

BTS

Boletín Tecnológico
para el seguro



- [Otras publicaciones](#)
- [Hemeroteca](#)
- [Suscribirse](#)

24 junio 2010

Patrocinado por



Iniciativas

Nace Job and Talent, otra forma de buscar empleo a través de la red social

Tendencias

Everis - Presentación informe telecom 2010

Noticias

- **Sanitas Responde 2.0: nueva red social de la salud**
- **EUROP ASSISTANCE estrena nueva web corporativa**
- **DGSFP: habilitada la remisión telemática por las aseguradoras de los informes de control interno**
- **Nace Motopoliza.com, comparador de seguros para motos**
- ...

Informe

INTECO: 'Estudio sobre el fraude a través de Internet'

El **Observatorio de la Seguridad de la Información de Instituto nacional de Tecnologías de la Información - INTECO**

ha publicado los resultados de su estudio anual acerca del fraude en internet en España.

Este informe es de vital importancia para el sector, ya que mide trimestralmente el grado de confianza de los internautas en las transacciones por Internet.



Los diagnósticos trimestrales de este informe permiten realizar una clara radiografía del fenómeno del fraude *online* y de su percepción por parte de los usuarios.

A partir de la descripción de la tipología de las técnicas de engaño empleadas, la medición del porcentaje de intentos de fraude -fallidos y exitosos-, el impacto económico sufrido y la respuesta de las víctimas el

Sabía qué...

... es Put.io?

:: INFORME

INTECO: 'Estudio sobre el fraude a través de Internet'

:: WEBS DE LA SEMANA

EUROPE ASSISTANCE
MOTOPOLIZA

:: HAN DICHO

"En el sector asegurador crece la necesidad de implantar herramientas con tecnología avanzada de análisis de texto"

:: AGENDA

Enviar a un amigo

Síguenos en Twitter

Otras Publicaciones de interés

:: Boletín de Nuevos Productos

:: Boletín Sanitario Semanal

:: Boletín Diario del Seguro especial América Latina

sector puede focalizar esfuerzos para minimizar el impacto del fraude y aumentar la e-confianza del usuario.

Las primeras conclusiones de este informe indican que la mayoría de los intentos fraude ocurren a través de técnicas de ingeniería social a través de Internet mientras que relacionadas con el teléfono móvil son mínimas.

La proporción de usuarios que creen haber recibido un intento de fraude ha disminuido a lo largo del año 2009. En el cuarto trimestre mayor incidencia declarada fue la invitación a visitar alguna página web sospechosa, seguida de la recepción de un e-mail ofertando un servicio no solicitado.

La recepción de SMS con ofertas de servicios no solicitados experimenta la mayor reducción de intentos de fraude, al pasar de 24,6% a 12,2% el último año.

Los bancos o las entidades financieras son el remitente falseado preferido por los ciberdelicuentes. Esto se debe a la mayor confianza que ofrece este tipo de instituciones a los usuarios y a la gran oportunidad de beneficio de ser exitoso el fraude.

Los intentos de fraude que no han tenido repercusiones económicas en los usuarios se mantiene estable a lo largo del año y ronda el 96,5% de los intentos.

La mayoría de fraudes exitosos tanto por internet como por teléfono no superan los 400 euros.

La principal conclusión que se puede extraer del análisis es que los usuarios no manifiestan modificaciones a la hora de realizar operaciones de comercio electrónico o banca a través de Internet después de haber sufrido algún intento de fraude y/o un perjuicio económico. Más del 80% de los usuarios declaran no haber realizado modificaciones en sus hábitos.

El informe también recoge **las recomendaciones o mejores prácticas de comercio electrónico**, a saber:

- Utilizar cuentas de usuario con permisos limitados.
- Utilizar contraseñas seguras.
- No enviar información personal o financiera a través del correo electrónico.
- Limitar la información personal que se proporciona en las redes sociales.
- Usar programas de seguridad en los equipos en los que se realicen operaciones a través de Internet.
- Tener precaución a la hora de descargar o abrir archivos adjuntos.
- Mantenerse informado sobre cuestiones de seguridad informática, conocer los riesgos y las principales amenazas de las que protegerse.

