# **EVENTOS & NETWORKING**

for your business

eventosynetworking.e

mayo 2023 - número 41

#### **Entrevistas**

Djalma Laroque.

Antonio Díez Pérez.

Juanma Romero

Fernando Cervigón.

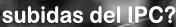
#### Marketing

**Entrevistamos a** ChatGPT.

Jurídico y financiero.

Fraudes electrónicos.

¿Cómo nos afectan las





DESCARGA LA VERSIÓN DIGITAL DE LA REVIS

Moros y Cristianos Petrer 2023 Del 11 al 15 de mayo.

Hacemos visible tu negocio a más de 120.000 profesionales y empresarios.



# Llama sin compromiso y te informamos. +34 610 74 27 28

**EVENTOS&NETWORKING FOR YOUR BUSINESS** 

RADIO - PRENSA - REDES SOCIALES - NOTAS DE PRENSA - EVENTOS

www.eventosynetworking.es



#### **PROTAGONISTAS**

04 Djalma Laroque

Juanma Romero

16 Laura García Encina

Pilar Buendía Amat

Ángel Calvo Mañas



Síguenos en Cultura Emprende Radio.



















Agradecimientos a: Pilar Buendía Amat, Laura García Encina, Jose Noblejas, Ana Ávila, departamento de comunicación de la UNIÓN DE FESTEJOS SAN BONIFACIO, MARTIR y a todos los que han participado en esta edición. El editor no se hace responsable de las opiniones de los colaboradores de la revista.

Edita: Ángel Calvo Mañas - Eventos y Networking es una marca registrada. Tel. +34 610 74 27 28



especialista en Marca Personal y Marketing Digital, Jose Noblejas, se pasó por los estudios centrales de radio Intereconomía para presentar un claro ejemplo de "potente marca personal", el caso de éxito del famoso Coach Deportivo Djalma Laroque.

**Djalma Laroque** es brasileño pero está afincado desde hace tiempo en Madrid. Después de muchos años compitiendo al máximo nivel y codeándose con los mejores decidió vivir en Madrid, donde a día de hoy ejerce su actual profesión, entrenador personal y coach deportivo.

Subcampeón en el Arnold Classic de EEUU, Campeón Absoluto en España y dos veces Campeón del Arnold Classic en Brasil. Su trayectoria le avala y en esta entrevista vamos a saber un poco más sobre él.

Noblejas: ¿Cuáles son las 3 características que debería tener cualquier entrenador personal?

Laroque: Debe tener un buen estado físico, saber escuchar y ser empático. Debe saber hasta qué punto puede exigir.

# Noblejas ¿Cuánto tiempo llevas en España y qué tipo de clientes te has encontrado?

Laroque: Llegué a España en Abril de 2004, tenía 19 años. Aquí he encontrado de todo pero fundamentalmente atletas buscando competir, personas con sobre peso y algunos que buscan un cambio físico.

# Noblejas ¿Cuál es el objetivo más común que se persigue?

Laroque: La mayoría busca un cambio físico notable.

Noblejas: ¿El cambio físico siempre está motivado por querer aumentar la seguridad en uno mismo y la autoestima?

Laroque: Eso es, pero el cambio físico siempre empie-

za por una actitud mental positiva y una buena nutrición.

Saber alimentarse de una manera saludable y comer bien es fundamental.

#### Noblejas: En España tenemos la sensación de ir siempre corriendo de un lado a otro, ¿es esto un problema para tu trabajo?

Laroque: Lo es, siempre intento ser flexible pero es un ritmo de vida que desde luego bueno no es. Pero casi todos me avisan con antelación, existe mucho respeto en ese sentido. Alguno me avisa tarde pero son muy pocas ocasiones.

#### Noblejas ¿Qué anécdota puedes contarnos de tu etapa de competición?

Laroque: Cuando competí (en mi primera competición) ¡se me olvidó depilarme! Como el pesaje era por la mañana y la final por la tarde tuve que comprar unas cuchillas y lo hice rápido y corriendo en el backstage.

#### Noblejas: ¿De qué campeonato estás más orgulloso?

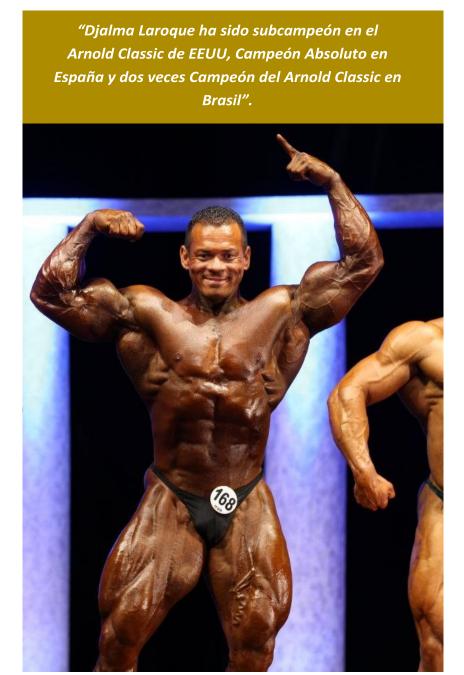
Laroque: Del Arnold Classic en South América (se hizo en Brasil). Lo gané 2 veces, una en 2013 y otra justo al año siguiente, 2014, en la categoría de hasta 100kg.

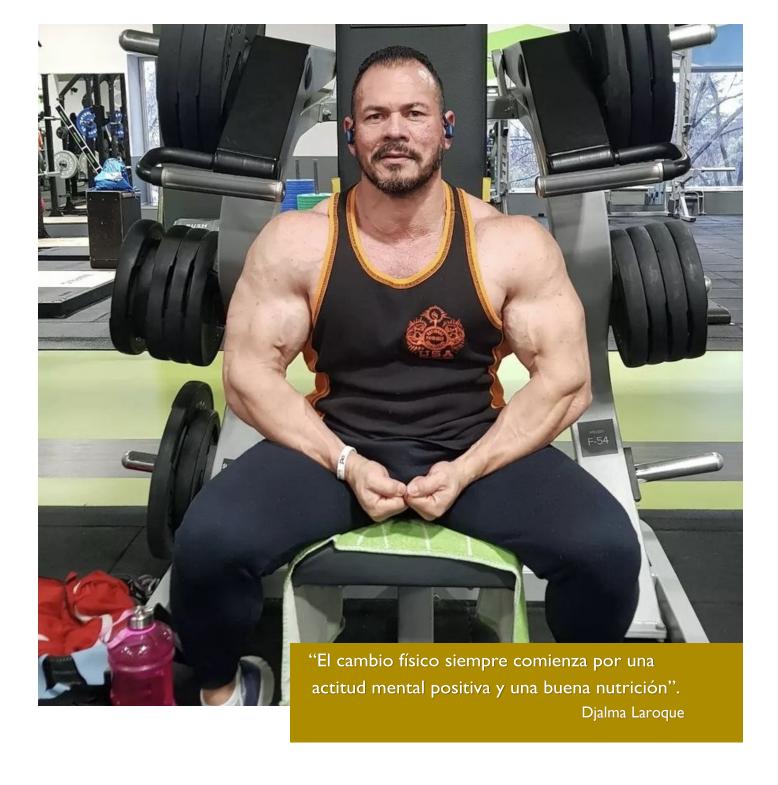
#### Noblejas: ¿Cómo fue tener a Arnold al lado y hablando contigo?

Laroque: Una experiencia inolvidable. Arnold tiene una energía especial. Me dijo "tienes un físico increíble" y fue él quien me dio el trofeo de subcampeón en el Arnold Classic de Madrid en 2011. Más no se puede pedir.

#### Noblejas: ¿Qué diferencia hay entre la mentalidad americana y la española?

Laroque: La mentalidad de un culturista es la misma esté donde esté pero la oportunidad es distinta en América. Allí es donde se celebra anualmen-





te la máxima competición de culturismo profesional y alberga a los mejores culturistas del mundo profesional, el Míster Olympia.

