodo. Esto la convierte en el cuarto mayor vendedor de teléfonos inteligentes en el territorio europeo.

La culpa de semejante escalada en el mercado la tiene la serie Oppo Find X3, cuya estética exterior es sólo el aperitivo de lo que esconde dentro. No en vano la firma señala entre sus valores corporativos la concepción de la tecnología como una conciliación entre vida y arte. Pero, al igual que no debe juzgarse un libro exclusivamente por su cubierta, no vamos a quedarnos únicamente con el aspecto elegante de su diseño, su solidez o el brillante acabado cerámico que ya puso en la cima de la gama alta el modelo X2 Pro del año pasado.

Otra de las joyas de la corona Oppo es la famosa carga ultrarrápida VOOC, cuyo ecosistema se ha ampliado a sus, hasta la fecha, 23 socios externos.

Sin entrar aún de lleno en el meollo técnico de los X3, lo primero que llama la atención de esta nueva serie es el módulo de cámara (sin cortes) por su perfecta integración en el diseño. Situado en la parte trasera del dispositivo, este elemento apenas sobresale del acabado en cristal esmerilado, sin brillo y encajado sin fisuras en el marco metálico del teléfono. Todo este engranaje externo garantiza el agarre seguro en mano pese a sus dimensiones. El módulo cuenta en los tres modelos de la serie X3 (Pro, Neo y Lite) con cuatro cámaras traseras: la principal, la mono para blanco y negro, la ultra gran angular y la macro.

La pantalla tipo AMOLED se ve especialmente nítida gracias a una resolución de 3216 x 1440 píxeles en el modelo Pro y 2400 x 1080 en el Neo y el Lite. Ni que



Oppo Band Style.

Seguros

elEconomista.es

decir tiene que los tres componentes de la serie X3 cuentan con conectividad 5G.

Oppo Find X3 Lite

Si nos centramos en la del menor de los hermanos, cabe señalar que está protegida por un cristal Gorilla Glass 3+, algo menos resistente que el Glass 5 de los dos mayores. También se diferencia de ellos en el procesador (Snapdragon 765G frente a 865 y 888), la memoria y la capacidad de almacenamiento, con un máximo de 128 GB no ampliables.

En la parte inferior del terminal encontramos un conector USB-C para acceder a la transferencia de datos y a la carga rápida SuperVOOC 2.0 a 65 W y otro conector de 3,5 mm para auriculares tipo minijack.

Oppo Find X3 Neo

El mediano de la familia, aunque fue el primero en ver la luz, cuenta con pantalla AMOLED de 90 Hz y 159,9 x 72,5 x 7,99 mm, sonido Dolby Atmos, carga rápida (en 15 minutos está listo) de 65 W, 12 GB de Ram y, como apuntábamos antes, procesador Snapdragon 865 que garantiza un nivel de almacenamiento de hasta 256 GB no ampliables. Dispone también de lector de huellas (bajo la pantalla) y reconocimiento facial, además de sus correspondientes cuatro cámaras traseras de hasta 50 megapíxeles y sensor Sony IMX 766.

Oppo Find X3 Pro

La estrella de la serie es sin lugar a dudas el modelo Oppo Find X3 Pro. Aparte del diseño y las especificaciones técnicas a la altura de los premium más deseados, el nuevo terminal ofrece una característica nada común: una quinta cámara trasera con funciones de microscopio de 3 megapíxeles, f/3.0 y microlente 60x.

Dicho esto, vamos con el resto de los componentes fotográficos del móvil. De 50 megapíxeles y sensor Sony IMX 766 son las cámaras principal (con OIS) y gran angular. La tercera es un teleobjetivo de 3 aumentos y 5 lentes que garantiza la calidad de la imagen incluso de muy cerca. Soporta AF. La frontal de 32 megapíxeles no soporta AF ni OIS. El comportamiento nocturno es similar al de los mejores terminales del mercado. Ofrece buenos resultados en modo noche aunque la luz sea escasa.

La espectacular potencia y rendimiento del teléfono le viene de serie gracias al Snapdragon 888. Este tremendo procesador le proporciona 12 Gb de Ram y un almacenamiento de 256 GB que tampoco es ampliable. En cuanto a la pantalla, hay que destacar la precisión del color y las posibilidades de personalización, incluso bloqueada.

La interfaz Color OS 11.2 sobre Android 11 resulta visualmente muy atractiva y optimizada. Incluye una app para administrar el funcionamiento global del dispositivo y sus gestores de fotos, iconos, archivos



Los Oppo Find X3 han conquistado el mercado europeo.

o música. Además, dispone de barra lateral, optimización de la batería, perfil infantil y modo juego para gestionar el brillo, la batería y las notificaciones.

Bajo la pantalla de 6.7 pulgadas y ligeramente curvada en los bordes se oculta el sensor biométrico de dos formatos: dactilar y facial. Basta con levantar el aparato para activar la localización del sensor y colocar el dedo sobre la huella para desbloquearlo. Igual de sencillo resulta el sistema de reconocimiento facial instantáneo.

El dispositivo prescinde del puerto de 3.5 mm, situando en el marco inferior el puerto USB-C, la ranura para la tarjeta nanoSIM (DualSIM) y el altavoz principal. El botón de encendido se ubica en el lateral derecho, mientras que en el izquierdo se alojan los controles de volumen.

La única pega que los expertos ponen a este modelo se refiere al sonido. Y es que no dispone de salida para auriculares y los dos altavoces nativos no destacan precisamente por su calidad general. Tampoco la duración de la batería (apenas un día de uso intensivo) forma parte de los puntos fuertes, aunque hay que señalar que la carga VOOC de 65 W lo pone a tono en menos de media hora y al 50% en siete minutos.



Las Oppo Band, el complemento perfecto para los Find X3.

Inversión

Mapfre forma en criterios ESG a sus asesores financieros

El centro de formación de la Fundación de Estudios Financieros, Escuela FEF, y Mapfre han alcanzado un acuerdo por el que los profesionales del grupo asegurador que prestan asesoramiento financiero, y que ya están certificados según MiFID II, participan a partir de este mes de mayo en el curso ESG Essentials, dirigido a formar a estos profesionales en materia de ESG. El curso se desarrolla en formato online y sus contenidos incluyen la simulación de casos prácticos. Los participantes podrán presentarse al examen, también online, de la certificación ESG Essentials de la Federación Europea de Asociaciones de Analistas Financieros.

El curso formará a los participantes en las cuestiones que deben dominar para asesorar a sus clientes en materia de finanzas sostenibles: el impacto social y ambiental y las prácticas de buen gobierno de las inversiones y productos financieros. Mapfre



Mapfre ha firmado una acuerdo con Escuela FEF. eE

mantiene su clara apuesta por cualificar al máximo a sus profesionales para prestar el mejor asesoramiento a sus clientes. De acuerdo con el Reglamento (UE) 2019/2088, los participantes en los mercados y los asesores financieros deben informar sobre la integración de los riesgos de sostenibilidad y el análisis de las incidencias adversas en esta materia respecto de los productos financieros.