Sin duda este informe puede servir al sector asegurador para diseñar servicios que cubran estas eventualidades, teniendo en cuenta que a pesar de las inversiones en sistemas de seguridad por parte de la banca y el comercio electrónico, los defraudadores no cejan en su empeño, porque la tecnología está al alcance de todos.

Acceso al **Informe INTECO**

[arriba](#)



Iniciativas

Nace Job and Talent, otra forma de buscar empleo a través de la red social

Tres jóvenes emprendedores españoles han decidido utilizar las

herramientas que ofrece la web 2.0 para crear 'jobandtalent', una nueva plataforma online de búsqueda de empleo cuyo objetivo es poner en contacto a jóvenes profesionales con titulación universitaria con las mejores empresas del sector.

Nacida en enero de 2009 y presentada este martes en Madrid por sus cofundadores, esta start-up supone una inversión de más de un millón de euros por parte de inversores privados y del fondo de capital riesgo Invercaria.

La plataforma surgió con la pretensión de emplear las herramientas de la web 2.0 al mundo de los Recursos Humanos, motivo por el que optimiza funcionalidades de redes sociales como Facebook, LindedIn, Tuenti o Twitter.



Actualmente, apenas año y medio después su lanzamiento, 'jobandtalent' cuenta con más de 35.000 usuarios y 160 clientes, entre los que se cuenta más del 45% de las compañías que componen el Ibex35 como BBVA o Indra; así como otras compañías como Deloitte, L'Oreal, Morgan Stanley o PricewaterhouseCoopers.

La idea del proyecto surgió, según sus fundadores, inspirada en sus propias necesidades: "Cuando haces una búsqueda de empleo, decidir qué carrera seguir y ver las oportunidades es muy difícil", explica Navío.

"Nos dimos cuenta de que, a pesar de invertir mucho tiempo y esfuerzo, teníamos la certeza de que había muchas oportunidades a nuestro alrededor a las que no podíamos acceder", añade el consejero delegado de la compañía. Con el objetivo de solventar este problema de transparencia del mercado laboral, entre otros fines, crearon la plataforma, que se apoya en tres pilares: la relación directa entre empresas y usuarios, la potenciación de la capa social y la transparencia del mercado laboral. Para ello, se constituye como una especie de red social para empresas y candidatos en las que ambos pueden ponerse en contacto a través de sus perfiles de una manera mucho más rápida.

"En los últimos 20 años ha habido muy poca innovación en el sector de Recursos Humanos", afirma Navío. "Sin embargo, en otros sectores ha nacido Youtube, Facebook, Twitter... Herramientas que atraen a los jóvenes y han revolucionado la comunicación [...] Ya era hora de que existieran herramientas que incorporen estas otras a la búsqueda de talento y empleo".

En este sentido, Vicuña señala que ya es posible importar los contactos desde Facebook a la plataforma y cómo, en los próximos meses será posible, también, desde LinkedIn. Respecto al precio del servicio, éste es gratuito para los usuarios y para las empresas varía en función de sus necesidades de selección de personal y de potenciación de su imagen de marca.

Una página que los profesionales del sector, especialmente los que están a la búsqueda de nuevas oportunidades, deberían ver.

Tendencias

Everis - Presentación informe telecom 2010

El 90% de las pequeñas empresas y cerca del 60% de los autónomos disponen de banda ancha fija, pero sólo un 15% y un 8% respectivamente tienen contratado el servicio de banda ancha móvil, según el estudio El mercado de las telecomunicaciones en las pequeñas empresas y autónomos españoles 2010. Las TIC y el espíritu emprendedor realizado por everis.

El informe, en su octava edición, incorpora por primera vez datos sobre el uso de las telecomunicaciones en los autónomos, analiza el uso de la telefonía móvil, la banda ancha, las ofertas de servicios y la conexión entre las TIC y el espíritu emprendedor.



Uso de la telefonía móvil

El 89,3% de las empresas pequeñas y el 82,5% de los autónomos disponen de telefonía móvil, aunque sólo el 46% y el 42% de los empleados de las pequeñas empresas y autónomos respectivamente dotan a todos sus empleados de terminal móvil.