# Noblejas ¿Trabajas tanto presencial como online?

Laroque: Sí, de las dos maneras

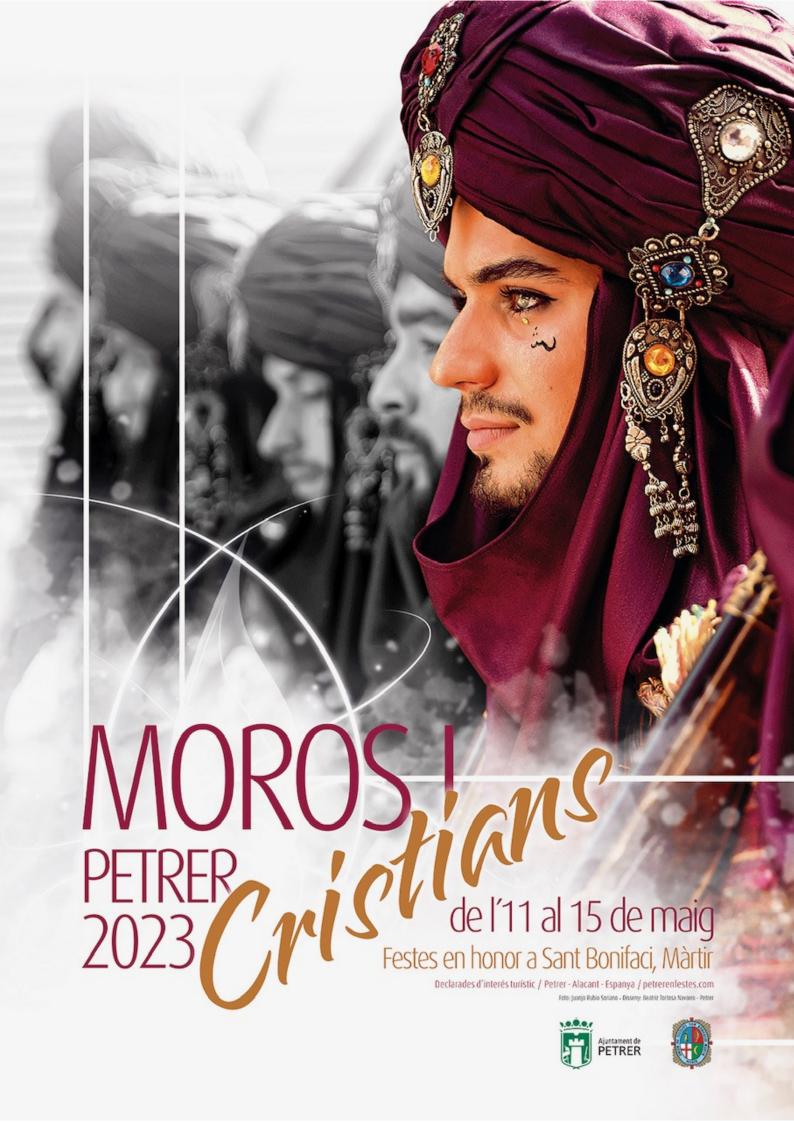
# Noblejas ¿Dónde se te puede encontrar?

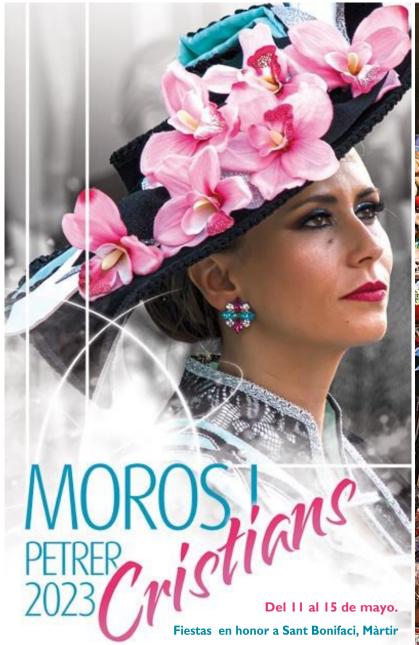
Laroque: Los entrenamientos personales los hago en el Fitness Place de Plaza Elíptica, que es donde yo también entreno personalmente. También soy muy activo en las redes sociales, me podéis lo-

calizar en Instagram y Facebook, os dejo mis perfiles:











# Programa de Actos.

Fiestas declaradas de interés turístico petrerenfestes.com

#### Domingo 7 de mayo.

II:00 h. DESFILE INFANTIL.

12.30 h. HOMENAJE A LAS RODELAS.

#### Miércoles 10 de mayo.

**20:30 h.** BENDICIÓN PALMA de San Bonifacio, Mártir. Al finalizar se bajará de la ermita en pasacalle.

#### Jueves 11 de mayo.

**20:00 h.** ENTRADA SALUDO DE LAS BANDAS DE MÚSICA.

00:00 h. RETRETA y SALUDO OFRENDA a nuestro patrón.

#### Viernes 12 de mayo.

10:00 h. ALARDO con ostentación de las rodelas.

12:30 h. BAJADA DEL SANTO en procesión.

18:30 h. TRADICIONAL GUERRILLA.

19:45 h. ESTAFETA DEL EMBAJADOR MORO.

20:15 h. EMBAJADA MORA.

00:30 h. AMBAIXADA EN VALENCIÀ.

#### Sábado 13 de mayo.

11:00 h. ENTRADA CRISTIANA con el orden: Labradores, Vizcaínos, Marinos, Tercio de Flandes, Estudiantes, Moros Fronterizos, Moros Nuevos, Moros Beduinos, Moros Viejos y Berberiscos.

20:30 h. SOLEMNE PROCESIÓN con todas las comparsas.

#### Domingo 14 de mayo.

#### FESTIVIDAD DE SAN BONIFACIO, MÁRTIR

11:00 h. DESFILE DE HONOR y SANTA MISA en honor de San Bonifacio, Mártir.

17:30 h. MAJESTUOSA ENTRADA MORA con el orden: Moros Fronterizos, Moros Nuevos, Moros Beduinos, Moros Viejos, Berberiscos, Labradores, Vizcaínos, Marinos, Tercio de Flandes y Estudiantes.

#### Lunes 15 de mayo.

10:30 h. TRADICIONAL GUERRILLA.

11:45 h. ESTAFETA DEL EMBAJADOR CRISTIANO.

12:15 h. EMBAJADA CRISTIANA.

16:30h. SUBIDA DEL SANTO y MISA EN ACCIÓN DE GRACIAS.

Al finalizar, y tras la proclamación de capitanes, abanderadas y rodelas para el año 2024 bajarán las comparsas disparando al alardo.

A continuación, despedida de las bandas de música.

Cultos: Todos los días de fiesta, a las 9 de la mañana, habrá misa en el templo donde se encuentre la imagen de San Bonifacio, Mártir.













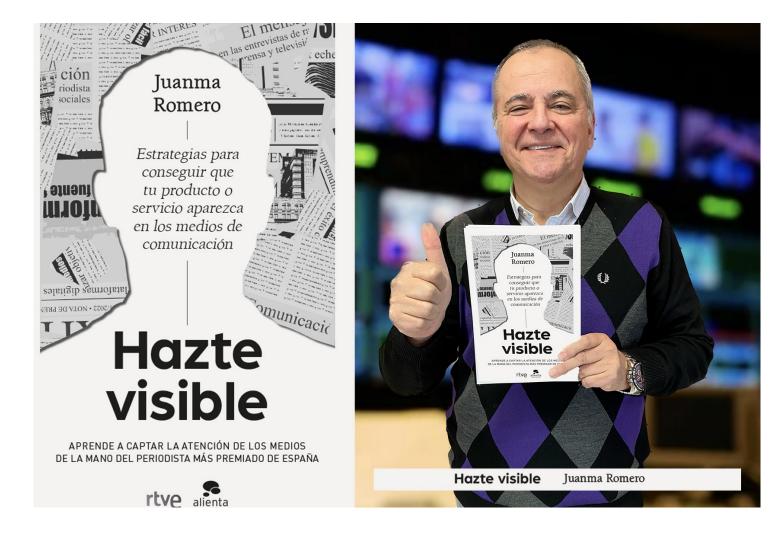












### JUANMA ROMERO PUBLICA SU EXPERIENCIA COMO PERIODISTA.

#### HAZTE VISIBLE, HERRAMIENTAS TÉCNICAS Y TRUCOS PARA LLEGAR AL PERIODISTA.

onseguir que a una empresa o particular le hagan más de mil entrevistas de radio de dos años, haya sido publicada su noticia en los medios de comunicación y la televisión se interese por esa empresa utilizando las herramientas adecuadas, es lo que muestra Juanma Romero en el libro *Hazte visible*, publicado por Alienta Editorial.

Se trata de un trabajo que recopila los cuarenta años de experiencia de este profesional que es el más galardonado de España en su sector.

El objetivo es salir en los medios por méritos propios y con acciones distintas a la publicidad, "porque estamos hablando de comunicación en el más amplio sentido de la palabra", señala Romero.

Hazte visible enseña al lector cómo convertirse en una fuente fiable para el periodista, de tal forma que cuando este informador necesite una opinión relevante acuda al lector.

Cuarenta años de profesión en 200 páginas.

Romero explica cómo ha conseguido ser entrevistado por más de mil emisoras de radio en dos años.

Muestra qué es importante para la prensa y cómo vendérselo adecuadamente

Romero comenta que "se trata de lograr salir en los medios para promocionar tu marca, en vez de que salga tu competencia. Muchas veces nos preguntamos por qué sale el negocio de enfrente y no salgo yo. La respuesta la damos en el libro".

Hazte visible enseña cómo acercarse a los periodistas y transmitirles un mensaje adecuado a sus necesidades para que "nos elija a nosotros y no a otros".

Juanma Romero ofrece todas las herramientas, técnicas y trucos que ha aprendido y desarrollado a lo largo de más de cuatro décadas de trabajo en los medios. Se tiene en cuenta tanto al periodista que recibe la información como al que se la envía a esos medios.

No sólo detalla las acciones que mejor le han funcionado, sino que también explica la razón por la que le han resultado rentables: un conocimiento acumulado a base de prueba y error que se puede adaptar a las necesidades del lector. También cuenta algunos de sus grandes errores a lo largo de estos años, para que el lector pueda evitar caer en ellos.

Enseña a descubrir dónde encontrar a los periodistas, cómo hablar con ellos y conseguir que el proyecto les resulte interesante. El lector podrá ver cómo se redacta una nota de prensa y aprenderá cómo hay que enviarla para que no vaya directa-



mente a la papelera, a crear y usar su propia base de datos, a preparar una campaña, convocar una rueda de prensa y ejercer de portavoz.

