

LA TECNOLOGÍA, NUESTRA ALIADA FRENTE AL CORONAVIRUS





VISITA LA
SECCIÓN ZOOM DE
WWW.MAPFRE.COM
PARA AMPLIAR
INFORMACIÓN
SOBRE ACTIVIDADES
DURANTE LA
PANDEMIA



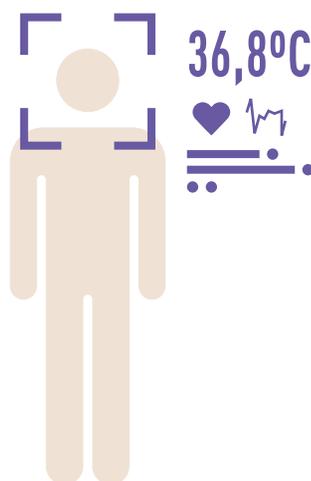
Si algo positivo hemos aprendido individuos y sociedad en todo el mundo tras la declaración de la OMS, el pasado 11 de marzo, de pandemia global por la COVID-19 es que la tecnología abre una puerta —aunque sea virtual— por la que entran soluciones y esperanza en un escenario de incertidumbre y confinamiento.

TEXTO **MARINA CALVO** | ILUSTRACIÓN **ISTOCK**

Por lo que se sabe, el virus COVID-19 se originó en China, que además de un gigante económico es también uno de los países que encabezan, en el Top 20, la clasificación de Innovación que publica anualmente la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, y segundo por número de grupos más punteros en ciencia y tecnología. Esa potencia digital y tecnológica ha sido importante en la gestión de la pandemia por parte del país asiático.

Singapur, considerado el país que hasta la fecha ha creado la mejor respuesta ante el virus, fue capaz de reconstruir en uno o dos días desde la detección de un nuevo caso la cadena de transmisión de un infectado a través de una ágil base de datos y de una toma de decisiones

LA SOCIEDAD CIVIL COLABORÓ EN LA LUCHA CONTRA EL VIRUS RECURRIENDO A DISTINTAS TECNOLOGÍAS EN BENEFICIO DE LA SOLIDARIDAD Y DE LA ACCIÓN CIUDADANA, CON EL FIN DE ALIVIAR LA PRESIÓN Y LA COMPLEJIDAD LOGÍSTICA QUE ESTA SITUACIÓN DE ALARMA ESTABA GENERANDO.



inmediata que solo permite el seguimiento en tiempo real. Tras los test de detección, la tecnología fue primordial, ya que permitió ubicar y aislar a los enfermos.

También Hong Kong, Corea del Sur y Taiwán emplearon con éxito la tecnología y la innovación para combatir el virus con métodos de respuesta más efectivos.

Igualmente en Europa, que se convirtió en el mes de marzo en el epicentro del contagio, las autoridades gubernamentales apostaron por el uso de aplicaciones, bases de datos y asistentes, entre otros procesos de Inteligencia Artificial. En España, la respuesta digital contra el virus arrancó con una web de información verificada, autodiagnóstico digital y una oficina del dato, entre otros programas.

SOCIEDAD CIVIL Y ENTORNO EMPRESARIAL

A nivel ciudadano la sociedad civil colaboró en la lucha contra el virus recurriendo a distintas tecnologías en beneficio de la solidaridad y de la acción ciudadana, con el fin de aliviar la presión y la complejidad logística que esta situación de alarma estaba generando.

Opciones de compra de bienes de primera necesidad, iniciativas vecinales para asistir a quienes no pueden salir de sus casas y acciones sin ánimo de lucro de toda índole, como ofrecer un plato caliente en los rellanos a colectivos que lo necesiten, la celebración de cursos de relajación o de talleres infantiles confirman que ese otro mundo es posible a través de la tecnología.

También ha cambiado la actuación y el aspecto de las grandes marcas. La intervención de gigantes como Google, Facebook o Apple dejó de circunscribirse al ámbito de sus operaciones tal y como las conocíamos. Frenar la propagación de *fake news*, recopilar datos útiles para la respuesta ante el coronavirus y mejorar el “clima” emocional de los usuarios ofreciendo una música más alegre fueron solo algunas de las actividades que empezaron a asumir en los primeros días. Así, ya no

TELEGRAM, HOUSEPARTY, WHATSAPP, HANGOUTS, SKYPE...

LA ACEPTACIÓN DE NUEVAS VÍAS DE CONSULTA ANTES CONSIDERADAS INTRUSIVAS SE HA CONVERTIDO EN **UNA REALIDAD QUE SEGURAMENTE LLEGÓ PARA QUEDARSE**

sorprendió el anuncio de una alianza de la OMS con Whatsapp para lanzar un sistema de notificación y recomendaciones sobre el coronavirus.

Las grandes marcas contribuyeron a frenar la propagación de *fake news*, recopilar datos útiles para la respuesta ante el coronavirus y mejorar el “clima” emocional de los usuarios

HOUSEPARTY Y OTROS EXPERIMENTOS INÉDITOS

El confinamiento ha abonado también el terreno para los experimentos inéditos en lo que a relaciones virtuales se refiere, tanto en el terreno profesional como el personal.