En cuanto a los servicios utilizados con la telefonía móvil el 58,4% y el 65,8% de los autónomos sólo lo utilizan para realizar llamadas, mientras el 19,2% y el 22,5% respectivamente para el envío de sus /mms. En cuanto al uso del comercio electrónico y la conexión a Internet a través del móvil la utilización de las empresas no llega al 20% y la

de los autónomos ni al 5%.

Movilidad, una asignatura pendiente para pymes y autónomos españoles

Las pequeñas empresas y autónomos actualmente disponen de equipamiento y servicios que permiten estar interconectados en cualquier momento y lugar. El informe de everis analiza, por primera vez, con un índice específico, hasta qué punto las compañías usan esta capacidad de movilidad.

Este indicador se ha construido a partir de tres índices correspondientes a los "equipos y tecnologías" de las que disponen, el comportamiento en cuanto al "uso", y los "servicios contratados".

Según el análisis, las pequeñas empresas usan más esta capacidad de movilidad. En concreto, el indicador de la movilidad de las pequeñas empresas alcanza los 25,8 puntos sobre una escala de cien, mientras que en el caso de autónomos, el indicador de movilidad se sitúa en 13,8 puntos, alejándose de los 25,8 puntos obtenidos por las pequeñas empresas.

En ambos casos, el índice muestra como tanto en pequeñas empresas como autónomos, no usan intensivamente ni los servicios contratados ni los equipos y tecnologías que les facilitan la movilidad.

El informe también analiza las diferencias de movilidad de las pequeñas empresas y profesionales autónomos por zonas geográficas. De esta manera, el estudio afirma que son las pymes de la provincia de Madrid las que están más interconectadas, mientras que, de los autónomos, son los de Barcelona los que están más avanzados.

Bajo interés por la banda ancha móvil

El análisis de everis también analiza la penetración de la banda ancha en

los dos segmentos objeto de estudio. En cuanto al servicio de banda ancha fija (entendido como disponer de internet en el lugar de trabajo a través de línea física conectada a esa ubicación, ADSL o cable), el 89,8% de las pequeñas empresas afirman tener contratado este servicio. En el caso de los autónomos esta cifra se sitúa en el 57,3% del total de éstos.

En contraste, la penetración de banda ancha móvil (entendida como el acceso a internet desde cualquier ubicación a través de una tarjeta o un dispositivo USB conectado a un ordenador), es mucho menor: se sitúa en el 14,7% de las pequeñas empresas de entre 0 y 49 empleados y en el 8,3% de los profesionales autónomos. Y la tendencia tampoco parece indicar que crecerá el número de contrataciones, ya que más de 6 de cada 10 empresas y autónomos afirman que su intención de contratar este servicio es "muy baja".

Más satisfacción y fidelidad a las compañías operadoras contratadas



Tanto en lo referente a servicios de telefonía móvil como a servicios de banda ancha, el análisis muestra como las pequeñas empresas están más satisfechas hoy con el servicio presentado por los operadores que hace dos años. Desde el 2008, ha crecido un 27% el número de pequeñas empresas que manifiestan que seguro que continuarán con el mismo proveedor de telefonía móvil y un 30% las que afirman que seguirán con el mismo proveedor de banda ancha, hasta alcanzar un 57% y un 62% del total de pequeñas empresas, respectivamente.

Los principales motivos que tanto pequeñas empresas como autónomos esgrimen para justificar su continuidad con el proveedor de telefonía móvil son el buen funcionamiento del servicio (pymes 48%, autónomos 56,6%), la existencia de un contrato de permanencia (26,2%, 16,4%), por precio (20%, 13%) y por el servicio de atención al cliente (16%, 10%).

En lo que se refiere a banda ancha, los motivos que esgrimen las pequeñas empresas y los autónomos son el buen funcionamiento del servicio, precio, comodidad/costumbre y servicio al cliente.