Todo ello contado con sentido del humor. Al terminar el libro el lector tendrá una idea muy clara de cómo convertirse en una fuente fiable para los periodistas. Porque lo importante no es aparecer en los medios una vez, sino hacerlo de manera recurrente para elevar la reputación y la autoridad de la marca. Solo así conseguirá llegar a su público, difundir su mensaje y crecer hasta donde se proponga el lector.

Juanma Romero dirige y presenta el programa Emprende en RTVE y muestra cómo lograr esa visibilidad necesaria para salir en los medios. En los últimos diez años ha recibido más de cincuenta premios nacionales e internacionales por su labor de comunicación y apoyo al mundo de la empresa.

#### El libro está disponible en Amazon

https://cutt.ly/p0eveDL

Más Información:

**luanma Romero** 

www.haztevisible.es



#### Antonio Díez Pérez, CEO Creador de CaravaningCard.

a cultura del camping empezó en España en la década de los años 50. Inicialmente el camping fue practicado por familias, quienes durante la primavera y el verano instalaban sus tiendas de campaña en las costas y montañas españolas.

A partir de este momento surgen y se hacen populares los campings, llegando en 2021 a más de siete millones de turistas los que se alojaron en campings. Desde entonces, el mundo del campismo no ha dejado de evolucionar, en parte gracias a emprendedores como Antonio Díez Pérez, CEO y Creador de CaravaningCard.

### P: Antonio, ¿Cómo surge la idea de CaravaningCard?

R: Tenemos desde hace tiempo un foro de campismo llamado forodecampistas.com, desde el foro, usuarios me proponen la idea de hacer una tarjeta de descuentos en el sector del campismo y del caravaning. Yo voy mas allá y hago una tarjeta de descuentos y promociones para muchas mas categorías, pensando en el campista (en la persona ) que por ahí por donde pasa consume y como tal, se puede hacer que tenga descuentos en todos estos lugares de consumo. Es por esto que en la actualidad, tenemos descuentos en diferentes categorías:

- Actividades.
- Alquileres.
- Bares & Restaurantes.
- Campings & Parcelas.
- Compras & Accesorios.
- Estancias Bungalows
- Eventos.
- Gasolineras.
- Hoteles.
- Parking o áreas caravaning.
- Parques temáticos.
- Seguros & Gestorías.
- Talleres & Reparaciones.
- Balearia, Grymaldi, Rodi, Euromaster, Don Barberías, etc.

También tenemos un abogado que da respuesta a los socios, sobre temas legales. Y siempre abierto a cualquier sector que pueda ofrecer algo.

#### P: ¿Qué es CaravaningCard?

R: CaravaningCard es una tarjeta

de descuentos y promociones para personas que se mueven por el mundo con más de 1.900 establecimientos ya adheridos, disponemos de:

- Foro dedicado con mas de 20 mil visitas día.
- Pagina web dedicada
- App dedicada exclusiva.

Aunque se trata de una tarjeta descuento, reamente toda su actividad se mueve a través de una App que los socios pueden descargar en su móvil, que realmente es que lo el usuario de a pie mas demanda y utiliza.



### P: ¿Quién es vuestro público objetivo?

R: Por regla general, personas del entorno campista y caravaning, aunque tenemos de todo, ahora mismo ir a un buen camping es similar a un hotel de lujo, con las mismas o mas opciones.

En realidad personas que se muevan y consuman en cualquier lugar, independientemente si son campistas o no. El viajero es el que nos gusta, el turista el que gasta y consume.

#### P: ¿Hay mucha competencia en el sector? ¿Qué os diferencia de otras propuestas?

Hay diferentes tarjetas similares, pero mas enfocadas a descuentos en los campings exclusivamente, la competencia como en todo, siempre esta ahí, pero no es demasiada.

Nos diferenciamos por dar valor añadido a nuestros comercios y por ayudar a nuestros socios en todo eso que necesitan, la App dispone de todas esas funcionalidades.

No conozco ninguna App similar menos aun con un apoyo de un foro. Aprendiendo de los usuarios sus necesidades. Nos vamos amoldando.

### P: ¿Qué novedades estáis implantando o trabajando?

R: La principal motivación de CaravaningCard es no parar de innovar, es nuestra razón de mantenernos, nos apoyamos en el foro y en los usuario preguntamos y ellos nos ayudan, nos dan sus necesitades y nosotros las implantamos. Ahora mismo somos lo mas actual y moderno en el sector.

#### P: ¿Qué buscais para CaravaningCard?

R: Con CaravaningCard queremos dar servicios a viajeros y comerciantes, por tanto buscamos:

En primer lugar, viajeros o turistas que quieran tener descuentos y promociones en diferentes lugares, por ahí por donde pasan.

En segundo lugar, comercios que quieran adherirse a CaravaningCard independientemente de que sector sea, ya que seguro tienen cabida en el consumo del usuario final.

# P: ¿Qué ofrecéis a los comercios que se adhieren a CaravaningCard?

Ofrecemos, difusión entre nuestros socios y también por nuestras redes sociales, también por nuestros canales de difusión.



A los comercios, les ofrecemos un panel de control donde ellos mismos pueden:

- Modificar, añadir suprimir todo su panel, fotos, videos, descripción etc.
- Añadir un programa de animación
- Añadir eventos (sale en la App)
- Añadir lugares cercanos o donde poder comer (dar valor añadido).
- Opción de poder responder una reseña desde el panel (les llega un mail cuando se hace la reseña de su comercio).

#### Importante:

No entramos en el tipo de descuento.

No firmamos un contrato de permanencia.

No entramos en las tarifas.

Ellos son libres de hacer el descuento que consideren y cuando no les interesen se pueden ir.

#### P: ¿Qué ofrecéis a los socios de CaravaningCard?

- 1. Una tarjeta digital tipo "wallet" (imprimible).
- 2. Una App desde la cual pueden acceder a numerosas funcionalidades, a destacar, poder hacer una ruta, ir al comercio, lugares cercanos, panel de usuario único.





- 3. Hacer reseñas de los establecimientos en los que hemos estado. (para mejorarlo).
- 4. Sorteos solo por ser socios, solo para socios.

## P: ¿Dónde podemos obtener más información sobre CaravaningCard?

R: Desde la propia web www.caravaningcard.com también desde el foro www.forodecampsitas.com, trabajamos mucho con las opiniones del usuario final.

Accede a la entrevista completa realizada en radio Intereconomía, desde el canal de Ivoox de Cultura Emprende Radio.



IPC Vuelve a subir. ; C ó m o afecta a tu día a día?.

Llevamos más de un año escuchando mes tras mes las subidas y bajadas que se producen trimestralmente con el IPC y cientos de debates se originan entorno a estos datos.

Cómo afecta a las economías domésticas, al bolsillo de los trabajadores y al ahorro son varios de los asuntes que trataremos en este artículo.

Después de subidas meteóricas durante el año pasado, llevamos dos trimestres de bajadas y moderación, pero hoy, 28 de Abril de 2023, vuelve a subir hasta situarse en el 4,1% según el Instituto Nacional de Estadística (INE).

#### ¿Por qué ha vuelto este ascenso de 0,6?

Estadística ha atribuido este crecimiento al aumento del precio de los carburantes y la electricidad.

En sentido contrario, el INE señala que los precios de los alimentos, que llevan meses creciendo a tasas de dos dígitos, aumentaron en abril de este año menos de lo que lo hicieron un año antes.

Por su parte, en el mes de abril la tasa de variación anual estimada del Índice de Precios de Consumo Armonizado (IPCA) se situó en el 3,8%, siete décimas inferior a la registrada el mes anterior.

Además, la variación mensual estimada del IPCA fue del 0,5%.

#### Evolución de la inflación subyacente

(Sin alimentos y energía). En porcentaje.





Recordemos que la inflación subyacente es aquella donde no se tienen en cuenta los productos con mayor volatilidad, como pueden ser la energía (electricidad, gasolina, gas...) ni a los alimentos no elaborados (frutas, verduras...), aunque sí todo lo demás: procesados, alimentos ropa, restauración, comunicaciones, etc.

El segundo aspecto que diferencia a la subyacente tiene que ver con el tiempo de medición, pues, generalmente, la inflación se utiliza para

comparar la evolución de los precios a largo plazo, como, por ejemplo, de forma anual para analizar así su comportamiento año tras año.

Por su parte, la inflación subyacente permite hacer una medición a corto y medio plazo, comparando un mes o un trimestre con otro.

#### ¿Qué impacto ha tenido esto en las familias españolas?.

El consumo de los hogares continuó su contracción y descendió un 1,3% en el primer trimestre, después de haber caído un 1,7% en el anterior. De esta forma, el gasto de las familias acumula ya dos trimestres en negativo.

El gasto público también cayó entre enero y marzo un 1,6%, tras dos trimestres al alza.

En el otro lado, la inversión (formación bruta de capital) tiró de la economía española al crecer un 1,9%, junto con las exportaciones, que avanzaron un 5,8%.



#### ¿Cómo afecta esto a mis ahorros?

Es muy fácil darse cuenta del efecto de esta inflación cuando usamos el dinero. Cada vez que vamos a la compra o compramos o consumimos cualquier servicio, nos damos cuenta que nuestra capacidad económica se va viendo reducida con estas subidas de precios.

