

E&N



Entrevista
Baldi Figueras
Formador en desarrollo personal
'Cuando te dan una tarjeta de visita, escribe siempre algo en ella, para poder identificarla' | P. 5

SUPLEMENTO SEMANAL DE **ECONOMÍA Y NEGOCIOS** DE DIARI DE TARRAGONA

¿Emprender desde la empresa? No en las pymes



El intraemprendimiento no logra calar más allá de las empresas del Ibex 35 | P. 2-3

en positivo

Robótica al alcance de todos

Una empresa tarraconense creada por jóvenes emprendedores que busca acercar, de un modo lúdico, la tecnología y la ciencia a la ciudadanía. | P. 4



Enrique Vidal-Ribas
Economista

«Un clavo ardiendo» | P. 7



Franc Ponti
Profesor de innovación en EADA Business School

«Ganar dinero (o no)» | P. 8



Montse Martínez
Profesora de la URV y Abogada Grupo Gispert Abogados y Economistas

«Overbooking aéreo: ¿qué derechos tenemos?» | P. 9

Overbooking aéreo: ¿qué derechos tenemos?

El overbooking es el privilegio que tienen las compañías de vender más billetes que plazas disponibles en un vuelo; es una práctica que está permitida legalmente y que supone para las aerolíneas millonarios ahorros anuales.

Ha dado la vuelta al mundo el vídeo con la violenta expulsión del pasajero David Dao en un vuelo de United Airlines; este incidente ha costado millones de dólares a la compañía y además le ha obligado a revisar toda su política de compensación por overbooking, elevando su indemnización máxima de 1.350 dólares por trayecto hasta casi 10.000 dólares para aquellos pasajeros que voluntariamente cedan su plaza. Y es que actualmente, en Estados Unidos las líneas están compitiendo por ver quién ofrece mejores condiciones a los pasajeros que dejen libres sus plazas en vuelos con exceso de reservas. ¿Pero cuáles son los derechos que tiene un pasajero en Europa? El reglamento europeo por el que se rigen las normas

Montse Martínez



Profesora de la URV y Abogada Grupo Gispert Abogados y Economistas

comunes sobre compensación y asistencia a los pasajeros aéreos, establece que las líneas aéreas deben intentar reducir el número de pasajeros a los que se deniega el embarque contra su voluntad. Para ello exige que en caso de overbooking, la compañía primero debe pedir voluntarios que renuncien a su plaza en el avión; y si no hay suficientes, podrá denegar el embarque a otros pasajeros.

Según el reglamento antes citado, el pasajero voluntario tendrá derecho a negociar con el transportista aéreo una compensación, además de poder optar entre el reembolso de su billete o ser conducido hasta el destino final lo más rápidamente posible y en condiciones de transporte comparables.

En caso de denegación del embarque contra la voluntad del pasajero, éste tendrá derecho además de lo indicado en el párrafo anterior a que se le indemnice de forma inmediata por la compañía aérea con cantidades que varían entre 250 y 600 euros, en función de la distancia del destino final. Es-



Las normativas no modifican la conducta de las aerolíneas ya que los beneficios son mayores que las pérdidas

tas indemnizaciones son de mínimos, pudiendo el pasajero reclamar compensaciones adicionales por los daños sufridos como consecuencia de no poder emprender el vuelo, por ejemplo por daños morales. Pero toda esta normativa no ha servido para evitar que las aerolíneas sigan vendiendo más



billetes que plazas disponibles, ya que el coste final de las indemnizaciones es muy inferior al beneficio que esta práctica genera. Es por ello que a menos que se modifique la re-

gulación - como consecuencia de lo ocurrido en el vuelo de United Airlines - el overbooking seguirá siendo una práctica habitual para las compañías aéreas.

Tecnología para fomentar el ahorro

Durante el inicio de este siglo hemos sido testigos de la creación de muchas aplicaciones para móviles y tabletas que han cambiado nuestras vidas. Se trata de un proceso sin vuelta atrás. Y en lo que respecta a la industria financiera ha experimentado una transformación significativa en los últimos años y la tecnología es una de las impulsoras de este cambio, pero su relevancia es aún mayor debido a la interacción con otros sectores. Sus implicaciones son diversas en el sector financiero, por ejemplo, al reducir los costes de intermediación, facilitar el acceso a los servicios financieros y contribuyendo a la creciente demanda de asesoramiento para hacer frente a la preocupación de nuestra sociedad sobre el futuro de las pensiones, por la disminución de la capacidad de ahorro, amenazada por el escenario actual de tipos de interés cero, etc.

