



DESPUÉS DE UN TERREMOTO, VIENE LA CALMA

Por si no era suficiente todo lo ocurrido en 2020 y lo que llevamos de 2021, ahora tenemos que sumar algo más a la lista de acontecimientos no demasiado deseables: una cadena de terremotos en la provincia de Granada. Los temblores ocurridos durante las semanas pasadas, originados en el área metropolitana de Granada, han mantenido en vilo a sus ciudadanos, que se han visto incluso obligados en ocasiones a saltarse el toque de queda por el coronavirus por miedo a derrumbes en sus viviendas.

Y es que los terremotos pueden dejar multitud de secuelas en las viviendas, que pueden variar ampliamente según la intensidad del temblor en la escala de Richter. Hablamos de daños que van desde la propia estructura, como grietas en el suelo, techo o paredes, hasta en nuestros muebles u bienes, por lo que, si nos vemos en estas circunstancias, es normal preguntarnos cómo nos protege el seguro en situaciones como esta.

Normalmente, el antídoto contra los desperfectos en nuestra vivienda lo

tiene nuestro seguro de Hogar, pero, como los terremotos son un fenómeno de la naturaleza extraordinario en nuestro país, no es habitual que dentro de nuestra póliza se incluya el riesgo por terremoto. Por lo tanto, será el Consorcio de Compensación de Seguros, entidad dependiente del Ministerio de Economía, quien se encargará de cubrir e indemnizar los daños que estos provoquen. Aunque, para acceder a la indemnización, este organismo simplemente requiere a la persona afectada tener en vigor una póliza (en este caso, de Hogar), lo ideal es acudir a nuestro corredor de confianza para revisar las coberturas de nuestro seguro, ya que la indemnización puede variar en función de las coberturas de la póliza.

A partir de aquí y para realizar la reclamación, lo mejor que podemos hacer es escuchar y seguir sus consejos. Como profesional experto, él será quien mejor nos guíe y brinde apoyo para que ningún seísmo nos quite la tranquilidad.

DÍA MUNDIAL DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR



El próximo 15 de marzo se celebra el Día Mundial de los Derechos del Consumidor. Una fecha señalada que promueve la difusión de los derechos fundamentales que asisten a los consumidores de todo el mundo, exigiendo su protección y respeto.

Por ello, queremos hablar de los derechos del cliente en las ventas vinculadas y combinadas de seguros:

1. Si un contrato de seguro es auxiliar a un bien o servicio que no sea de seguros, como parte de un mismo acuerdo, como por ejemplo un préstamo o crédito, el distribuidor debe ofrecer al cliente la posibilidad de adquirir el bien o servicio por separado. Además, debe informar por escrito que se está realizando una

venta combinada o vinculada, la parte del coste total que corresponde a cada producto o servicio, los efectos de la no contratación individual o cancelación anticipada del seguro y de las diferencias entre la oferta conjunta y la oferta de los productos por separado.

2. Por ley, el cliente debe ser asesorado e informado previamente, de forma veraz y suficiente, en la promoción, oferta y suscripción de pólizas, basándose siempre en las exigencias y necesidades del cliente y no los intereses del distribuidor.

3. El cliente no puede ser obligado ni forzado a contratar directa o indirectamente ningún seguro con una determinada aseguradora, ya que el cliente tiene la libertad de elegir.

4. El cliente puede efectuar reclamaciones y quejas.

Ante cualquier duda en esta situación lo mejor es contactar con tu corredor de seguros de confianza, él te podrá dar el asesoramiento que mereces.



La llegada del coronavirus ha obligado a toda empresa a adaptarse, y la industria de la organización de los eventos, ya fuesen profesionales, deportivos o de ocio, no iba a ser menos: los premios Goya de este año consistirán en una gala híbrida; en los juegos olímpicos de Tokio 2021 están tomando medidas que incluyen controles y pruebas exhaustivas a los atletas... y otros, como los sanfermines, han sido cancelados definitivamente por la imposibilidad de celebrarlo en condiciones de seguridad.

La maquinaria de medidas para garantizar la seguridad de las personas se puso en marcha desde el primer momento, pero ¿es realmente seguro celebrar un evento con los tiempos que corren? A la hora de celebrar un acto u evento, lo que debemos hacer es partir de la situación epidemiológica de la CCAA, provincia o municipio, que debe ser de bajo riesgo de transmisión. Posteriormente, analizar el riesgo de contagio según el tipo de evento que se quiera celebrar y,

si es seguro, realizarlo con medidas de prevención y control: protocolos de desinfección, uso obligatorio de mascarillas y facilitación del mantenimiento de la distancia social de 2 metros, evitar aglomeraciones, reducir la duración del evento u optimizar la ventilación, ya que reduce la posibilidad de contagio.

Aun así, la posibilidad de tener que cancelar nuestro evento sigue existiendo. Y porque esto no es algo agradable en términos económicos, existen los seguros para eventos, en especial para los multitudinarios. Sin embargo, ahora se ha extendido mucho más hacia el ámbito privado, como en las bodas. Por ello, si estamos pensando en organizar un evento, lo mejor en estos casos será, a partir de las medidas y restricciones del momento, acudir a nuestro corredor de confianza para que nos asesore en todo momento sobre qué coberturas garantizarán nuestra seguridad y la de nuestros invitados.

CIBERDELINCUENTES NO, GRACIAS

Como dice la frase, la mejor manera de derrotar al enemigo es conociéndolo bien. Y es que la educación en ciberseguridad continúa siendo una asignatura pendiente en las empresas, por lo que resulta muy interesante conocer a los ciberdelincuentes más de cerca, a través de sus técnicas maliciosas más comunes.

Según el Instituto Nacional de Ciberseguridad (INCIBE), los ciberataques más frecuentes tienen que ver con la suplantación de la identidad de la persona, empresa, proveedor o incluso de la marca e imagen corporativa, bien mediante el envío de un correo malicioso con remitente falso y con el objetivo de robar



datos importantes y confidenciales, o copiando y usando los recursos y servicios de la web cor-

porativa, para engañar a los usuarios aprovechándose de la reputación de la marca en su beneficio.

Otras técnicas se basan en la extorsión, donde se trata de chantajear a la víctima con técnicas de ingeniería social o en el aprovechamiento de brechas de seguridad en tiendas online legítimas para inyectar un software malicioso y robar información de los usuarios.