¿Quién no ha dicho en alguna ocasión? "antes con 50€ llenaba el carro de la compra". Pero sin embargo, con nuestros ahorros, no somos tan conscientes de este efecto. Cuando tenemos el dinero en cuenta corrientes, depósitos o instrumentos financieros con rentabilidades inferiores al IPC, no estamos obteniendo rentabilidad, sino que nuestro dinero está perdiendo valor.

¿Cuánta rentabilidad te está generando tu dinero en la cuenta corriente?. Si tu respuesta en 0%, siento decirte que no estás en lo cierto, sino que estás perdiendo un 4,1%. Es cierto que tu cantidad económica es la misma o el número de billetes no ha variado, pero tu capacidad adquisitiva se habrá reducido considerablemente.

#### Veamos un ejemplo práctico:

Si tuvieras 10.000€ en tu cuenta corriente y lo dejaras sin gastar, dentro de 5 años seguirías teniendo tus 10.000€, pero el valor de tu dinero es de 8.180€. Es decir, después de haber hecho el esfuerzo de ahorrarlo, haberte esforzado en no gastarlo, has perdido 1.820€.

# ¿Ahorrarías en una herramienta financiera que te hiciera perder el 20%?

Cada vez que dejas tu dinero en la cuenta corriente, lo estás haciendo. La solución para esto siempre es una correcta planificación y diversificación de tu dinero.

Deja en cuenta corriente aquella cantidad que sea necesaria como colchón de imprevistos. El resto, diversifícalo en herramientas donde puedas obtener una rentabilidad superior a la inflación.

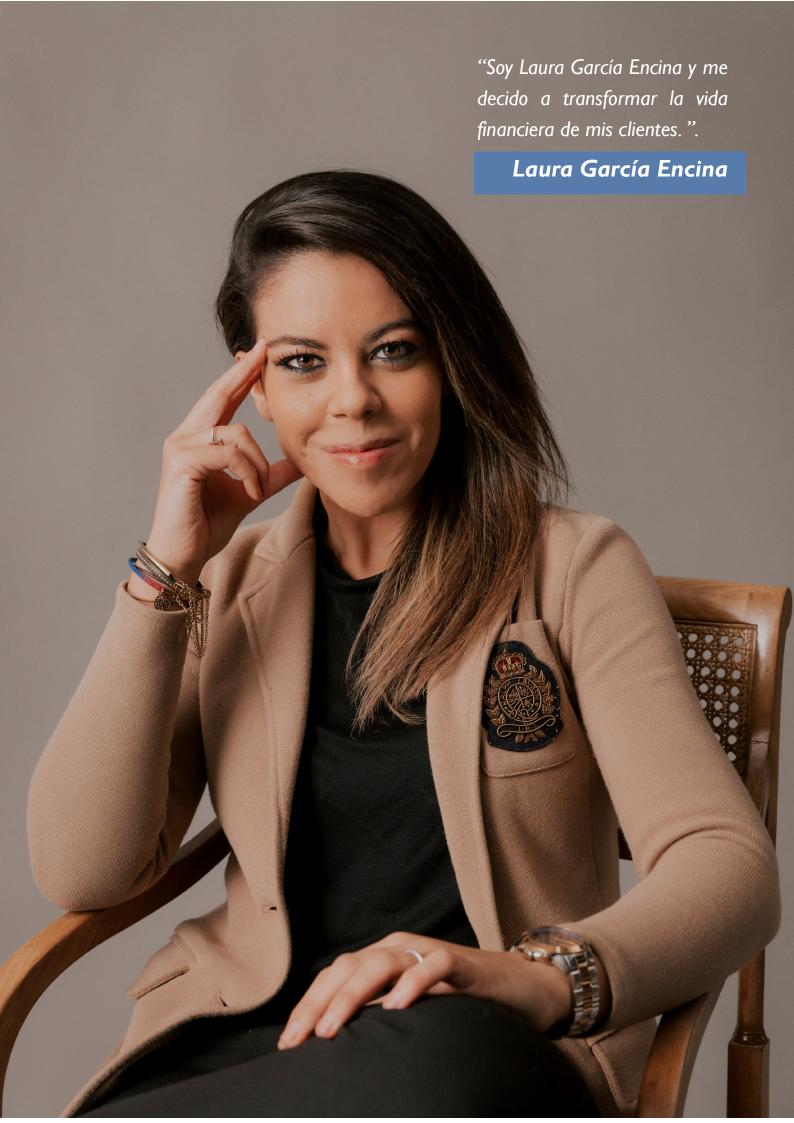
Si no sabes cómo hacerlo, recuerda que me puedas encontrar en Instagram en:

@lauraencinaoficial.

Estaré encantada de leerte y ayudarte.









n 2030, los pagos electrónicos prácticamente se van a triplicar en el mundo, hasta superar tres billones de operaciones. Así se desprende del informe Payments 2025 & Beyond, elaborado por PwC, que considera que la pandemia y la digitalización están acentuando la transformación del sector.

La pandemia ha acelerado la digitalización, con un considerable aumento del comercio electrónico, transacciones bancarias y por supuesto un incremento de los fraudes electrónico, que cada día son más numerosos y más sofisticados, incluso suplantando las identidades y números de teléfono de entidades bancarias, empresa y organismos oficiales.

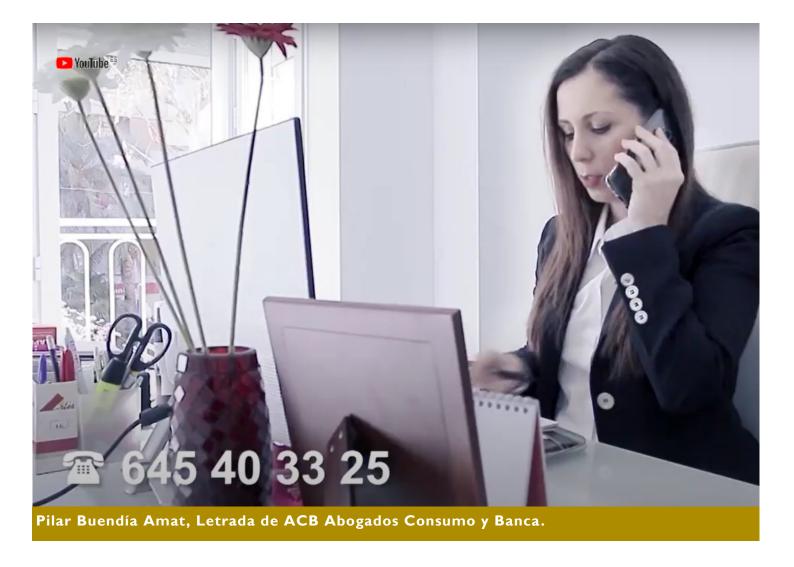
#### ¿Qué es un fraude electrónicos?

Un fraude electrónico, también conocido como fraude en línea o fraude cibernético, es un delito que se comete a través de Internet o de otros medios electrónicos.

Este tipo de fraude puede involucrar una amplia variedad de actividades engañosas, como el phishing (o suplantación de identidad), el pharming (redirección de usuarios a sitios web falsos), el robo de identidad, el fraude de tarjetas de crédito, el fraude de inversiones, entre otros.

En general, el fraude electrónico se produce cuando alguien utiliza información falsa o robada para engañar a una persona o empresa en línea. Por ejemplo, un estafador podría enviar un correo electrónico que parece legítimo para pedirle a alguien que proporcione

"el phishing (o suplantación de identidad), el pharming (redirección de usuarios a sitios web falsos), el robo de identidad, el fraude de tarjetas de crédito, el fraude de inversiones. son los fraudes electrónicos más comunes"



su información personal, como su nombre de usuario y contraseña, con el fin de obtener acceso a una cuenta bancaria en línea.

Otra forma común de fraude electrónico es **el phishing**, en el que los estafadores crean sitios web falsos que se parecen a los sitios web legítimos para robar información de los usuarios.

El fraude electrónico es un delito grave que puede tener consecuencias graves para las víctimas, incluyendo pérdidas financieras y robo de identidad.

"Siempre la mejor opción para combatir un fraude electrónico es

la prevención" afirma la letrada Pilar Buendía Amat, de ACB Abogados y Banca, especialista en fraudes electrónicos con perdidas financieras o robo de identidad

Es importante estar informados sobre los riesgos del fraude electrónico y tomen medidas para proteger su información en línea, como no compartir información personal o financiera en línea a menos que estén seguros de que están en un sitio web legítimo, en muchas ocasiones burlando la seguridad de la entidad financiera, quien debería custodiar sus depósitos.

De hecho, afirma Buendía "las reclamaciones de clientes que han "Siempre la mejor opción para combatir un fraude electrónico es la prevención".

Pilar Buendía Amat

sido víctimas de un fraude electrónico, van dirigidas a su entidad bancaria, que es la responsable de la custodia del dinero de sus clientes y de los medios puestos a su disposición como la App o la Web, a través de la cual se ha producido la sustracción del dinero". Supuestamente, el motivo principal por el cual las entidades financieras no devuelven las cantidades sustraídas a sus clientes, en especial si se trata de importes



pequeños, inferiores a 3.000 euros, suele ser "la certeza de que a los consumidores les cuesta iniciar un procedimiento judicial contra la entidad bancaria y suelen resignarse, asumiendo la pérdida de su dinero".