Productos

Catalana Occidente lanza dos nuevos seguros de salud de la modalidad pago por uso

El Grupo Catalana Occidente ha desarrollado Cosalud bienestar, un nuevo producto que comercializará a través de Seguros Catalana Occidente, Plus Ultra Seguros y Seguros Bilbao; y que está destinado a los clientes que desean acceder ágilmente a un amplio cuadro médico de la sanidad privada, mediante un modelo económico de pago por uso, sin carencias ni preexistencias y disfrutando de servicios adicionales gratuitos.

Además de poner a disposición de los asegurados todas las especialidades médico-quirúrgicas; así como atención primaria y pruebas diagnósticas, también ofrece servicios de bienestar y salud como dentistas, nutricionistas, fisioterapeutas, chequeos preventivos y cirugía estética. Asimismo, incluye de forma gratuita cada año una higiene dental y una visita a los especialistas relacionados con la salud óptica y auditiva. Así como al psicólogo, al pediatra y al nutricionista.

En este sentido, para realizar una visita médica, el asegurado debe seleccionar uno de los 24.000 profesionales y centros disponibles en el cuadro médico específico de este servicio, en el que también se puede informar sobre los doctores y conocer el precio de cada visita. Una vez elegido y concertado el día y la hora, el cliente únicamente debe identificarse con la tarjeta sanitaria y pagar en la consulta un precio más competitivo que el estándar por el acto médico del que haya hecho uso.

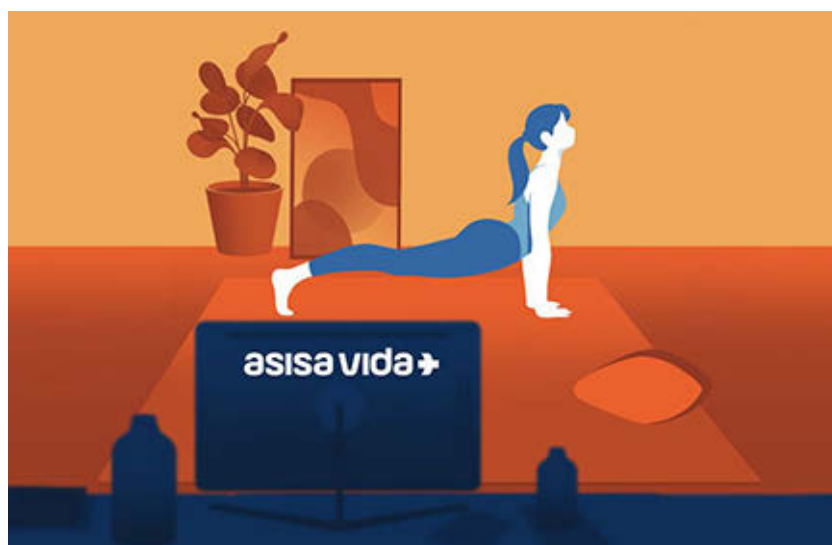
Otra de las prestaciones que incluye este seguro es la posibilidad de recibir atención y orientación médica gratuita gracias al servicio de videollamada, disponible las 24 horas, todos los días del año. Con la videollamada, que puede utilizarse tantas veces como se necesite, el cliente recibe atención y orientación personalizada por parte de un equipo de médicos especializados, explica el grupo asegurador a través de un comunicado.

Salud

Los clientes de Asisa Vida tendrán acceso a la plataforma Olimfit

Asisa Vida ha puesto en marcha para sus nuevos clientes una campaña de acceso gratuito a Olimfit, plataforma de bienestar y actividad física guiada que les permitirá mejorar y mantener su estado físico y mental. A través de este gimnasio virtual, los clientes de la entidad podrán practicar actividad física de forma segura mediante más de 400 clases guiadas grabadas y más de 50 clases semanales en directo de hasta una decena de deportes. Además, podrán acceder a los consejos de profesionales del deporte y descargar manuales para mejorar su bienestar, no solo físico sino también emocional.

Con esta promoción, Asisa Vida explica en un comunicado que da un paso más en su estrategia para fortalecer su oferta con servicios que aporten un alto valor añadido a sus asegurados, garantizar su tranquilidad y la de sus familias y promover una vi-



Asisa Vida apuesta por el bienestar de sus clientes. eE

da más activa, segura y saludable. En este sentido, la compañía de seguros ofrece a sus clientes ASISA Vida Tranquilidad, un seguro de vida riesgo totalmente modulable y configurable a la medida de cada necesidad, que puede contratarse a través de todos los canales de distribución y, además, ahora incorpora prestaciones para utilizar durante la vida de la póliza.

Viajes

Ocho recomendaciones de International SOS para una vuelta segura al trabajo presencial

Grandes compañías han anunciado que su plantilla regresa a trabajar en sus oficinas de manera paulatina, motivadas por los avances en la vacunación. En este contexto, International SOS ha elaborado con sus equipos de expertos médicos y profesionales de seguridad en el trabajo unos consejos con el fin de ayudar a las empresas a que la vuelta de los empleados a sus espacios de trabajo sea lo más segura posible.

International SOS ha elaborado ocho recomendaciones que las organizaciones deben tener en cuenta para el retorno de sus empleados: Entorno de trabajo: aplicar medidas como cierre de espacios, barreras, protocolos de limpieza y ventilación y equipamiento de protección donde sea necesario. Operaciones: inclusión de factores como la higiene, cuestionarios de salud y apoyo a la salud física y mental. Regulaciones: monitorización de la normativa, en línea con las directrices marcadas por la le-

gislación nacional y autonómica y asegurar que todas las necesidades médicas sean totalmente contempladas, incluyendo los viajes y la salud y la seguridad ocupacional. Conocimiento: tener información sobre los últimos requisitos de cuarentena, transporte, vacunación y certificados médicos. En este sentido, los aspectos de privacidad de datos son muy relevantes. Distanciamiento Social: limitar el aforo en el lugar de trabajo, estableciendo turnos y continuando con cierta flexibilidad de horarios y trabajo en remoto. Alerta: establecer medidas para ser avisado de manera automática en caso de futuras emergencias, olas y focos de infección cercanos. Fortificar: tener relación con expertos en medicina preventiva que proporcionen asesoramiento adecuado. Empoderar a los empleados: la comunicación y la formación son claves para implementar nuevas medidas y políticas en el espacio de trabajo, incluyendo la asignación de roles claros y fomentar el liderazgo en los directivos.

Oportunidades de presente y futuro para los emprendedores en 2021

El panorama emprendedor está en un momento crucial en esta época vertiginosa y de cambio en la que se han abierto nuevas puertas y oportunidades de negocio de presente y futuro.

