



informe

operadores de mercado



Entrevista a Eduardo Iglesias

CEO y Co Fundador de Colón Cía. de Seguros

Colón, Joven & Emprendedora

SIMPLE



PÓLIZA DE CAUCIÓN DIGITAL DE AFIANZADORA
EN EL MOMENTO Y SIN MOVERTE DE TU NOTEBOOK.

Sólo un PAS entiende la necesidad de una garantía accesible, económica y confiable. La Póliza Digital de Afianzadora es la herramienta de trabajo más simple para la gestión de Seguros de Caución. Imposible de falsificar y extraviar, de disponibilidad inmediata, segura, ecológica y confidencial.

Escribinos a: info@afianzadora.com.ar



Escaneá para conocer más.



AFIANZADORA
SEGUROS DE CAUCIÓN

«El Mundo es mucho más V.U.C.A. que antes»

-Volatility, Uncertainty, Complexity & Ambiguity-

Los cambios de hábitos y la fusión del espacio personal con el laboral, las relaciones de los ciudadanos con los Estados, los nuevos límites de lo privado con lo público, van a generar nuevos modelos de negocio, impensables hasta hace dos meses. Todos estos cambios van a ser muy fuertes y van a transformar la forma en que los consumidores se relacionan con las compañías de seguros. Este contexto encuentra a Colón muy sólida financieramente, lo cual le permite mirar el futuro con optimismo, siendo una compañía joven, emprendedora y altamente tecnológica. En este sentido, eColón acaba de lanzar una nueva línea de Seguros de Salud, con productos novedosos y muy competitivos en precio, y con una alta calidad en servicios.



Iglesias: «Me pone realmente muy contento poder comentar que acabamos de lanzar en eColón una nueva línea de negocio que son los Seguros de Salud, donde tenemos la combinación de tecnología con la solvencia de la compañía, donde buscamos dar un servicio y un seguro de calidad a los asegurados, en lo que más les preocupa hoy a todos que es su salud, entonces creemos que esta nueva línea de productos de Salud va a ser muy bien recibida, con productos novedosos y muy competitivos en precio, y con una alta calidad en servicios».

Eduardo Iglesias, CEO y Co Fundador de Colón Compañía de Seguros, reflexiona sobre la actualidad de la industria aseguradora y el desarrollo digital, en el contexto de un mundo signado por la pandemia Covid-19.

- Como especialista y precursor de la transformación digital en seguros, ¿qué reflexión hace sobre el rol de la tecnología en tiempos de Covid-19 y su impacto en el modelo tradicional de negocios?

-Cuál es el impacto del Covid 19 sobre el negocio, bueno considero que primero debemos entender cuál es el impacto a nivel global, ya que nunca hemos experimentado un hecho a nivel global que tenga el impacto sobre la economía y la forma de hacer negocios como el Covid 19. Los cambios de hábitos y la fusión del espacio personal con el laboral, las relaciones de los ciudadanos con los Estados, los nuevos límites de lo privado con lo público van a generar nuevos modelos de negocio, impensables hasta hace dos meses.

Hoy vivimos en un mundo con sobre información, lo que nos genera ruido y confusión al momento de tomar decisiones. Se podría decir que **el mundo es mucho más VUCA que antes**. VUCA es una sigla que ya lleva unos años y se usa para explicar cómo está cambiando el mundo rápidamente, es una sigla en inglés que quiere decir *Volatility, Uncertainty, Complexity & Ambiguity*.

Estoy diciendo que tenemos que pensar que el futuro no va a ser lo que iba a ser, que todos estos cambios van a ser muy fuertes y van a transformar la forma en que los consumidores se relacionan con las compañías de seguros y con las compañías en general, que van a cambiar las organizaciones de ->

R.A.S.A.

REASEGURADORES ARGENTINOS S.A.

Haciendo historia en el reaseguro Argentino desde 1992.

EXPERIENCIA
SOLIDEZ Y
RESPALDO

CALIFICACIÓN
AA-

Nacimos sobre bases del sector solidario, afianzando un proyecto de apoyo y crecimiento a empresas de Seguros en la República Argentina.

R.A.S.A. se caracteriza por la fidelidad de sus clientes, fruto de su solvencia, la calidad de sus servicios y su interés en establecer relaciones de larga duración

vda. DE MAYO 1370 1° PISO, CABA
www.rasare.com.ar
info@rasa-re.com.ar
00 54 11 4384- 7313 / 4381 2642 / 4383 6147

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN
0800-666-8400 | www.ssn.gob.ar | Nº de inscripción 846

ESCUDO SEGUROS

una buena decisión.