La integración de servicios, una tendencia creciente

Muchas de las pequeñas sociedades y de los autónomos disponen de más de un servicio de telecomunicaciones. Esto ha comportado que las operadoras ofrezcan paquetes comerciales que combinan más de un servicio.

Este tipo de contratos con ofertas integrales priman tanto entre el colectivo de pymes (el 74,1% disponen de una) como en el de autónomos (54,9%). La oferta integral compuesta por telefonía fija y banda ancha fija es la opción más contratada tanto por las pequeñas empresas (64,3%) como por los autónomos (60,2%) que tienen más de un servicio contratado con un mismo operador.

Sin embargo, existe un amplio segmento tanto de pequeñas empresas (18,7%) como de profesionales autónomos (22,4%) que pese a tener contratados varios servicios con un mismo operador no disponen de oferta integral con éste.

Valoración de las TIC

Las empresas de nueva creación son las que dan a las TIC una mayor importancia. En este sentido, un 45,4% de las pequeñas empresas de nueva creación valoran la importancia de las TIC como "muy alta". En cambio, en las empresas con más de 5 años de antigüedad destaca la valoración "muy alta" por parte del 10% de ellas.

En términos generales, para los autónomos la importancia de las TIC en su negocio en el momento actual es valorada con mayor frecuencia como

"alta", independientemente de la antigüedad.

arriba

Tenemos un regalo para ti. Pincha aquí

Webs de la semana

EUROPE ASSISTANCE



La nueva web de **EUROPE ASSISTANCE** ha contribuido a mejorar la operativa *online* del servicio de información y contratación de seguros de viaje a través de Internet. Con un diseño mucho más sencillo, más enfocado a la tarificación directa y a la fácil contratación, EUROPE ASSISTANCE ha ganado en modernidad, usabilidad y agilidad, además de haber mejorado considerablemente el acceso a su área privada para clientes y colaboradores. Sin embargo, convendría que tuvieran en cuenta algunos errores de programación -problemas con las fechas que detecta el sistema o con la maquetación de algunas páginas interiores-, por otro lado muy normales cuando se trata de un reciente lanzamiento que recibimos con satisfacción. No dudamos que estos pequeños inconvenientes se irán solventando en los próximos días.

MOTOPOLIZA

MOTOPOLIZA nace como una nueva web comparativa de seguros de motos, aunque hemos preferido analizarla desde lo que la web aporta a las comparativas de seguros, y hemos concluido que las aportaciones existen, si bien no están del todo desarrolladas y, probablemente, necesiten de más tiempo. Si algo conviene destacar en cuanto a innovación en esta web es el uso de elementos icónicos en el proceso de toma de datos del usuario previo al resultado de la comparativa. Resulta excelente la idea de ofrecer imágenes de los modelos de moto para ayudar al usuario a identificar la que busca asegurar -si bien, en marcas como en BMW todas las imágenes brillan por su ausencia-, así como hacer lo propio con los logotipos de las compañías. Por otro lado, en los resultados de las tarificaciones hemos detectado numerosos casos donde las compañías no han respondido correctamente. Confiamos en que cierto rodaje solucione estos pequeños contratiempos.

[arriba](#)

Noticias

Sanitas Responde 2.0: nueva red social de la salud

Según un reciente estudio de la Sociedad Española de Medicina Familiar y Comunitaria (semFYC), el 87% de las personas utiliza Internet cuando quiere



Internet cuando quiere saber algo sobre una enfermedad, frente al 85% de hace unos años que se basaban en la información del médico. Ante estos datos, SANITAS ha puesto en funcionamiento su nueva comunidad virtual, denominada Sanitas Responde 2.0, que permite a los pacientes crónicos interactuar entre ellos, así como con las enfermeras que atienden el servicio de asesoría personalizada en salud de Sanitas Responde.

La aseguradora explica que esta comunidad virtual surge a raíz del auge que están teniendo las redes sociales, ya que "está cambiando la manera de entender la salud y la relación médico-paciente. Internet ha traído consigo la democratización del conocimiento y ha generado un número mayor de fuentes de información sobre salud, en las que muchas veces son los grupos de pacientes, y no los profesionales, los que están teniendo la iniciativa", detalla la compañía que considera este canal como una oportunidad para poder interactuar con sus

clientes y responder a sus inquietudes fomentando que los usuarios dialoguen entre sí sobre su experiencia con una enfermedad crónica, así como sobre los tratamientos y actividades que más les han ayudado a mejorar su calidad de vida.