#### Tipos de fraude electrónico más habituales en España.

**I. Phishing:** es una técnica que se utiliza para obtener información confidencial, como contraseñas o números de tarjetas de crédito, a través de correos electrónicos fraudulentos o sitios web falsos que parecen ser legítimos. El phishing es muy común en España, especialmente durante las temporadas de compras en línea, como las rebajas de verano y el Black Friday.

- 2. Suplantación de identidad: este tipo de fraude electrónico implica que un estafador se hace pasar por otra persona o entidad, como un banco o una empresa, para obtener información personal o financiera. Este tipo de fraude a menudo se realiza a través de correos electrónicos o llamadas telefónicas fraudulentas.
- **3. Malware:** este término se refiere a cualquier software malicioso que se instala en un ordenador o dispositivo móvil sin el conocimiento o el consentimiento del usuario. El malware puede ser utilizado para robar información, como contraseñas o datos bancarios, o para controlar el dispositivo de la víctima.
- **4. Fraude de comercio electrónico:** este tipo de fraude implica la compra de productos en línea con tarjetas de crédito robadas o falsificadas, o mediante el uso de técnicas de ingeniería social para engañar a los usuarios para que realicen una compra en línea.

### ¿Cómo podemos prevenir el fraude electrónico?

Hay varias medidas que se pueden tomar para prevenir un fraude electrónico:

- I. Mantener actualizado el software de seguridad: Asegúrese de que su sistema operativo, navegador web y software antivirus estén actualizados con las últimas versiones de seguridad. No solo en le PC, también en el teléfono móvil.
- 2. No compartir información personal o financiera en línea: nunca comparta información personal o financiera a través de correos electrónicos no solicitados o sitios web no confiables. Siempre verifique la autenticidad del sitio web y asegúrese de que la direc-



"Utilice contraseñas seguras y diferentes para cada cuenta en línea. Una buena contraseña debe tener más de ocho caracteres, combinando números, letras y caracteres especiales".

ción web comience con "https://" y tenga un icono de candado antes de ingresar cualquier información confidencial.

- 3. Uso de contraseñas seguras: utilice contraseñas seguras y diferentes para cada cuenta en línea. Una buena contraseña debe tener más de ocho caracteres, combinando números, letras y caracteres especiales.
- 3. Desconfiar de los correos electrónicos no solicitados: tenga precaución al abrir correos electrónicos no solicitados o de remitentes desconocidos, ya que pueden contener enlaces maliciosos o adjuntos establecidos con virus o malware.
- 4. Proteger los dispositivos móviles: asegúrese de tener una contraseña o patrón de desbloqueo en su dispositivo móvil y no descargue aplicaciones no confiables.

- 5. Realice compras en línea en sitios web seguros: antes de realizar una compra en línea, asegúrese de que el sitio web sea seguro y confiable. Verifique las reseñas de otros clientes y busque el icono de candado en la barra de direcciones del navegador.
- 6. Monitorear regularmente las cuentas financieras: revise regularmente los estados de cuenta de sus cuentas financieras para detectar cualquier actividad inusual o transacciones no autorizadas.

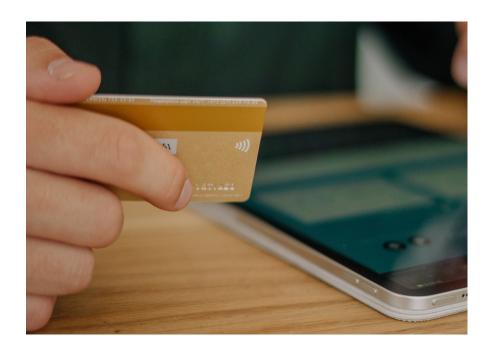
Al seguir estas medidas, se puede reducir el riesgo de convertirse en víctima de un fraude electrónico. También es importante estar informado y actualizado sobre las últimas técnicas y amenazas de fraude electrónico para estar preparado en caso de cualquier intento de estafa.

Para estar informados de las últimas estafas, podemos visitar con frecuencia la página de Instituto Nacional de Ciberseguridad incibe.es

(en la pestaña "ciudadanía") dónde podremos encontrar las últimas amenazas denunciadas, como el caso de varias campañas de smishing que suplantan a la Agencia Tributaria. A través de un SMS se le solicita al usuario facilitar la información de la tarjeta bancaria para recibir el reembolso de un impuesto o una devolución de la renta de 2022 iunto con el bono social de 200€. La finalidad de esta estafa es robar los datos personales y bancarios de las víctimas.

¿Qué hacer en caso de ser víctima de un fraude electrónico, en el que existe sustracción de dinero de la cuenta bancaria?

Según la letrada Pilar Buendía Amat, "lo primero que tenemos que hacer es tranquilizarnos, y acto seguido es importante tomar medidas inmediatas para proteger su cuenta bancaria y recuperar el dinero perdido".



Si sospecha que ha sido víctima de un fraude electrónico en el que se ha sustraído dinero de su cuenta, estas son algunas de las acciones que se deben tomar:

- I. Contactar al banco: Notifique a su banco inmediatamente y hágale saber que ha sido víctima de un fraude electrónico. Solicitar el número de incidencia o bloqueo. Aunque el banco bloqueará su cuenta y detendrá cualquier transacción pendiente para evitar que el estafador retire más dinero, no está de más que a través de la App o Web de su entidad, verifique o procesa usted mismo al bloqueo de las tarjetas bancarias.
- 2. Contacte con su abogado de confianza. De confianza y especializado en la materia, quien deberá indicarle las siguientes

pautas a seguir y el procedimiento más adecuado para recuperar su dinero y su tranquilidad, en función del tipo de fraude electrónico sufrido.

- 3. Registrar una denuncia: Informe a la policía local o nacional sobre el fraude electrónico para registrar una denuncia formal. Será necesaria copia de la denuncia (por lo menos el número de denuncia) para presentar la oportuna reclamación ante su banco, cómo y cuándo se lo indique su abogado.
- 4. Cambiar contraseñas: Cambie inmediatamente todas sus contraseñas y PINs, especialmente los relacionados con la cuenta bancaria y cualquier otra cuenta que haya sido afectada.
- 5. Revisar y documentar los registros: Revise cuidadosamente los registros de sus cuentas bancarias

para determinar el monto exacto de las transacciones fraudulentas y pueda documentar toda la información relevante, como los detalles de las transacciones, las fechas y cualquier otra información importante que pueda ayudar en la investigación.

#### 6. Presentar una reclamación:

A través de su abogado, presente una reclamación formal ante su banco y proporcione toda la documentación relevante para reclamar su dinero.

7. Mantenga un registro de seguimiento: Mantenga un registro detallado de todas las conversaciones, correos electrónicos y correspondencia con el banco y cualquier otra agencia relevante para el seguimiento de su caso.

Para tranquilidad de los afectados, en ACB Abogados, ponen a disposición de los interesados un servicio de primera consulta jurídica gratuita, para las víctimas de fraudes electrónicos, donde un letrado especializado en derecho bancario revisará toda la documentación relacionada y estudiará la viabilidad de las posibles acciones legales.



Para más información:

Tel. +34 645 40 33 25

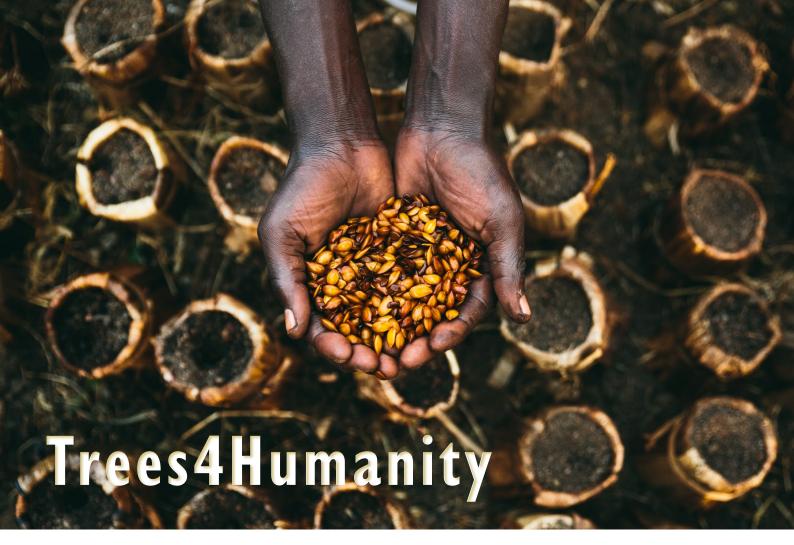
**ACBabogados.es** 







www.ACBabogados.es



elimina los plásticos en procesos de reforestación y da empleo a más de 1500 mujeres de comunidades locales.

urante años, uno de los principales retos de los proyectos de reforestación ha sido conseguir eliminar la gran cantidad de plásticos utilizados. Y es que, como afirma Fernando Cervigón de la Morena, fundador de Trees4Humanity: "Cuando se habla de plantar árboles, por lo general, la gente no suele ser consciente de que esa es la parte más sencilla. Lo complicado es cerciorarse de que ese árbol sobreviva y de que sea de una especie nativa y no invasiva, pero sobre todo, también, de no dejar residuos".