En este escenario, el uso de las fintech nos ayudará a mejorar el sector financiero. La tecnología ya forma parte de nuestras vidas y, desde el punto de vista

Karim Zouhdi



Executive Director de EFPA

de los asesores financieros, estas nuevas herramientas ayudan a facilitar un mejor servicio a nuestros clientes. Los asesores seremos mejores profesionales gracias a las nuevas tecnologías. Es un cambio inevitable que nos permitirá trabajar mejor y más rápido.

Pero hoy sólo vemos el embrión de lo que puede convertirse en el asesoramiento automatizado. De momento, ya vemos cómo las entidades financieras están invirtiendo muchos recursos en la gestión de grandes volúmenes de datos y otros análisis avanzados, es decir, el Big Data. Buen ejemplo son los roboadvisors, asesores automatizados que han llegado para quedarse, aunque no son todos iguales. Cada uno persigue un modelo de negocio diferente, aunque

ofreciendo una amplia gama de servicios. Es importante tener en cuenta que los servicios de asesores automatizados deben estar sujetos a los mismos requisitos regulatorios que los servicios tradicionales de asesoramiento financiero. Resulta fundamental que, tanto el asesoramiento digital como el tradicional, estén regidos por la misma normativa.

La necesidad de asesoramiento financiero de calidad es hoy mayor que nunca, ya que los ahorradores hacemos frente a nuevos retos: el aumento de la longevidad, la incertidumbre por los ingresos disponibles para la jubilación, la falta de compromiso, en general, de nuestra sociedad con respecto a las finanzas familiares y el difícil acceso al asesoramiento de calidad.

No obstante, creo que hay elementos del asesoramiento tradicional como la planificación integral financiera, la jubilación personalizada y el asesoramiento fiscal que un algoritmo es poco probable que sea capaz de reemplazar. Además, diversos estudios como el de

Celent Research señalan que muchos inversores minoristas no están del todo cómodos con el hecho de confiar todos sus ahorros a un algoritmo y consideran que aún necesitan ir de la mano de los "asesores humanos". Y es que no debemos olvidar que estamos hablando del dinero de la gente. Necesitamos, sin duda, proteger los ahorros de nuestros clientes porque un mal asesoramiento puede arruinar la vida de una persona y, los que nos dedicamos profesionalmente a la gestión de patrimonios, somos muy conscientes de nuestra responsabilidad. Creo que no podemos seguir adelante hasta que no estemos seguros de que el algoritmo que ejecuta el asesor digital sea una herramienta tan segura como el asesor tradicional.

La reputación de la industria bancaria se encuentra hoy en su nivel más bajo. Se trata de un sector clave en nuestra sociedad y, para mejorarlo, tenemos que recuperar la confianza de los clientes. El papel y la responsabilidad de los asesores para revertir esta situación es fundamental.

A todo esto, hay que tener en cuenta el surgimiento de los Millennials, un segmento que, a diferencia de sus predecesores, está tomando decisiones finan-

ciarias a una edad más temprana. Este hecho nos obliga a ser más atentos que nunca y a trabajar fuerte para mejorar la cultura financiera de nuestra sociedad. Porque los clientes, de manera inconsciente, pueden obviar información necesaria al algoritmo, y la interacción



No estaremos seguros hasta que el algoritmo del asesor digital sea tan seguro como el asesor tradicional

humana permitirá detectar esta discrepancia y entender que cada cliente es diferente. Porque las necesidades del cliente pueden cambiar inesperadamente, necesitamos un asesor tradicional para tenerlo en cuenta y poner en práctica los cambios en sus planes de inversión. En definitiva, para detectar los riesgos para los consumidores de tomar decisiones financieras inadecuadas, como resultado de la falta de información o por errores en el algoritmo. No es nada despreciable.