- ✓ Automotor
- ✓ Transportes
- ✓ Responsabilidad Civil
- ✓ Integral de Consorcio
- ✓ Caución
- ✓ Cascos
- ✓ Robo
- ✓ Cristales
- ✓ Combinado Familiar
- ✓ Integral de Comercio
- ✓ Seguro Técnico
- ✓ Transporte Público de Pasajeros

ESCUDO SEGUROS

Corrientes 330, 4° Piso, CABA
escudo@escudoseguros.com.ar
0810 888 3728

WWW.ESCUDOSEGUROS.COM.AR

UNIVERSO ESCUDO

Tu comunidad de seguros
WWW.UNIVERSOESCUDO.COM.AR

Nº de inscripción en SSN
0746

Atención al asegurado
0800-666-8400

Organismo de control
www.argentina.gob.ar/ssn

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN



PROTAGONISTAS

ya que la compañía está *hostiada* en la nube desde hace 5 años y tenemos una práctica en ese sentido, así que, pudimos hacerlo en forma muy rápida y que realmente no afectó a la operación de la compañía. Estamos dando el servicio de costumbre a nuestros asegurados y a nuestros canales de distribución. La compañía se ha adaptado muy rápidamente a lo que es el primer impacto de la pandemia y de la cuarentena.

Ahora, creo que hay otra dimensión a tener en cuenta que es el impacto en la toma de decisiones y la posibilidad de planear, donde claramente en nuestro país siempre es difícil planear y ahora con esta cuarentena que se está «extendiendo y extendiendo», se hace mucho más difícil planear, con lo cual, decidí buscar hacer un *management* a partir de principios. El primer principio es **cuidar a nuestra gente, cuidar a los empleados de Colón, cuidar a nuestros asegurados y tratar de llevar tranquilidad y mucha comunicación con los canales de distribución**, para que sepan que la compañía está reaccionando muy rápidamente, como es una característica nuestra, por ser una compañía joven y emprendedora.

En ese sentido, me pone realmente muy contento poder comentar que **acabamos de lanzar en eColón una nueva línea de negocio que son los Seguros de Salud**, donde tenemos la combinación de tecnología con la solvencia de la compañía, donde buscamos dar un servicio y un seguro de calidad a los asegurados, en lo que más les preocupa hoy a todos que es su salud, entonces **creemos que esta nueva línea de productos de Salud va a ser muy bien recibida con productos novedosos y muy competitivos en precio, y con una alta calidad en servicios.**

Todo esto es posible porque nos encontramos con una compañía que está muy sólida financieramente, lo cual nos permite mirar el futuro con optimismo a pesar de esta situación tan compleja y tan difícil en términos macroeconómicos para la Argentina, que ya venía con una situación difícil.

¿Cuál es el presente y el futuro de las Insurtechs y Startups en Argentina y especialmente en Latinoamérica, donde usted ha sido el creador del primer fondo para el desarrollo de insurtechs en América Latina?

- Creo que el impacto del Coronavirus no hay que verlo en forma lineal, como escucho a algunas personas que hablan bastante de los temas de *Insurtech* con razonamientos que me resultan un poco simplistas y que, a veces, son faltos de datos concretos de lo que está pasando en *Insurtech*.

Creo que se venía desarrollando la industria de *Insurtech* en Latinoamérica, quizá un poco más lento de lo que yo hubiera esperado, hace 5 años que vengo -digamos- «evangelizando» en este sentido y viendo que en Latinoamérica, si bien empezó a tomar velocidad estos últimos dos años, todavía ha sido un poco más incipiente de lo esperado. Pero al contrario, a futuro el panorama es muy interesante y lo veo con muchas oportunidades para las *Insurtechs* con nuevos modelos de negocios que van a salir a partir de los cambios, como decía antes, de los hábitos de los consumidores, de los impactos y los cambios en los distintos sectores como la movilidad, la forma de trabajar más remota que antes y van a haber nuevos modelos de negocios que van a surgir. ➔



➔ todo tipo, van a cambiar la relación de los ciudadanos con sus gobiernos y las regulaciones, en definitiva el cambio va a ser mucho más fuerte del que podemos pensar hoy.