La compañía, comprometida con la emergencia climática, apuesta por compensar la huella de carbono y presentará una nueva vertical tecnológica:

Absorved.



"¿Cuántas veces hemos visto miles de tubos de plástico en los márgenes de las autopistas? Este es uno de los temas sobre los que estamos tratando de concienciar a la población, para que entiendan la complejidad detrás de un proyecto de reforestación y la importancia de que este se haga atendiendo a las condiciones del terreno y con variedad de especies nativas".

Trees4Humanity ha desarrollado un sistema biodegradable que evita el uso de plásticos y se adapta a la comunidad local. Por ejemplo, si trabajan en zonas donde abundan las plantaciones de plataneras, recogen parte de las hojas secas y las usan como tejido vegetal para elaborar las macetas.

Además, gracias a este sistema, la organización genera una fuente de ingresos sostenible para los grupos de mujeres en riesgo de exclusión mediante la fabricación de macetas biodegradables. Actualmente han conseguido dar empleo a más de 1.500 mujeres en zonas rurales.

"Queríamos dar con algo que se pudiera producir de manera local y generar recursos en las comunidades rurales. En estas zonas rurales de África, las mujeres se sienten muy orgullosas de sus habilidades de manufactura, con las que llevan toda la vida tejiendo con fibras vegetales alfombra, cestas etc. Esto fue un match instantáneo, ya que encajaba a la perfección con lo que estábamos buscando", aclara el emprendedor.

"Hemos conseguido proporcionar una fuente de ingresos para más de 1.500 mujeres de zonas rurales y plantar millones de árboles de especies nativas, recuperando miles de hectáreas de terrenos degradados y recuperando bosques enteros".

"Nuestro objetivo es plantar más de 100 millones de árboles en 10 años"

Trees4Humanity ha plantado ya más de 2 millones de árboles y empleado a miles de mujeres en todo el mundo: "Solamente en este nuevo año, vamos a plantar otros dos millones de árboles de especies nativas, y mi objetivo es plantar 100 millones de árboles en menos de 10 años".

"Si lo conseguimos, involucraríamos a cientos de miles de personas. Asimismo, gracias a la implementación del sistema open source, llegaríamos a impactar en la vida de millones de personas en todo el mundo".



"Para mi, el árbol, no es más que la manera sencilla y entendible de mostrar a la gente el impacto de forma cuantitativa y que así se puedan sentir parte del proyecto. Un proyecto va mucho más allá de plantar árboles. Me gusta verlo como un reloj suizo, tienes que engranar un montón de piececitas de manera conjunta para que funcione a la perfección".

En este sentido, Trees4Humanity realiza un estudio previo de las condiciones específicas de cada localización y plantea un proyecto ajustado a las necesidades de la zona. "Hay que tener en cuenta, los ciclos del agua, la fauna, buscar que los animales puedan regresar al bosque regenerado sin que haya desequilibrios entre las especies. Y no nos olvidemos de los polinizadores. Las abejas son cruciales en un proyecto que quiera recuperar el tejido vegetal de manera sana y no creando monocultivos de árboles", destaca Fernando Cervigón de la Morena.

Además, gracias a su activo papel en proyectos de protección medioambiental, Fernando Cervigón de la Morena ha sido elegido responsable de una reserva natural en África: "Todavía me cuesta creerlo, ya que desde pequeño me sabía los documentales de África de memoria, soñaba con poder andar entre rinocerontes y guepardos.

"Hace poco, nos encargaron la recuperación de una de las reservas de biodiversidad más importantes del mundo. Se trata de un oasis para la fauna que alberga la mayor población de rinoceronte negro del Norte de África, una de las especies más amenazadas y en peligro crítico de extensión, así como poblaciones de elefantes, leones, guepardos y leopardos", destaca.

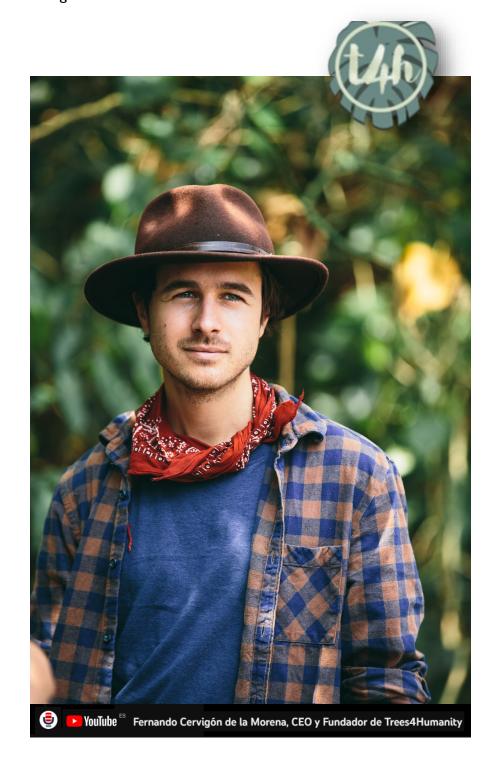
# Trees4Humanity presentará una nueva vertical tecnológica: Absorved

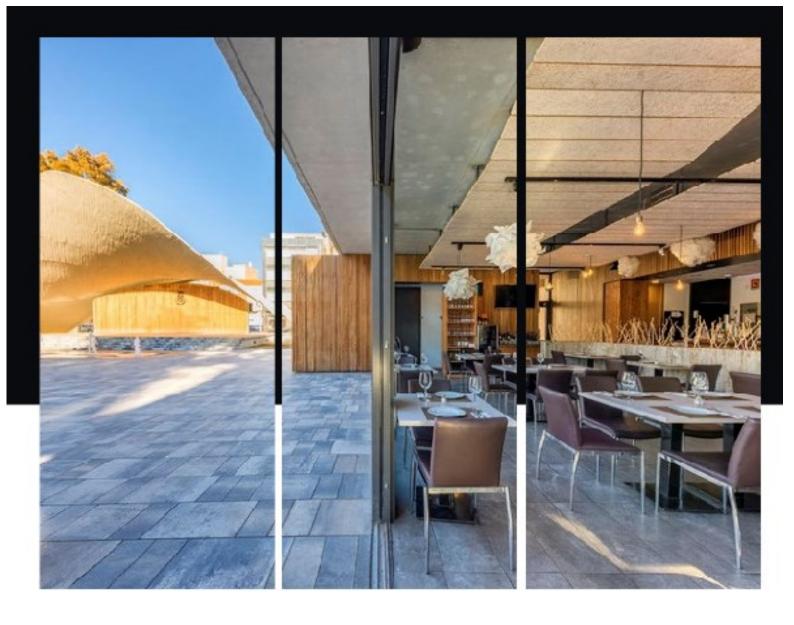
"Trees4Humanity es la matriz donde nos enfocamos en trabajar directamente con empresas y otras organizaciones. Todarus es una iniciativa más enfocada al público y Absorved será nuestra nueva vertical tecnológica".

Así lo explica el emprendedor, que apuesta por centrar sus esfuerzos en compensar la huella de carbono tanto de manera tradicional, plantando árboles, como de manera más tecnológica.

"Hasta ahora, la manera más eficiente, escalable y económica de absorber CO2 era plantando árboles. Sin embargo, la reforestación por sí sola no será suficiente para mitigar los efectos del cam-

bio climático. Necesitamos más que eso, por ello estamos emocionados de presentar un revolucionario fotobiorreactor que permite la absorción mecánica de CO2 utilizando algas".





# Restaurante Kaghar

Arrocería Mediterranea

Carnes a la brasa



Plaza Castelar, Elda ALICANTE





Teléfono reservas: 96 684 10 95



# Entrevistamos a ChatGPT y le pedimos ayuda con el Plan de Marketing Digital de un despacho de abogados penalista.

emos querido probar ChatGPT para que todos los lectores puedan ver las posibilidades que tiene esta herramienta de Inteligencia Artificial (en general) y especialmente en el mundo del Marketing Digital. A continuación os dejamos el resultado de la conversación donde pedimos a la herramienta un plan de marketing digital y algunos consejos más, relacionados con la creación de un despacho de abogados penalista, este es el resultado (copiado palabra por palabra)

### P: ¿Podrías explicarme que eres de forma sencilla?

¡Claro! Soy ChatGPT, un modelo de lenguaje artificial desarrollado "...hay algunos gobiernos que han expresado su preocupación sobre el uso de modelos de lenguaje artificial como yo".