Para participar en la comunidad de Sanitas Responde 2.0, el paciente sólo tiene que registrarse en el área de clientes de la web de la compañía (www.sanitas.es). Una vez dado de alta, podrá acceder con el mismo usuario y contraseña a la comunidad virtual en <http://responde.sanitas.es>.

Con el directorio de **inese.es**

EUROP ASSISTANCE estrena nueva web corporativa

Como anunciamos en nuestra sección de análisis, EUROP ASSISTANCE ha realizado una restructuración de su página web corporativa (www.europ-assistance.es), introduciendo cambios en la arquitectura, accesibilidad y tecnología de la misma. En particular, la entidad llama la atención, como la mejora más destacada, la relacionada con la accesibilidad, con el fin de facilitar así la navegación de todos sus usuarios, y de manera especial aquellas personas que tengan algún tipo de discapacidad. En este sentido, se ha conseguido una calificación de nivel de accesibilidad de 'AAA', la máxima concedida por la organización W3C (world wide web consortium).

Por otra parte, con la organización del contenido, se incorpora información actualizada de la compañía, de sus productos y servicios, facilitando a sus clientes la elección del tipo de producto sobre el que desea obtener información. Se introducen nuevos productos de Asistencia Legal que incluyen la opción de compra 'on line', y la página también dispone de accesos personalizados para las agencias de viaje, agentes o empresas.

Otro aspecto destacado por la compañía es el proceso del 'Seguro a tu medida', a través del cual los clientes crean a la carta su póliza de Asistencia en Viaje, decidiendo sobre las coberturas y los límites que desean asegurar. "Este seguro lleva funcionando más de tres años en el espacio virtual corporativo con éxito y como consecuencia de ello ha sido renovado tecnológicamente para proporcionar un espacio aún más intuitivo y fácil de utilizar", explica.

Por último, se hace mención a las mejoras tecnológicas, que proporcionan un entorno seguro en todos los procesos, con el interés de fomentar tanto la compra como las tramitaciones 'on line'.

DGSFP: habilitada la remisión telemática por las aseguradoras de los informes de control interno

La Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones tiene ya disponible, a través de su [Sede Electrónica](#), la remisión telemática, por parte de las entidades aseguradoras, de los de los informes de control interno.

Nace Motopoliza.com, comparador de seguros para motos

El mercado de los comparadores de seguros tiene un nuevo

actor, pero esta vez con la novedad de estar enfocado en las pólizas para motocicletas. Se denominada Motopoliza.com (www.motopoliza.com) y se presenta como un "nuevo comparador de seguros independiente que nace con la misión de ayudar al motero a encontrar un seguro de moto ajustado a sus necesidades a través de Internet".

El equipo detrás de este proyecto, que analizamos en nuestra sección de análisis web, está formado por expertos en el sector seguros, consultoría, tecnología, y sobre todo, moteros, con más de 20 años de experiencia en el mercado, "y apoyados por la solvencia y prestigio de LLERANDI CORREDURÍA DE SEGUROS y las compañías líderes del sector", destaca el propio comparador, que remarca la apuesta de esta iniciativa por las redes sociales, dispositivos táctiles y tecnología móvil, "en un lenguaje motero y comprensible, y apostando por la usabilidad, transparencia y la sencillez para el usuario".

El RACC crea el servicio de información de tráfico para el móvil

El RACC, a través de la compañía RACC Móvil, ha desarrollado un aplicativo para ofrecer la información del tráfico adaptable a la telefonía móvil. La aplicación Infotransit RACC integra datos de ocho fuentes de información diferentes, las procesa, las clasifica y las traduce en formatos diseñados para los usuarios. De este modo, integra información de las redes de carreteras interurbanas de toda España, incluyendo las propias de asistencia del RACC, así como también obras, puertos de montaña y carreteras cortadas. Contiene información de más de 70.000 Km. de carretera de todo el Estado y de 718 puntos de control.