- Antes y después de esta Pandemia, ¿de qué manera considera que cambiará el ambiente laboral y los hábitos de consumo en Seguros, en particular, y en el resto de los mercados, en general?

- Considero que tenemos que analizar esto sector por sector. Claramente, la macroeconomía del mundo se vio y se va a ver muy impactada, es decir, este *shock* de oferta, de no haber oferta, en definitiva, va a terminar en una crisis de demanda y vamos a ver caídas en los productos brutos internos de los distintos países muy fuertes como no se veían desde la crisis de 1929 a 1933. Esta crisis es más fuerte que todas las crisis anteriores que ha sufrido el mundo a nivel macroeconómico y es la primera vez que se conjuga una crisis sanitaria y que una crisis sanitaria determina una crisis macroeconómica y financiera. Estoy seguro que va a haber un cambio enorme entre la relación de las distintas economías, las economías se van a cerrar, va a haber un proceso de desglobalización y que vamos a ver que los países van a buscar tener sus cadenas de producción integradas dentro de cada país, contrario a lo que se promovió desde 1970 hasta ahora. Es decir que va a haber un cambio de ir hacia atrás en todo un modelo global que lleva ya más de 50 años.

En ese cambio, vamos a ver que las economías más desarrolladas y las economías más grandes van a salir mucho más rápido de la crisis y las economías más débiles e inestables y que requieran más flujo de capitales externos van a sufrir más que el resto. Dentro de todo eso, tenemos que definir distintos sectores, vemos como la aviación está sufriendo fuertemente y se va a ver una concentración de la industria en menos compañías de la que había; el área de turismo, el transporte de pasajeros en general dentro de los países también; va a haber un cambio en la movilidad muy fuerte, donde seguramente la industria automotriz va a sufrir; vemos otras formas de movilidad como puede ser bicicleta, motos, etc., que están surgiendo ya fuertemente en los últimos meses. Todo esto tiene que ver con los cambios de la forma de trabajo que va a ser mucho más remota que lo que fue hasta ahora, con lo cual va a haber menos viajes de negocios, la gente va a trabajar más desde sus casas, y por ello se va a movilizar menos en sus autos desde las afueras de las ciudades hacia adentro a los centros financieros, de modo que van a haber cambios sociales y económicos muy profundos.

¿De qué manera y con qué herramientas e-Colón y Colón Seguros abordaron el aislamiento social obligatorio instalado en marzo 2020? ¿Cómo se estructuró la atención y el servicio a Asegurados y PAS?

- Para nosotros fue bastante natural pasar a un trabajo remoto,

Desde 1898 un Progreso Seguro...

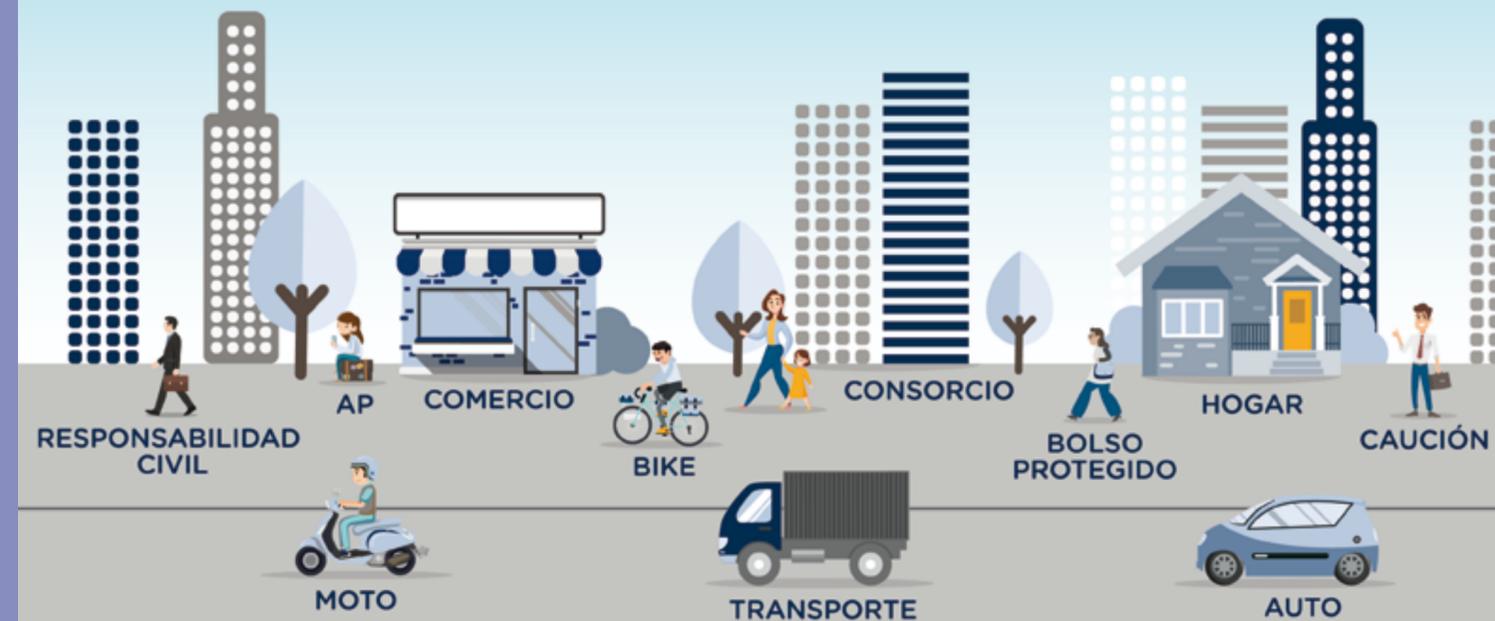
Casa Central: 25 de Mayo 432 Piso 11 - C1002ABJ - Ciudad Autónoma de Buenos Aires - Tel: 011 4315-6600
 Casa Matriz: Avda. Casey 99 - BB170AAA - Pílóé - Prov. de Buenos Aires - Tel: 02923 - 472223
 info@elprogresoseguros.com.ar www.elprogresoseguros.com.ar