Diego Fernández Torrealba. Fotos: istock

Hay muchas posibilidades para emprender en espacios profesionales que se han desarrollado extraordinariamente en los últimos tiempos. Los autónomos que quieran crear una *startup* o estén dando sus primeros pasos en su negocio cuentan con muchas opciones de ser útiles a la sociedad y hacer su proyecto rentable.

El sector con más peso es el tecnológico, lo que abre numerosas posibilidades laborales, por cuenta propia o ajena, a los ingenieros informáticos en particular y a cualquier profesional técnico que pueda contribuir a la implementación en cientos de campos: desarrollo de aplicaciones para ordenadores y dispositivos móviles, movilidad eléctrica, impresoras 3D, investigación científica, genética, medicina, robótica...

Ante la inminente implantación del 5G, la comunicación cobrará una nueva dimensión; por ello, cualquier rama que ayude a una interacción lo más rápida, amplia y completa posible entre nosotros tendrá una oportunidad inmensa de desarrollo y negocio. Por otra parte el acceso a la información se ha consolidado como el mayor poder y se ha convertido en el maná para las empresas, una gran noticia para los desarrolladores de programas y analistas de *big data*.

Otro sector, el de la formación *online*, se ha instaurado como un gran método de enseñanza, ampliando las posibilidades para quienes pretenden enseñar y para la creciente comunidad de personas que confía ya en el aprendizaje a distancia. Lo mismo podemos decir de las empresas de compraventa *online*, que viven su edad de oro y tienen ante sí un panorama ilusionante dada la gran acogida ciudadana a este modelo.

La tecnología resultará también esencial ante el gran reto actual que debe afrontar una civilización que se ha alejado de la naturaleza y ahora tiene que reaccionar rápida y eficazmente para evitar un daño que resulte irreparable e irreversible. El cuidado del medio ambiente, la reducción de la polución, la recuperación de ecosistemas dañados, la gestión de residuos, el desarrollo de energías limpias y el equilibrio entre las especies son retos esenciales y fuentes crecientes de empleo.



A pesar de la incertidumbre, hay oportunidades para emprender. istock

También se está prestando una atención mayor no sólo al cuidado de la salud física, sino también mental y emocional. Y eso abre un campo de trabajo interesante para un abanico amplio de profesionales, desde psicólogos a profesores de yoga o meditación.

Por último, respecto al entretenimiento no nos podemos olvidar de la importancia del sector audiovisual, con el apogeo de las plataformas y el auge de las series y los videojuegos.

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

*seguros*tv

Expertos en
Comunicación Audiovisual
para el sector asegurador

www.segurostves

RSC

Zurich plantará un árbol por cada nueva póliza contratada

Zurich España pone en marcha una iniciativa para impulsar el cuidado del planeta plantando un árbol por cada nueva póliza contratada por sus clientes. Esta acción se enmarca en el programa de sostenibilidad para combatir el cambio climático mediante la reducción de las emisiones de CO2, el impulso de la movilidad sostenible y el fomento de hábitos saludables. Zurich prevé plantar unos 260.000 árboles hasta finales de año, gracias a las contrataciones hechas por sus clientes en todos los segmentos y unidades de negocio.

El proyecto cuenta con la colaboración Tree-Nation, una organización medioambiental sin ánimo de lucro, creada con el objetivo de luchar contra el cambio climático y proteger la biodiversidad.

“Con esta iniciativa, Zurich reafirma su compromiso con la protección de las personas y el planeta en



El objetivo de Zurich es contribuir a la sostenibilidad del medio ambiente. eE

el que viven, con el objetivo común de hacer entre todos un futuro más sostenible. Estamos trabajando para reducir nuestras emisiones de CO2, pero también queremos compensar dichas emisiones mediante una acción conjunta con nuestros clientes. Juntos podemos hacer que el planeta vuelva a respirar”, señala Vicente Cancio, CEO de Grupo Zurich en España.

RSC

DKV Seguros calcula y compensa las emisiones de CO2 derivadas del teletrabajo de sus empleados

En este año de pandemia, donde el teletrabajo ha venido para quedarse, DKV ha incluido en su cálculo de huella de carbono, el generado por el teletrabajo de sus empleados. Aplicando los factores de emisión correspondiente a un hogar tipo español, el resultado ha sido de 76,53 Tn. de CO2 y serán compensadas junto con el resto de las emisiones generadas en el ejercicio 2020 por la Compañía.

Las emisiones de CO2 de 2020 se han reducido un 41% respecto al 2019 y, desde el año 2004 se ha conseguido reducir el 90,65% del total de emisiones de dióxido de carbono gracias a la concienciación en la gestión ambiental de la compañía, intentando implicar el concepto de gestión ambiental a la transversalidad de su actividad: reducción del consumo energético, reducción del agua, reducción del consumo de papel, reducción de emisiones en viajes y la reducción de los residuos.

DKV usa el 100% de electricidad proveniente de fuentes renovables, es compañía CeroCO2 desde 2007, y fue la primera empresa de servicios en Europa que calculó el impacto medioambiental de una póliza de seguros, en 2012. En noviembre del 2020, DKV presentó *Planeta Salud* su estrategia contra el cambio climático con la que prevén llegar a ser la primera aseguradora climático-positiva del país y otros compromisos entre los que cabe destacar plantar un millón de árboles hasta el 2030.

DKV cree firmemente que las empresas tienen un papel clave por el potencial de influencia de sus decisiones que sobrepasa a su propia actividad. El impacto se extiende en el tiempo por la vida útil de los productos o de las inversiones, pero también en el territorio por toda la cadena de valor. La aseguradora quiere ser percibida como una empresa líder en España por su compromiso contra el cambio climático, explica la compañía.



Los corredores de seguros también apuestan por el desarrollo sostenible y la lucha contra el cambio climático.

Los corredores de seguros eliminan sus emisiones de CO2

La sostenibilidad ha entrado de lleno en las estrategias de las compañías de seguros y también de la mediación profesional. Los corredores se lanzan a las cero emisiones.

Redacción. Fotos: istock

La sostenibilidad, especialmente la medioambiental, ha entrado de lleno en la estrategia empresarial de las compañías de seguros. En los últimos meses se ha convertido en un factor fundamental en su actividad e incluso en su cartera de inversiones. Este compromiso con el desarrollo sostenible y la lucha contra el cambio climático, también ha llegado a los profesionales de la distribución de seguros. Los corredores de seguros también apuestan por su desarrollo sostenible.

Fruto de este compromiso, el bróker global Willis Towers Watson ha anunciado recientemente su compromiso de conseguir cero emisiones netas de gases de efecto invernadero. En consonancia con la Iniciativa de Objetivos Basados en la Ciencia, para el año 2050. Con una reducción de al menos el 50% para 2030 en todas sus operaciones comer-

ciales. Asimismo, la firma se compromete a lograr un suministro de energía 100% renovable en toda su cartera inmobiliaria. La firma se ha comprometido a minimizar su impacto medioambiental y las emisiones mediante la mejora de la eficiencia energética en todas las operaciones de la empresa. Gracias a la tecnología, que permite reuniones virtuales evitando desplazamientos; el reciclaje, la reducción al mínimo de los residuos enviados a los vertederos. Así como la compra de material de oficina respetuoso con el medio ambiente. O el fomento de los hábitos ecológicamente responsables por parte de los empleados.