Al igual que en MAPFRE, en muchas organizaciones el teletrabajo mutó de utopía

a realidad como garante de una mayor seguridad para los empleados. La proliferación de videoconferencias periódicas mediante Skype o Hangouts, de herramientas colaborativas (intranets, comunidades virtuales, almacenes de conocimiento, etc.), la aceptación de nuevas vías de consulta antes consideradas intrusivas (Whatsapp o Telegram) y la puesta en común no solo de proyectos, sino de preocupaciones personales, se han convertido en una realidad que seguramente llegó para quedarse.

Entre amigos, o con desconocidos, triunfaron aplicaciones como Houseparty, una de las más descargadas de la cuarentena. Ya que había quedado atrás el “en tu casa o en la mía”, porque con el aislamiento obligado por la crisis del coronavirus ya solo podíamos hacer fiestas en modo videollamada, la obligación de buscar nuevos tipos de ocio nos descubrió un mundo de juegos compartidos y la posibilidad de “vernos” con nuestros amigos.

Así, la tecnología que en décadas anteriores había aparecido ante los ojos del mundo como una infraestructura fría y capaz de amenazar las relaciones humanas consiguió reducir, de forma drástica, la distancia que nos separa a las personas en los 180 países impactados hasta el

momento, uniéndonos en torno a una libertad y normalidad suspendidas.

VIRAL, COMO SU NOMBRE INDICA

Los *hashtag* que el coronavirus generó (#QuédateEnCasa #EsteVirusLoParamosUnidos), sus derivadas cómicas y sus bulos se han vuelto virales. Han contagiado al conjunto de redes sociales sin excepción, siendo capaces de aportar una gran dosis de cotidianidad que permite a los usuarios mostrar facetas de sus vidas que antes permanecían ocultas. Simples tareas domésticas, como la de un número uno del tenis mundial [Rafa Nadal] cocinando, o la organización de un concierto virtual en el salón de Alejandro [Sanz] son posts reverberados en las redes ante millares de ciudadanos que también atienden sus obligaciones desde casa. Este virus ha prendido como ningún otro hasta el momento en los canales de comunicación social, con más de 2.400 millones de usuarios en Facebook y más de 340 millones en Twitter. No te pierdas el artículo que dedicamos en este mismo número de *El mundo de MAPFRE* a nuestras actuaciones en redes sociales durante esta crisis.

#QuédateEnCasa
#EsteVirusLoParamosUnidos

ACCIONES MÁS TECNOLÓGICAS

MAPFRE no permaneció ajena a esta realidad y sumó a sus muchas acciones algunas más "tecnológicas": la apertura de su **plataforma de salud digital Savia**, para atender consultas de posibles casos de Covid-19 y otras afectaciones (principalmente medicina general, psicología y pediatría), de forma gratuita, al conjunto de ciudadanos. Fueron los profesionales del cuadro médico de MAPFRE quienes de forma voluntaria pudieron ofrecer este servicio de chat.

Así, incrementó sus consultas un 240% durante esta crisis y creció hasta los 150.000 usuarios registrados. Realizó más de 100.000 consultas remotas durante el confinamiento relacionadas con el coronavirus y otros temas de salud.

SOLAMENTE
EN EL MES DE MARZO
SE REGISTRARON
MÁS DE
25.000 USOS,
LO QUE SUPONE
UN INCREMENTO DEL
72%
RESPECTO AL MES
ANTERIOR

También **Verti en España** puso en marcha servicios gratuitos de asistencia digital a todos sus clientes para apoyarles en todo lo relativo a teletrabajo, clases de colegios y universidades virtuales, comunicación con familiares y amigos y un mayor consumo de ocio digital.

El Centro de Experimentación y Seguridad Vial de MAPFRE (CESVIMAP) quiso aportar igualmente su grano de arena en la lucha contra el coronavirus y habilitó el acceso, libre y gratuito, a los contenidos de Ceviteca, su biblioteca online, para compartir conocimiento y facilitar la autoformación de los profesionales del sector. Actualmente, son más de 1.700 las personas que disfrutan de esta experiencia durante 6 meses.

Asimismo, ha llevado a cabo los **webinar Enfocados a la normalidad transitoria y Cómo hacer del taller un entorno seguro**. Y, ante la imposibilidad de seguir impartiendo sus cursos de forma presencial, se han implementado diversos recursos formativos: grabación en vídeo de formación práctica, masterclass, prácticas en el taller con interactividad entre alumnos y profesor, etc.

Otra aplicación tecnológica realizada por MAPFRE durante la crisis fueron las **video peritaciones** para identificar y gestionar servicios en el hogar. Y en España se lanzó la iniciativa **Hoy por ti** para ayudar, a través de la **app gopick**, a dar continuidad de negocio a pymes y autónomos.