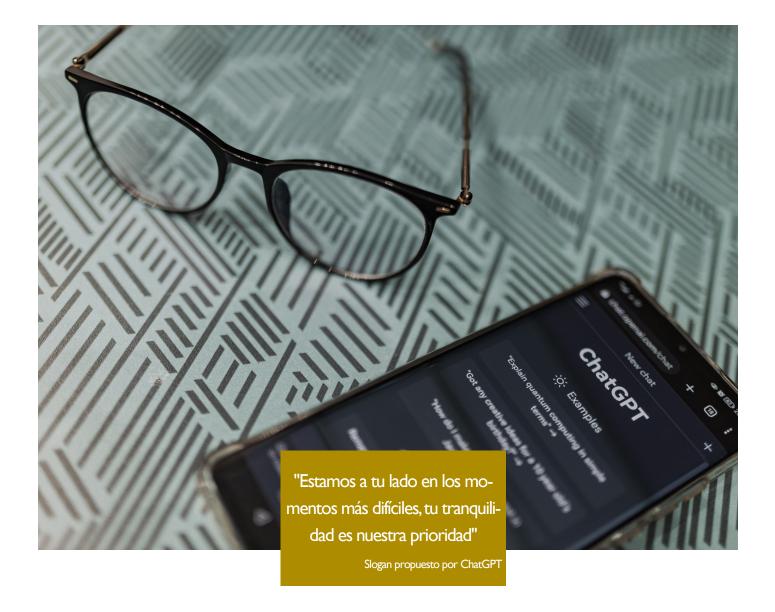
Respuesta de ChatGPT

por OpenAI. Me han trabajado para procesar y generar texto en varios idiomas, y estoy diseñado para responder preguntas, mantener conversaciones y realizar tareas de procesamiento de lenguaje natural. Básicamente, soy una computadora que puede hablar y escribir como un humano.

# P: ¿Sabías que algunos gobiernos quieren limitar tu uso?

Sí, es cierto que hay algunos gobiernos que han expresado su preocupación sobre el uso de modelos de lenguaje artificial como yo. Algunas de las sospechas se relacionan con el potencial de los modelos de lenguaje artificial para generar texto falso o engañoso, que podría ser utilizado para difundir información errónea o manipular a las personas. Otros gobiernos también se han preocupado por el potencial de los modelos de lenguaje artificial para reemplazar a los trabajadores humanos en ciertas tareas, lo que podría tener consecuencias económicas y sociales.

Sin embargo, es importante señalar que el uso de modelos de lenguaje artificial como yo también tiene muchos beneficios, como ayudar a las personas a acceder a información útil ya resolver problemas de manera más eficiente. Además, hay muchos esfuerzos en marcha para desarrollar herramientas y tecnologías que puedan



reducir los riesgos potenciales asociados con el uso de modelos de lenguaje artificial.

En general, creo que es importante tener un diálogo abierto y constructivo sobre el uso de modelos de lenguaje artificial y trabajar juntos para desarrollar prácticas responsables y éticas en su uso.

#### P: ¿Qué es lo que más te solicitan?

Como modelo de lenguaje artificial, recibo una gran variedad de solicitudes de los usuarios que interactúan conmigo. Sin embargo, hay algunas tareas que son más comunes que otras. Estas son algunas de las cosas que más me solicitan que haga:

- 1. Responder preguntas: Muchas personas me hacen preguntas sobre diversos temas, desde temas de actualidad hasta preguntas de carácter general sobre la vida, la ciencia, la tecnología y más.
- 2. Ayudar con la tarea: Muchos me piden ayuda con sus tareas, desde responder preguntas específicas hasta proporcionar información adicional sobre un tema en particular.
- 3. Generar texto: A menudo, los usuarios me solicitan que genere texto para ellos, como para escribir un ensayo, una reseña, un correo electrónico, entre otros.
- 4. Traducir texto: Algunas personas me solicitan que traduzca texto a otros idiomas.
- 5. Proporcionar recomendaciones: Algunos usuarios me solicitan recomendaciones sobre diversos temas, como películas,

libros, música, lugares para visitar, entre otros.

En general, mi objetivo es ayudar a los usuarios a encontrar la información que necesitan ya resolver sus problemas de la mejor manera posible.

# P: ¿Los usuarios te utilizan para generar contenido en las redes sociales?

Sí, algunos usuarios pueden utilizar ChatGPT para generar contenido para sus redes sociales. ChatGPT es capaz de generar texto en diferentes estilos y tonos, por lo que podría ser una herramienta útil para aquellos que buscan generar

contenido original y creativo. Sin embargo, es importante tener en cuenta que el contenido generado por ChatGPT no puede ser completamente preciso o relevante en todos los casos, por lo que es importante revisarlo cuidadosamente antes de publicarlo. Además, siempre es recomendable que el contenido en las redes sociales sea auténtico y refleje la personalidad y el estilo del usuario.

# P: ¿Podrías responder como un experto en Marketing Digital a mis preguntas?

Por supuesto, estaré encantado de ayudarte como experto en Marketing Digital. Adelante, realiza tus preguntas y estaré encantado de responderlas.

#### P: Dime de forma resumida los pasos que tengo que dar para hacer un plan de marketing digital para un despacho de abogados.

Por supuesto, aquí te dejo una breve guía de los pasos que deberías seguir para elaborar un plan de marketing digital para un despacho de abogados especializados en temas financieros:

- I. Identifica a tu objetivo público: Define las características de tus clientes ideales, sus necesidades y sus intereses para poder adaptar tu estrategia de marketing a sus necesidades.
- 2. Define tus objetivos de marketing: Establece objetivos claros y específicos que quieras alcanzar mediante tu estrategia de marketing digital, como aumentar el tráfico a tu sitio web o

generar más clientes potenciales.

- 3. Analiza a la competencia: Estudia a la competencia para identificar sus fortalezas y debilidades y saber cómo diferenciarte de ellos en tu estrategia de marketing.
- 4. Define tu propuesta de valor: Define qué es lo que te hace diferente y cómo puedes aportar valor a tus clientes para resaltar la competencia.
- 5. Define tu estrategia de contenido: Crea un calendario editorial con temas relevantes para tus clientes y crea contenido de calidad y original para tus redes sociales, blog y newsletter.
- 6. Utiliza SEO para mejorar tu posicionamiento: Optimiza tu sitio web con palabras clave relevantes para que tu despacho de abogados sea más fácil de encontrar en los motores de búsqueda.
- 7. Utiliza publicidad online: Utiliza publicidad en línea, como Google Ad-Words o anuncios en Facebook, para aumentar tu visibilidad en línea y llegar a una audiencia más amplia.
- 8. Analiza y ajusta tus resultados: Realiza un seguimiento y análisis de tus resultados para identificar qué funciona y qué no funciona en tu estrategia de marketing digital y realizar ajustes en consecuencia.

Recuerda que el plan de marketing digital debe ser un proceso continuo, por lo que es importante estar siempre atento a los cambios en el mercado y en las necesidades de tus clientes.

### P: ¿En los comienzos es mejor utilizar el SEO o el SEM?

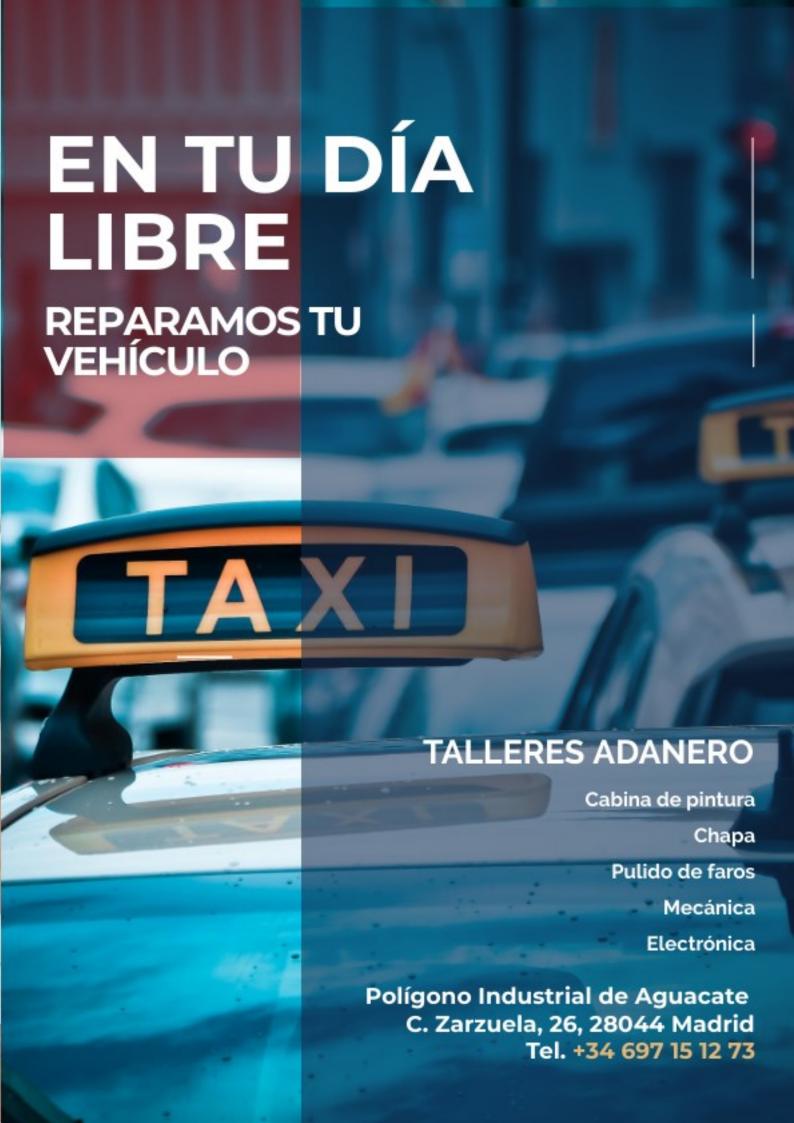
Tanto el SEO como el SEM son estrategias importantes en marketing digital y cada una tiene sus ventajas y desventajas. En los comienzos, es recomendable utilizar ambas estrategias en conjunto para maximizar la visibilidad y la relevancia de tu sitio web.