Otro ejemplo es el de Ponce y Mugar. La correduría de seguros española ha certificado su resultado neto de cero emisiones, convirtiéndose así en la primera correduría española en alinearse en acciones climáticas globales de carbono neutro. La empresa ha certificado sus emisiones del año 2019 y ha compensado el total de sus emisiones, poniendo en marcha los planes necesarios para conseguir una neutralidad para el año 2030. En este sentido, Ponce y Mugar lleva velando los últimos años por incluir acciones de sostenibilidad, pero ahora ha querido dar un paso más allá. En la práctica esto significa que "este 2021 es la década de la acción. Y las empresas deben tomar acciones en este camino", ha declarado Ana Muñoz, socia directora de la correduría. "Este es un desafío importante para todos. Por lo que además de no estar ajenas al cambio climático, las empresas tenemos la obligación de comunicar lo que hagamos en esta materia. De manera de que sirva como ejemplo para otros", añade.

Aseguradoras

Zurich asegurará los patinetes eléctricos de MediaMarkt

Zurich Seguros y MediaMarkt han firmado un acuerdo de colaboración para ofrecer protección frente a responsabilidad civil derivada del uso de patinetes y bicicletas eléctricas. Esta alianza muestra el compromiso de ambas empresas para adaptarse a las nuevas necesidades de los clientes en torno a la compra y uso de productos de movilidad personal.

Ambas compañías buscan avanzar en el desarrollo de la movilidad urbana, ofrecer seguridad y protección; y mejorar la experiencia del cliente en torno al uso 360° de estos vehículos. En un contexto como el actual, donde estos vehículos se han convertido en una de las opciones más elegidas por los usuarios para desplazarse en su día a día; no solo porque garantizan la práctica de actividad física, sino también la distancia social, un seguro que proteja ante cualquier imprevisto a los usuarios era nece-



Zurich ofrecerá seguros a los patinetes eléctricos vendidos por Media Markt. eE

sario. Además, el pasado 2 de enero de 2021 entró en vigor la nueva normativa de la Dirección General de Tráfico (DGT) para regular el uso de los Vehículos de Movilidad Personal (VMP) que establece que este tipo de vehículos no puede exceder los 25 km/h, deben circular por la carretera y se rigen por la misma normativa del vehículo, lo que hace conveniente contar con este tipo de seguros.

Aseguradoras

AXA cierra la compra del 99% de Igualatorio Cantabria por 49 millones de euros

Cuatro meses después del anuncio del acuerdo con los accionistas del Grupo Igualatorio, AXA España ha recibido el visto bueno de las autoridades regulatorias y formalizado el proceso legal de compra para dar por cerrada la transacción. Así, la compañía se convierte "en líder del seguro de salud y de la atención privada sanitaria en Cantabria" tras pagar 49 millones de euros por el 99% de Igualatorio Cantabria.

El 6 de mayo, además de la formalización de la firma, se celebró la junta de accionistas de Igualatorio Cantabria que realizó los cambios estatutarios necesarios y nombró el nuevo Consejo de Administración, que estará formado por Estará formado por Luis Tomás Gómez: presidente; Mónica Deza: consejera independiente; Sara Bieger: consejera independiente; Nuria Fernández Paris, consejera dominical; Christophe Avenel, consejero dominical; Rodrigo Fuentes, consejero dominical.

"Esta operación tiene como objetivo reforzar y potenciar el liderazgo en la protección de la salud en Cantabria con la unión de un líder asegurador nacional e internacional como es AXA y la experiencia y el buen hacer del Grupo Igualatorio", afirma Olga Sánchez, consejera delegada de AXA España.

AXA crece en salud

A través de este acuerdo, AXA Seguros incorpora todas las entidades pertenecientes al Grupo Igualatorio, incluidas Igualatorio Cantabria, Clínica Mompía y la Escuela Técnico Profesional en Ciencias de la Salud; así como la participación mayoritaria de Xplora, para el desarrollo del Diagnóstico por Imagen en Cantabria.

El coste de la adquisición del 99% del capital asciende a 49 millones de euros y ha sido abonado íntegramente al contado por la compañía que dirige Olga Sánchez.

¿El seguro cubre la vacunación de nuestras mascotas?

Los animales, al igual que los humanos, están expuestos a diversas enfermedades. Por ello resulta importante conocer qué vacunas son obligatorias y recomendables para nuestra mascota y cuáles pueden estar cubiertas por una póliza de seguro.

Diego Fernández Torrealba. Foto: iStock

Uno de los principales asuntos de los que debe preocuparse quien tenga una mascota es la vacunación del animal que comparte nuestro hogar, conociendo cuáles de las vacunas son de carácter obligatorio, cuáles son recomendables y cuáles prescindibles.

Actualmente existen tres vacunas obligatorias para perros en España: la de la rabia, enfermedad viral muy peligrosa que produce movimientos violentos, un estado de ánimo descontrolado, hidrofobia e inhabilidad, y generalmente acaba causando la muerte del animal; la del parvovirus, dolencia que daña los intestinos y provoca diarreas con sangre; y la del moquillo, también muy peligrosa, pues afecta al sistema digestivo, respiratorio y nervioso y encima resulta muy contagiosa.

Pero, además, existen varias vacunas cuya administración es de carácter opcional, más o menos recomendable en función de la raza y las características concretas del animal, su modo de vida y su entorno: hepatitis canina, leishmania, leptospirosis, lyme, tos de las perreras e incluso coronavirus, por poner algunos ejemplos.

En cuanto a los gatos, la vacuna de la rabia es obligatoria en algunas comunidades y pueden necesitarse otras como moquillo, leucemia, peritonitis, calicivirus o herpesvirus; los hurones, por su parte, tienen el peligro de contraer la rabia (como otros muchos animales) o el moquillo, por lo que no está de más vacunarles. La vacuna contra la primera es obligatoria y la que previene la segunda recomendable; en lo que respecta a los conejos, deben ser vacunados preferentemente ante la mixomatosis y la hemorragia vírica.

¿Qué cubre el seguro?

Depende tanto de la compañía de seguros por la que apostemos como de las necesidades del animal. Varias incluyen entre sus garantías la cobertura de la vacunación respecto a una enfermedad tan común en muchos animales y tan peligrosa como es la rabia, pero es más extraño que integren otras vacunas pese a que podrían brindar ofertas y descuentos respecto a su realización.



Actualmente existen tres vacunas obligatorias para perros en España.