Esta información, sencilla y fácil para el usuario, era hasta ahora sólo consultable a través de la web de Infotransit del RACC (www.infotransit.cat) y ahora ha sido adaptada para trasladarla a los terminales móviles.

HELVETIA, AXA, DIRECT SEGUROS... las entidades apuestan por el iPhone

Más entidades vienen a sumarse a la nómina de aseguradoras que apuestan por lanzar utilidades para el iPhone, de las que ya venimos hablando en nuestro boletín. En este caso, coinciden dos grupos aseguradores en lanzamientos simultáneos de ayuda en caso de siniestros.. Por un lado, HELVETIA; por otro, AXA.



HELVETIA anunció ayer el lanzamiento de una aplicación para casos de emergencia dirigida a los usuarios de iPhone, que tendrán a su disposición consejos prácticos y teléfonos y soluciones útiles para reaccionar ante una emergencia.

El objetivo es que cuando se produce un accidente, un incendio o un robo y no se dispone de mucho tiempo para reaccionar, el usuario disponga de una aplicación a través de este tipo de teléfono, que agrupa la información más importante para situaciones graves: números directos de emergencia de los países a los que se viaja con más frecuencia; consejos de actuación en casos de emergencia; posibilidad de guardar números de teléfono propios, por ejemplo de familiares, a quienes avisar en caso de emergencia; bloqueo de tarjetas de crédito robadas; consejos

de actuación de primeros auxilios; posibilidad de localizar por GPS el lugar exacto donde uno se encuentra; y linterna con función SOS.

Salvo la función GPS, el resto del contenido está disponible 'offline', por lo que no es preciso conectarse a la red. La aplicación es gratuita y puede descargarse ya en App Store o mediante iTunes. También se puede encontrar este comunicado en la página www.helvetia.ch/media.

AXA SEGUROS GENERALES y DIRECT SEGUROS, ambas del grupo AXA, ofrecen ya a sus clientes la posibilidad de informar *on line* sobre un siniestro de Auto en el mismo lugar del accidente a través de un terminal iPhone. Se trata de una aplicación que agiliza y simplifica los trámites de un siniestro para los clientes y permite reducir el tiempo de gestión y respuesta a sus asegurados.

En su nota de prensa se detalla que, "entre los principales servicios que ofrecen, tanto la aplicación de AXA como la de DIRECT SEGUROS, se encuentran la posibilidad de tomar y enviar a la compañía fotografías del vehículo y lugar del accidente, así como -en caso de que exista otro coche implicado- de la matrícula del vehículo o del parte amistoso. Además, si lo desea, el cliente puede introducir comentarios adicionales para aclarar los hechos del siniestro. Tras el envío de la información, el cliente recibe un SMS confirmándole la apertura del siniestro".

También posibilita la búsqueda del taller de reparación más cercano, llamar a emergencias, solicitar una grúa y acceder a un listado de preguntas frecuentes y consejos relacionados con los seguros de Auto y la conducción.

Las nuevas aplicaciones de las entidades, denominadas 'AXA Contigo' y 'Direct Seguros Servicio Móvil Auto', respectivamente, son gratuitas y se pueden descargar desde la App Store de Apple.

arriba

SABÍA QUÉ...

... es Put.io?

Corramos un tupido velo acerca del *naming* de este nuevo servicio, seamos benévolos y ahorrémonos el chiste fácil. Por que lo que es fácil con Put.io es almacenar grandes archivos en la red.