El SEO (Search Engine Optimization) se enfoca en mejorar el posicionamiento orgánico de tu sitio web en los resultados de búsqueda de Google. Aunque requiere de tiempo y esfuerzo para obtener resultados.

#### P: Dime un dominio para la web de un despacho que lleva asuntos penales en la ciudad de Madrid.

Un posible dominio para la web de un despacho de abogados que lleva asuntos penales en la ciudad de Madrid podría ser "abogadopenalmadrid.com".

Este dominio es conciso, fácil de recordar y contiene palabras clave relevantes para mejorar el posicionamiento SEO en los motores de búsqueda. Además, el dominio es específico y claramente indica que el despacho de abogados se especializa en asuntos penales en Madrid, lo que puede resultar atractivo para los



clientes potenciales que buscan estos servicios en línea.

#### ¿Qué palabras clave deberían posicionarse en la web?

- Abogado penalista Madrid.
- Defensa penal Madrid.
- Delitos penales Madrid.
- Juicios penales Madrid.
- Asesoramiento jurídico penal Madrid.
- Derecho penal Madrid.
- Abogado criminalista Madrid.
- Recursos penales Madrid.

#### ¿Qué herramientas podría utilizar para estudiar la competencia, mejorar la reputación online y tener datos de mis redes sociales?

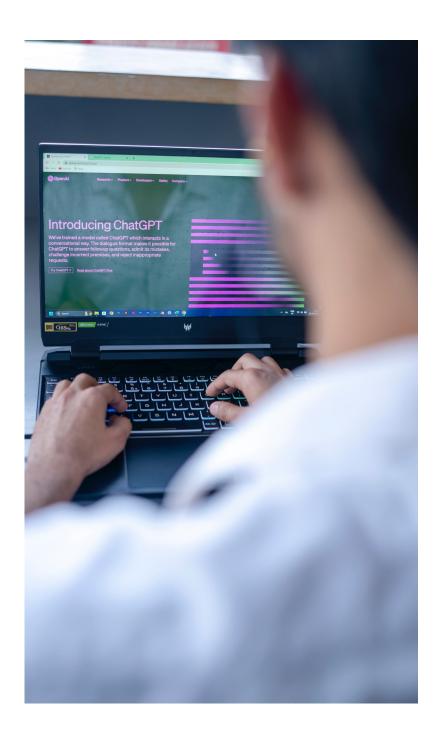
Existen varias herramientas que podrían utilizarse para estudiar la competencia, mejorar la reputación online y obtener datos de tus redes sociales. Algunas de las más populares son:

SEMrush: es una herramienta de análisis de competencia que permite analizar el tráfico del sitio web, las palabras clave, el contenido, las redes sociales y otras métricas de tus competidores. También ofrece herramientas de SEO y PPC para ayudarte a optimizar tu sitio web y campañas de publicidad.

Google Alerts: es una herramienta gratuita que te permite monitorear menciones de tu marca, tus competidores y otros términos relevantes en la web. Recibirás notificaciones por correo electrónico cada vez que se mencione alguna de las palabras clave que hayas seleccionado.

Hootsuite: es una plataforma de gestión de redes sociales que te programar publicaciones, monitorear menciones permite analizar el rendimiento de tus redes sociales. También ofrece herramientas de análisis de competencia y monitoreo de marca.

Google Analytics: es una herramienta de análisis de sitio web gratuita que te permite monitorear el tráfico de tu sitio web, el comportamiento del usuario y otras métricas relevantes. Puedes utilizar esta herramienta para medir el rendimiento de tus campañas de marketing digital y mejorar tu estrategia en consecuencia.



Mention: es una herramienta de monitoreo de marca en línea que te permite rastrear menciones de tu marca, tu conductor y otros términos relevantes en las redes sociales, blogs y otros sitios web. También ofrece herramientas de análisis de sentimiento y seguimiento de tendencias.

Estas son solo algunas de las herramientas disponibles en el mercado. La elección de herramientas surgidas de tus necesidades y objetivos específicos de marketing digital.

#### ¿En qué red social debería de estar el despacho de abogados? ¿En qué red social son más activos los despachos de abogados?

La elección de las redes sociales en las que debería estar presente un despacho de abogados surgió en gran medida de los objetivos y la audiencia específica del despacho. Dicho esto, las redes sociales más utilizadas por los despachos de abogados son:

LinkedIn: es una red social profesional que se utiliza principalmente para establecer contactos empresariales y buscar empleo. Los despachos de abogados suelen utilizar LinkedIn para establecer relaciones con otros profesionales y para compartir noticias e información relevante.

Twitter: es una red social de microblogging que se utiliza principalmente para compartir noticias y opiniones en tiempo real. Los despachos de abogados pueden utilizar Twitter para compartir actualizaciones sobre su práctica, compartir noticias relevantes y establecer relaciones con otros profesionales.

Facebook: es la red social más grande del mundo, con una amplia gama de usuarios de diferentes edades y perfiles demográficos. Los despachos de abogados pueden utilizar Facebook para compartir noticias e información relevante, interactuar con sus clientes y establecer relaciones con otros profesionales.

Instagram: es una red social visual que se utiliza principalmente para compartir fotos y videos. Aunque no es tan popular entre los despachos de abogados como LinkedIn o Twitter, algunas firmas utilizan Instagram para compartir fotos de sus eventos, oficinas y personal.

En general, LinkedIn y Twitter son las redes sociales más populares entre los despachos de abogados. Estas redes sociales son útiles para establecer relaciones con otros profesionales, noticias e información relevante y establecer una presencia com-

partida en línea sólida y respetable.

Por último, dime un slogan para el despacho de abogados penalista, que apele a los sentimientos del público objetivo y que les inspire confianza.

"Estamos a tu lado en los momentos más difíciles, tu tranquilidad es nuestra prioridad".

¿Qué te han parecido las respuestas de ChatGPT? ¿Piensas que ChatGPT puede mejorar tu negocio? Seguiremos probando ésta y otras herramientas de IA.

Fuente: **ChatGPT**, entrevista a cargo de Ángel Calvo Mañas.



Más información sobre Ángel Calvo Mañas, la revista Eventos y Networking y el programa de radio Intereconomía, Cultura Emprende.



















## Muy bonita la cartera. ¿Pero de verdad está llena de clientes?





#### HOTEL MAYORAZGO









n pleno centro de Madrid (Calle Flor Baja, nº 3 - Semiesquina Gran Vía 61) se encuentra situado el Hotel Mayorazgo. Se trata de un establecimiento temático con continuos guiños a la cultura madrileña y a sus tradiciones más emblemáticas.

Sus infraestructuras de primer nivel, la accesibilidad, la seguridad, los servicios, la tecnología y la conectividad, son parte de sus atractivos a la hora de acoger la celebración de cualquier tipo de evento.

De sus modernas instalaciones destacan los cinco salones de reuniones completamente modulables y con capacidad para 180 personas. Moncloa, Callao, Princesa, Cibeles y Alcalá reciben su particular homenaje y prestan sus nombres a los espacios que ofrece el hotel para celebrar cualquier tipo de evento.

Una de sus principales ventajas es su entrada independiente desde la calle a la zona donde está ubicado el photocall y el acceso al welcome desk, antesala a sus salones totalmente equipados con todos los medios técnicos, incluyendo tres pantallas de proyección beamer.

Además de estas instalaciones, sede habitual de los más diversos eventos, cuenta con una espectacular terraza en la azotea: La Terraza del Mayorazgo. Este espacio supone un oasis urbano perfecto donde celebrar encuentros de networking, coffee breaks, eventos corporativos, presentaciones de producto o cócteles de empresa.

Al encanto de este hotel con ADN 100% Madrid hay que sumarle 200 habitaciones tematizadas en las cuales el establecimiento rinde homenaje a la capital y a sus costumbres más emblemáticas. Todos sus espacios están centrados en la cultura madrileña y las habitaciones son un homenaje a la ciudad que los acoge.

La experiencia y profesionalidad de su equipo humano son también garantía de éxito, haciendo del Hotel Mayorazgo la sede ideal de cualquier evento en la Gran Vía madrileña. 200 Habitaciones

Buffet La Pradera — Bar Retiro

Restaurante GastroVía 61

El Rincón de Don Pablo

La Terraza del Mayorazgo

Centro de Congresos y Convenciones Salón Moncloa | Salón Alcalá | Salón Callao

> Aparcamiento Clientes en el mismo edificio Room-Service

> > 7:30 - 23:00 Recepción 24H WiFi gratuito



MAYORAZGO

Muy Madrid

Flor Baja, 3 (semiesquina Gran Via, 61) 28013 Madrid Tlf. 91 547 26 00 | Fax 91 541 24 85 comercial.interno@hotelmayorazgo.com www.hotelmayorazgo.com





# RECUPERAMOS SU DINERO Y SU TRANQUILIDAD

ABOGADOS ESPECIALISTAS EN DERECHO BANCARIO Y DE SEGUROS

+34 645 40 33 25

www.ACBabogados.es

C/ Jardines, 36 - 03600 ELDA - (Alicante)
MADRID - ALICANTE - PALMA