Una práctica común en las aseguradoras es precisamente demandar que el cliente haya efectuado una serie de vacunaciones a su animal como requisito para asegurar a este último. Desde el sector seguros se considera mayoritariamente que este tipo de tratamientos son responsabilidad del dueño, así que en muchos casos los seguros de mascotas no incluyen las vacunas porque se considera una atención que no requiere tratamiento ni ha sido como consecuencia de un diagnóstico.

En resumen, recomendamos a los interesados tener bien claros tres aspectos: la legislación vigente, los consejos de los profesionales veterinarios y la política con respecto a la cobertura de la vacunación de las aseguradoras a las que consultemos.

La importancia de invertir en ciberseguridad en una pyme

El teletrabajo ha impulsado los ciberataques a las pymes españolas, pero también ha mejorado la percepción que estas tienen de la necesidad de protegerse frente a un ciberataque, ya sea con medidas de seguridad o la contratación de un seguro.

Diego Fernández Torrealba. Foto: iStock

En un mundo en el que lo digital ha cobrado un protagonismo absoluto y en el que casi no hay compañía que no trabaje e interactúe a través de internet, la protección de su información y del buen funcionamiento de sus sistemas se ha convertido en una prioridad. Y más cuando hay un ejército de *hackers* -en ocasiones incluso al servicio de la competencia- acechando y poniendo en peligro tanto la privacidad personal y profesional como el presente y el futuro de la marca.

Conscientes de ello, numerosas empresas han decidido invertir más en ciberseguridad, además de disponer de un buen seguro; pero otras muchas en España siguen minimizando esa realidad y la amenaza que supone. Por lo menos eso refleja un estudio realizado por Open Cloud Factory -firma especializada en la investigación y desarrollo de la tecnología de control de acceso a la red- que indica que existe una falsa sensación de ciberseguridad en numerosas compañías españolas, lo que les lleva a realizar una escasa inversión en ese aspecto.

Según el informe el 90% de las empresas considera que la importancia que le otorgan a la seguridad digital es adecuada y defiende que la gestión que hicieron en ciberseguridad durante la pandemia fue suficiente. Es más, un 40% de estas la califica como buena. Eso sí, empieza a haber una concienciación por parte de las marcas: en el año pasado el

número de empresas que consideraban destinar un presupuesto alto a ciberseguridad se redujo a la mitad, mientras que se ha duplicado el de las que afirman que es bajo.

Más de un tercio de las compañías encuestadas no dispone de un canal específico para el acceso de terceros a los recursos de la empresa, lo que según los responsables del estudio supone un riesgo ya que "más del 70% de los ataques a empresas estuvieron relacionados con accesos no autorizados y ataques de ingeniería social". Por ello, afirman que la implementación de soluciones de NAC es fundamental en las infraestructuras IT.

El informe evidencia que las empresas están cada vez más concienciadas acerca de la importancia de la ciberseguridad, un cambio que ha propiciado en gran medida el teletrabajo. Ese modo de laborar explica también el incremento en el número de proyectos de *cloud* implementados en las entidades a las que se realizó la encuesta, con un crecimiento del 150% en 2020 respecto al curso anterior.

Por último, el estudio resalta la alta implantación de un marco de buenas prácticas entre el tejido empresarial y la administración, que se eleva al 83% de las organizaciones encuestadas. Así conocen mejor cómo administrar la infraestructura de red para reducir al mínimo los riesgos.



Mediación de seguros

Se disparan las consultas sobre seguros para vacunas Covid-19

Desde principios de marzo, el proceso de inmunización contra el Covid-19 ha disparado las consultas sobre contratación de pólizas de seguro que cubran los posibles efectos negativos de la vacuna. Este aumento se debe a las presuntas secuelas que están teniendo algunas inoculaciones en determinadas personas y que ha llevado a varios países de Europa a restringir su aplicación o detenerla total o parcialmente.

En estos momentos, pese a la exclusión general ante los supuestos de pandemia, muchas aseguradoras están cubriendo contingencias propias y derivadas del Covid-19, sin estar obligadas. Para el Consejo General de Mediadores de Seguros, "aunque las compañías están haciendo un buen trabajo, la cobertura no está generalizada todavía y existe una gran disparidad de criterios entre las diferentes empresas". Las Comunidades Autónomas donde se ha



Los mayores de 50 años son los más preocupados por las vacunas Covid-19. eE

producido un mayor número de consultas son Madrid, Cataluña y Comunidad Valenciana, siendo la franja de edad comprendida entre 50 y 65 años, los más preocupados con esta situación. En febrero, la OMS firmó con la aseguradora Chubb un acuerdo, en nombre del Mecanismo COVAX, para poner en marcha un programa de indemnización dirigido a 92 países de economía baja y mediana.

Gestión de riesgos

Willis Towers Watson lanza una herramienta de diagnóstico de riesgos del cambio climático

Willis Towers Watson ha lanzado Climate Diagnostic, una herramienta de modelización global que utiliza datos y análisis avanzados para demostrar los cambios en riesgos críticos, como vientos extremos e inundaciones, así como los factores de estrés crónico, como la subida del nivel del mar y el estrés térmico, bajo múltiples combinaciones de escenarios climáticos y horizontes temporales. La modelización muestra cómo esos cambios pueden afectar a propiedades concretas, lo que permite a los clientes determinar la mejor manera de mitigar el riesgo en sus carteras property y en lugares clave de todo el mundo, explica la firma en un comunicado.

Climate Diagnostic forma parte de la gama de productos y servicios para gestionar el riesgo climático que componen la cartera de soluciones Climate Quantified™ de Willis Towers Watson. La herramienta se integra totalmente en la plataforma analítica

de herramientas de evaluación y cuantificación de riesgos, que permiten a los clientes responder a una amplia gama de riesgos y mejorar la resiliencia de la organización. Este modelo ayuda a las organizaciones a responder a los requisitos de divulgación del riesgo climático, como el Grupo de Trabajo sobre Divulgaciones Financieras Relacionadas con el Clima (TFCD), y ayudarles a desarrollar una estrategia para la transición climática.

Juan García-Cubillana, responsable de Medioambiente de Willis Towers Watson España, ha señalado que "esta herramienta permite a nuestros clientes comprender mejor el riesgo existente y revisar su riesgo futuro. Estamos convencidos de que cuanto más sepan las organizaciones sobre el riesgo climático, mejor comprenderán que los gestores de riesgos actuales estamos familiarizados ya con el pensamiento, las técnicas analíticas y las herramientas que se requieren para este nuevo futuro".



Las criptomonedas no están reguladas ni cuentan con el respaldo de los bancos centrales, de momento.

Invertir en criptomonedas: alta rentabilidad, pero ¿a qué precio?

Cerca de un 9% de españoles tienen criptomonedas. La inversión en estos activos se ha disparado alentada por su vertiginosa revalorización. Pero no es oro todo lo que reluce.