Put.io es un servicio de pago que permite almacenar nuestros contenidos digitales en un disco duro virtual. Es una vuelta de tuerca a los sistemas tradicionales de alojamiento de información en "la nube". Estas son las características que le hacen innovador:

- a)** No solo permite alojar archivos o descargarlos, también permite reproducirlos en *streaming*. Es decir, no es necesario esperar a que se descargue el archivo multimedia para poderlo ver.
- b)** Se pueden descargar de forma directa y más eficiente a Put.io los contenidos alojados en otros servicios, sin tener que descargarse en el ordenador. Ya la conexión personal no será más un cuello de botella.
- c)** Permite gestionar la carga, descarga y emisión de contenidos a través de aplicaciones P2P como BitTorrent, RapidShare o MegaUpload.
- d)** Se pueden generar suscripciones automáticas a contenidos específicos a través de sindicación RSS. Incluso se puede automatizar la búsqueda de un determinado "Torrent" para ejecutar su descarga desde el momento en que se halle disponible.

e) Permite compartir contenidos con otros usuarios de Put.io

Todos los planes de servicio de Put.io son de pago. La cuenta básica supone 10 Gb de espacio en disco y otros 10 Gb de consumo de ancho de banda por 4,90 dólares/mes (3,99 euros/mes). La opción "Pro" tiene 50 Gb de espacio y de ancho de banda por 9,90 dólares/mes (8,06 euros/mes). La opción "Premium" permite almacenar hasta 100 Gb de espacio y ancho de banda, por 19,90 dólares/mes (16,21 euros/mes).

La distinción entre espacio en disco y ancho de banda que realiza Put.io se debe a que, cada vez que un usuario descarga un archivo almacenado en Put.io o realiza un streaming del mismo, se descuenta el tamaño del archivo descargado o visualizado del límite de ancho de banda disponible.

Así que ya saben quién se va a poner Put.io con este nuevo servicio...

[arriba](#)

Han dicho

"En el sector asegurador crece la necesidad de implantar herramientas con tecnología avanzada de análisis de texto" [Javier Ortal, responsable de Business Intelligence para el Sector Financiero de Capgemini]



En su artículo publicado en *Actualidad Aseguradora*, "El valor añadido de la información no estructurada", el directivo de la consultora analiza la importancia de la apuesta por una comunicación y un marketing que sea capaz de procesar datos cualitativos y llegar a interpretar la información que circula por la red para enfocar de un modo correcto las acciones de marketing.

Una interesantísima reflexión sustentada de un modo magnífico el artículo que puede leerse [en esta dirección](#).

[arriba](#)

Suscripción

Enviar

Contacto

Hemeroteca

Agréguenos a su lista blanca

Baja

Todos los derechos reservados. Los contenidos de esta publicación no podrán ser reproducidos, distribuidos, ni comunicados públicamente en forma alguna sin la previa autorización por escrito de la sociedad editora

* PARA CUALQUIER CONSULTA, SUGERENCIA RELACIONADA CON LA REDACCIÓN DEL BTS: Remítanos un mensaje electrónico a e_inese@rbi.es

* CAMBIOS EN DATOS DE ENVÍO O PROBLEMAS CON LA RECEPCIÓN: Remítanos un mensaje electrónico a la dirección e_inese@rbi.es, indicando la incidencia. En caso de cambio de cuenta de correo, señale la dirección antigua y la nueva.

ISSN 1697-4174

Responsable de Publicaciones Electrónicas y Corporativas: José Luis Cendrero

Coordinación y Redacción: Roberto Enríquez

Diseño: Gonzalo García

Sus datos personales están registrados en un fichero automatizado propiedad de Reed Business Information S.A. -Sociedad Unipersonal-, Zancoeta 9, 48013 Bilbao y proceden de fuentes accesibles al público, del boletín de solicitud de información o suscripción a nuestras publicaciones o del documento firmado con nosotros para prestarle algún servicio. Podrá recibir publicidad, a través de correo, fax y/o correo electrónico, de otros servicios del grupo Reed Business Information y/o de terceras empresas que puedan ser de interés para el desempeño de su actividad empresarial. Puede ejercitar sus derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición dirigiéndose por escrito a Reed Business Information S.A. en la dirección arriba indicada. Reed Business

12/07/2010

Boletín Tecnológico para el Seguro (BTS)

Information sigue un estricto procedimiento para asegurar que todos los receptores de mensajes comerciales han consentido a la recepción de información comercial por medios electrónicos. Si Ud. tiene alguna duda al respecto o desea comunicar su objeción a dichos envíos por favor envíenos un correo electrónico a rbi@rbi.es