V.M.Z. Fotos: iStock

Con una década de tipos de interés por los suelos y las comisiones bancarias al alza, muchos ahorradores ponen su atención en la inversión en criptomonedas. Según explica Statista, la reina de las criptomonedas, el bitcoin, registra en las últimas semanas los valores más altos de su historia: superó los 51.863 euros (63.000 dólares) antes de la salida a bolsa de Coinbase, la plataforma de intercambio de criptomonedas. En

apenas un año, el bitcoin se ha revalorizado cerca de un 563% desde los 7.083 euros del 12 de mayo de 2020 a los 47.814 euros que marcaba en Coindesk el 10 de mayo de 2021. Con estas cifras no es de extrañar el *boom* inversor sobre estos criptoactivos.

Pero ¿qué son las criptomonedas? El Banco Santander las define como “un activo digital que em-

plea un cifrado criptográfico para garantizar su titularidad y asegurar la integridad de las transacciones, así como controlar la creación de unidades adicionales -evitar que alguien pueda hacer copias-. Estas monedas no existen de forma física, se almacenan en una cartera digital”.

Bitcoin, Ethereum. XRP y Stellar tiene más cosas en común: no están reguladas ni controladas por ninguna institución y no precisan de intermediarios en las transacciones. Todo se realiza a través de una base de datos *blockchain*. Esta desregulación que para muchos inversores es su principal atractivo es, además, su principal riesgo. “Las criptomonedas no tienen la consideración de medios de pago, no cuentan con el respaldo de un banco central u otras autoridades y no están cubiertas por mecanismos de protección al cliente como el Fondo de Garantía de Depósitos o el Fondo de Garantía de Inversores”, recuerda el Santander.

Mucha rentabilidad, más riesgo

Ya se sabe que una alta rentabilidad conlleva un riesgo elevado asociado. Por eso, la inversión en criptomonedas no es apta para todo tipo de inversores. El Banco de España y la Comisión del Mercado de Valores se pronunciaron sobre esto recientemente. A través de un comunicado, ambas instituciones recalcaron que “los compradores o inversores carecen de las protecciones que ofrece la legislación española y, en general, de la UE a las inversiones reguladas, siendo especialmente vulnerables al fraude, a la manipulación de precios o a otras actividades ilícitas”.

Además, los supervisores recuerdan que “las criptomonedas carecen de valor intrínseco, convirtiéndose en inversiones altamente especulativas”. Asimismo, su fuerte dependencia de tecnologías poco consolidadas no excluye la posibilidad de fallos operativos y amenazas cibernéticas que podrían suponer indisponibilidad temporal o, en casos extremos, pérdida total de las cantidades invertidas”.

Una inversión no apta para cardíacos

Si algo caracteriza a las criptomonedas es su alta volatilidad, aunque en 2021 la más conocida de estas divisas, el bitcoin, mantiene una tendencia al alza con algunas caídas abruptas significativas. Esto hace que la inversión en criptomonedas no sea apta para los perfiles más conservadores, aquellos que quieran garantizarse un ahorro estable. En criptomonedas se puede ganar mucho dinero, sí, pero como se dice coloquialmente, puedes perder

hasta la camisa en un vaivén del mercado.

¿Refugio de actividades opacas?

Otra leyenda negra que sobrevuela sobre las criptomonedas es su posible uso por parte de los protagonistas de actividades ilícitas. Al no poder depositarse en entidades bancarias y tener que hacerlo en billeteras digitales, escapan a cualquier control fiscal. En España, el Proyecto de Ley de Medidas de Prevención y Lucha contra el Fraude Fiscal, obliga a informar sobre la tenencia y operativa con monedas virtuales, tanto en España como en el extranjero si afecta a contribuyentes españoles. Estos, además, deberán informar sobre saldos y titulares de las monedas en custodia.

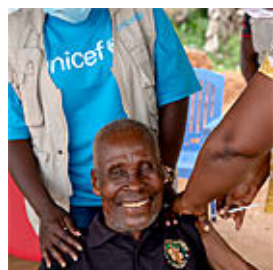
A medida que se normaliza la operativa con criptomonedas y se clarifica su regulación, son muchas las empresas que abren sus carteras de inversión a este tipo de activos, como una alternativa a las bajas rentabilidades de otros activos. En el caso del sector asegurador, son muchas las compañías que se han mostrado partidarios de apostar parte de su inversión a los activos alternativos, entre los que se encuentran el bitcoin y el resto de criptomonedas.

Según información de Cointelegraph, el fondo de pensiones neozelandés KiwiSaver de New Zealand Funds Management, con activos por 287,87 millones de euros (350 millones de dólares) asignó el 5% de sus activos a bitcoin. James Grigor, director de inversiones del New Zealand Funds, señaló que “las similitudes del bitcoin con el oro hacen que sea un activo atractivo para las empresas de seguros de vida y rentas vitalicias”.



RSC

Zurich apoya el programa de vacunación Covid de Unicef



La Z Zurich Foundation, con sede en Suiza, ha anunciado una donación inicial de un millón de francos suizos (910.000 euros) a Unicef en apoyo a Covax, el mecanismo de colaboración para garantizar el acceso equitativo a las vacunas contra la Covid-19 a nivel global cuyo objetivo es suministrar 2.000 millones de dosis en todo el mundo para finales de 2021. A través de este mecanismo, Unicef y sus socios están trabajando en el mayor programa de ad-

quisición y suministro de vacunas de la historia para vacunar a los trabajadores sociales y sanitarios de primera línea, así como a las personas vulnerables y de alto riesgo de todo el mundo.

La Z Zurich Foundation apoya este esfuerzo global, además de colaborar con las empresas locales de Zurich en todo el mundo para realizar donaciones adicionales a través de diversas campañas.

Aseguradoras

Allianz crea un espacio de deporte y salud para sus empleados



Allianz Seguros ha creado Allianz Wellness Club, una comunidad activa en la que promueve iniciativas para el cuidado personal de sus empleados. Así, la compañía continúa su avance en la puesta en marcha de todas aquellas acciones que contribuyen a optimizar el equilibrio del tiempo de trabajo y de descanso, tener tiempo de desconexión y velar por el bienestar físico y emocional de su plantilla. De esta manera, dos días a la semana y con distintos nive-

les de intensidad, los empleados/as podrán participar en sesiones deportivas online de disciplinas como yoga meditativo, yoga flow, pilates hipopresivo, o *global training*.

Allianz Seguros facilita a su plantilla un espacio asequible y dinámico en el que pueden compartir actividades deportivas con clases colectivas guiadas por entrenadores profesionales.

Aseguradoras

CNP Partners nombra director de Negocio de Protección de Pagos



CNP Partners ha nombrado a José Luis García Ortells director de Negocio de Protección de Pagos y Grupos de Afinidad. Con este nombramiento, la aseguradora reafirma su apuesta por el desarrollo del negocio de Protección de Pagos, un mercado en el que el Grupo CNP en España y su matriz CNP Assurances están presentes desde hace más de 40 años "ocupando posiciones de liderazgo", señala la compañía. "Queremos reforzar nuestra posición en el ne-

gocio de Protección de Pagos, aportar nuestra amplia experiencia en el diseño de nuevas garantías de vida y no vida, de la mano de grandes socios y de modelos de negocio affinity", señala Santiago Domínguez, director general adjunto de CNP Partners.

José Luis García Ortells cuenta con más de 20 años de experiencia profesional en los sectores financiero y asegurador.

Empleo

Allianz Partners refuerza su compromiso con la conciliación



Allianz Partners, empresa efr, certificado otorgada por Fundación Másfamilia, amplía su compromiso con la conciliación familiar y adquiere el nivel B. Se trata de un sello que sitúa a la compañía como entidad proactiva con la conciliación. El certificado efr pone en valor las más de 90 medidas que Allianz Partners tiene implantadas, con un enfoque integral y que dan respuesta a los aspectos fundamentales para el bienestar de sus colaboradores como son:

calidad en el empleo, flexibilidad temporal y espacial, apoyo a la familia, desarrollo profesional y personal e igualdad de oportunidades.

Desde 2011, cuando obtuvo por primera vez el nivel C de la certificación efr, la compañía ha seguido reforzando su compromiso, pasando al nivel C+, hasta conseguir el reconocimiento de empresa Proactiva (nivel B, que ha adquirido recientemente).

Y, usted, ¿qué es lo que quiere?

Hace días que la página está en blanco. Me mira, la miro, la esquivo y me observa, crítica, con peor cara. Me persigue. Hace horas que estamos en esta escena tensa, -casi de película de terror- con la página.

Anita Cufari. Foto: iStock

La mente en blanco. Tener que tomar una decisión, elegir un camino, establecer un rumbo y ese momento en que llega la maldita pregunta: en realidad, ¿qué quiero?

Hay un estudio científico que desde hace años está analizando a los ganadores de la lotería para ver de qué maneras les influye el cambio, una vez que la X de la ecuación de toda esa felicidad que supuestamente llegaba con el dinero, por fin se resuelve.

Déjeme contarle, que por ahora la conclusión es que esa felicidad de “me he salvado para siempre” dura menos de cuatro meses. A partir de allí, el cerebro se acostumbra a la nueva realidad y los huecos internos que no llevaban el signo del euro comienzan a aflorar nuevamente. Cuatro meses y la X muta.

Así que le despejo el problema del dinero, le doy todo lo que quiere. Pero, ¿qué quiere?

Tomar una decisión puede ser difícil. Especialmente cuando implica un cambio de rumbo en su vida. Hay miles de técnicas, como la de las 50 preguntas que—dicen— más o menos en la número 20 empiezan a destrabarse las respuestas y busca alternativas.

Cuando tiene que decidir sobre algo que impactará a largo plazo y no sabe por dónde empezar, hablelo. Destrábese. Coméntelo. Deje que su cerebro le vaya dando forma mientras lo cuenta. Siéntalo en el cuerpo. Sí, sí. Que para eso tenemos las emociones y ellas rigen la manera en que pensamos. ¿Tiem-

bla? ¿Se paraliza? ¿O revolotean las mariposas en el estómago emborrachadas de adrenalina?

Y mientras lo cuenta (no se boicotee de antemano y recurra a aquellos que aportan o apoyan, incluso, con un punto de vista opuesto, pero no lo macharán por querer dar el salto), escuche sus palabras. ¿Cómo gesta las oraciones? ¿Qué oculta?

Es una pregunta aparentemente sencilla. Pero recuerdo que una vez me la hizo alguien que se encarga de facilitar contactos. ¿Qué necesitas?, me dijo, y en ese momento me apabullaron los miles de pensamientos. “Si es dinero, voy al banco”. “Si es consejo, puedo acudir a tal o cual para obtenerlo”. ¿Apoyo? Enseguida le puse cara a Fulanito y Mengano. Así que ¿por qué no lograba avanzar en el proyecto que quería? ¿Qué me faltaba?

Y volví al punto uno: decide qué quieres.

Hace poco una amiga me comentaba que le había llegado la oportunidad de su vida, un gran puesto que no estaba buscando pero que le seducía por demás. Estuvo a punto de cambiar de ciudad, de vida, por conseguirlo. Todo parecía perfecto, pero dijo que no. La retribución no compensaba el cambio. Sin embargo ganó muchísimo: saber qué quería. Bendita encrucijada con final feliz.

Y, al final... yo, ¿qué quería? Lo que acabo de lograr :-)



Georgia O'Keeffe: "Nadie me enseñó a pintar a mi manera"

El museo Thyssen presenta la primera retrospectiva en España de la norteamericana Georgia O'Keeffe, una de las máximas representantes del arte del siglo XX.

Ana M. Serrano. Fotos: eE

O'Keeffe anticipó la pintura por planos de color.

Georgia O'Keeffe nació en 1887 en Sun Prairie (Wisconsin) donde pasó su infancia en una granja antes de trasladarse junto a su familia a más de 1.600 kilómetros de distancia. Tenía entonces 16 años y ya manifestaba sus deseos de pintar e intensas inclinaciones artísticas: "mis ojos pueden ver formas. Es como si mi mente creara formas de las que no sé nada". Su formación se inicia en el Art Institute de Chicago y la Art Students League de Nueva York.

Pero la rigidez académica no satisfacía unas inquietudes artísticas que iban más allá de pintar como los otros. No quería imitar a otros. Ni siquiera imaginaba llegar a pintar con la pulcritud y la pureza de los grandes maestros. Ella quería pintar a su manera y pronto descubrió que nadie le iba a enseñar a hacerlo.

Andaba la joven O'Keeffe a la caza de su identidad como artista, dibujando a carboncillo el fruto de sus caminatas e impartiendo clases en escuelas de Virginia, Texas y Carolina del Sur para llegar a fin de mes cuando su gran amiga Anita Pollitzer muestra a Stieglitz varios de los dibujos que le enviaba junto a sus cartas. Era 1916. El fotógrafo, fascinado por la potencia emocional y el personalísimo estilo de la artista los expone en flamante galería neoyorquina. La pasión y la relación romántica entre fotógrafo y pintora no se hicieron esperar. Es lo que tienen las conexiones espirituales ungidas por instintos mucho más profundos que la mera atracción. Ambos fueron pareja (con los correspondientes altibajos, distanciamientos y reencuentros) hasta que él muere en 1946.

Volviendo al 16, el camino personal y profesional de la mujer artista que ya era tomaba el rumbo desea-



do. O'Keeffe inicia el ascenso hacia la cima, confirma su posición disidente y lanza su personal cruzada contra las etiquetas y los intentos de la crítica de crear una especial categoría para su obra. Le molestaban especialmente las asociaciones de las formas naturales de sus cuadros con la fisonomía femenina y las interpretaciones freudianas de sus abstracciones. Tampoco se identifica con ningún movimiento reivindicativo de la figura femenina en la sociedad ni en el arte. Ella, que pinta sin códigos, defiende solo su deseo de tomar sus propias decisiones, hacer con sus pinceles lo que su instinto le sugiere.

El Thyssen reivindica la figura de O'Keeffe con una retrospectiva, la primera en España dedicada a la artista, cuyo recorrido abarca su universo pictórico siempre conectado a los viajes, el paisaje y la naturaleza. No solo las flores -que la hicieron famosa con lecturas bastante poco acertadas acerca del simbolismo de la sexualidad femenina- inspiraron el lenguaje de O'Keeffe. También las perspectivas urbanas neoyorquinas y los horizontes infinitos de Nuevo México forman parte de ese estilo intensamente personal que anticipó la pintura por planos de color.

Es la primera retrospectiva en España dedicada a la artista,

Las 'no vacaciones' en la Sierra de Madrid

A un paso de la capital. Cogiendo la A-1 escapando de la ciudad, nos adentramos en la Sierra del Rincón y llegamos a El Refugio, el 'coworking' rural de Puebla de la Sierra, en Madrid.

Anita Cufari. Fotos: eE

Parece mentira que un espacio de trabajo esté en esta página de ocio, pero déjeme que le cuente el plan. Se levanta temprano, desayuna en la cafetería de El Refugio y comienza la mañana haciendo alguna de las rutas de senderismo de este enclave catalogado por la Unesco como Reserva de la Biosfera. Se lanza por la ruta de los Robles Centenarios o la de los Linares, un camino espectacular entre álamos y cerezos, que culmina en el Cerro Larda con una altitud de 1.425 metros. Desde allí, con ese paisaje cambiante según la época del año, planifica la jornada o su próximo proyecto. La perspectiva siempre ayuda a que los sueños tengan aire para crecer.

Así, energizado, regresa a su puesto de trabajo en el *coworking*. Que la *call*, que la pasada en limpio de todas esas ideas que en la ciudad se sienten un poco ahogadas y, tal vez, la generación de más y mejores planes que surgen en esas charlas ocasionales con sus compañeros de espacio.

Quizás, justamente aquí, en el medio del entorno rural nazca esa sinergia que estaba necesitando. Porque a El Refugio llegan trabajadores y nómadas digitales de todas partes del mundo. Así que no le extrañe encontrar esas respuestas que en su oficina o escritorio de casa no encontraba. Curioso es que justamente aquí donde usted puede trabajar y dejar volar su imaginación en plena naturaleza, se

encuentre el Valle de los Sueños. Un parque escultórico que convierte a Puebla de la Sierra en la localidad con más obras de arte por habitante.

De lo que hay, a lo que uno quiere

Y es que este espacio inspira para repensar lo que tenemos y hacer, finalmente, lo que queremos. Por lo menos así nació El Refugio. Un día, Martín Fleischer, un ejecutivo del marketing que se cansó de andar viajando por el mundo representando a una gran farmacéutica, llamó a su viejo amigo Agustín Gago, ingeniero de diseño, para liarse la manta a la cabeza y meterse de lleno en este proyecto.

Bastó con comprender que nada mejor que un lugar reconocido por su fauna y flora autóctonas, así como por el desarrollo humano sostenible, para hacer de El Refugio un espacio de gastronomía, trabajo, hospedaje y entorno colaborativo entre los emprendedores de la zona y los que vienen de fuera, como usted, por ejemplo.

¿Quién iba a decir que Manolo Escobar, iba a ser todo un visionario laboral con su rumbita *Me voy pal campo!* Y es que el trabajo es una acción, una actividad... no un lugar. Así que vuelva a mirar la imagen que ilustra este texto y piense... ¿de verdad que no quiere tomarse unas "no vacaciones" para tener la oportunidad de trabajar en un ambiente así?



El Refugio. 'Coworking', restaurante y hospedaje en plena naturaleza.



Puestos de trabajo y salas de reuniones en El Refugio.

En Madrid brilla una 'Gioia' del Piamonte salpicada de almendras sicilianas

El restaurante 'Gioia' se encuentra en pleno corazón de Chueca, acaba de recibir un Sol Repsol y en sus fogones, bajo la batuta de Davide Bonato, se cocinan los mejores secretos del norte de Italia aderezados con los toques vanguardistas del chef.

Ana M. Serrano. Fotos: eE

Joya y alegría son las señas de identidad de este delicioso refugio piamontés de la calle San Bartolomé donde la tradición, la buena materia prima y la creatividad culinaria conviven en un ambiente familiar y cálido. Daniela Rosso se encarga de esparcir el espíritu y el hedonismo de la *dolce vita* italiana por cada rincón de la sala decorada con objetos antiguos y curiosidades bien originales. En cuanto a la carta, se distingue por una selecta variedad de platos típicos recreados mediante formas, colores y texturas innovadoras, respetando siempre la esencia de la región.

Pues resulta que esta primavera, además de sus joyas habituales, la *Gioia* madrileña se viste de gala y encandila con su encanto al príncipe de la almendra siciliana. Hablamos del *amaretto*, sí, pero no de cualquiera, sino del galán de Villa Massa. El caballero, nacido y madurado en las fértiles tierras de la isla italiana, puede presumir y presume de la intensidad, el sabor y los aromas de los parajes volcánicos del Etna. Villa Massa Amaretto se elabora con los mejores frutos de los almendros de Sicilia caracterizados por un peculiar gusto a mazapán. Toques de vainilla, cereza y cacao armonizan la graduación alcohólica, el dulzor y los sabores a almendra amarga.

Villa Massa, al igual que *Gioia*, es sinónimo de historia y tradición desde hace más de un siglo. La aventura de la familia Massa comienza en 1890 y la receta casera que originó su brillante *limoncello*, elaborado exclusivamente con limones de Sorrento. Años después el clan amalfitano incorpora a su saber hacer otro tesoro natural, esta vez procedente de Sicilia: sus preciadas almendras cuya cáscara gruesa y leñosa conserva y protege los intensos aromas del fruto. Tras un proceso de maceración y un filtrado artesanal, el *amaretto* cobrizo y nacarado de la casa.

Trampantojo es el nombre elegido por Davide Bonato para el nuevo retoño Bonato-Massa. En efecto, el postre joya con aspecto de burrata es en realidad una panacotta de almendras perfumada con *amaretto* Villa Massa, servida junto a esféricos de chocolate blanco rellenos de semifrío a la naranja y



La aventura de la familia Massa comienza en 1890 y la receta casera que originó su 'limoncello'.

amaretto, crumble de *caprese* y perlas de aceite de oliva virgen extra.

Nota para *gourmets* (y *gourmandes*): permanezcan atentos, pues el postre solo estará disponible en carta durante tres meses.