Nº de inscripción de SSN: 50 Progreso 0176 La Territorial 0309 | Atención al asegurado: 8000-666-8400 | Organismo de control: www.argentina.gob.ar/ssn | SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN



INTĒGRITY

SEGUROS



www.integrityseguros.com.ar

→ Alibaba, una de las compañías de *ecommerce* más grandes del mundo, es resultado de la crisis del SARS de 2003. Como resultado de la crisis de Covid 19 en el 2020, va a haber muchas compañías con nuevos modelos de negocios. Sin embargo, hay que ser cuidadosos con los *startups* que ya estaban operando en la industria porque en los últimos años hubo una tendencia en *Venture Capital* a fomentar modelos de negocios que eran poco rentables y que quemaban mucha plata, como se dice en inglés «burning», quemaban muchos fondos para en algún momento llegar al *Break Even*. Esos modelos de negocios son absolutamente inviables e insostenibles porque nadie está dispuesto a seguir financiándolos en ninguna industria, y menos en Latinoamérica.

Considero que va a haber una separación entre los *startups* previos al Covid, los que sobrevivan que van a ser bastante menos de los que iban a pasar si no hubiera existido la crisis, y los *startups* que nazcan a partir de la crisis; digamos que

solo los *startups* que tengan una posición financiera muy sólida y fondos para llegar a un *break even* con dichos fondos, van a sobrevivir. Estamos viendo tasas de mortalidad de *startups* enormes en muchos países, en Estados Unidos, en Europa, en un país como Suiza hay lugares donde están muriendo 90% de los *startups* y con economías que le pueden dar más apoyo que nosotros en Latinoamérica.

Sin embargo, para los emprendedores que se animen y que realmente tienen que tener mucho coraje para animarse a emprender en estos momentos, los que lo puedan hacer, consigan el fondeo y tengan los nuevos modelos de negocio, creo que las oportunidades van a ser muy interesantes.

- ¿Qué industria de seguros imagina? ¿Cuál cree que será el impacto del aislamiento en materia de siniestros, nuevas coberturas y cobranza de primas?
- Es interesante la pregunta, me interesa dar mi opinión



en materia de siniestros, primero hay que diferenciar bien entre ramas, claramente van a haber ramas que durante la cuarentena han tenido alguna baja en la siniestralidad. Me preocupa la siniestralidad de Vida y creo que la cuarentena va a tener un impacto profundo sobre la siniestralidad, parece un contrasentido, pero así como la crisis del 2002 tuvo un impacto enorme sobre la mortalidad donde en muchas compañías la tasa de mortalidad se incrementó un 30, 50 y 80%, creo que vamos a ver un crecimiento de la mortalidad importante, obviamente no por Covid-19, sino por todas las demás enfermedades que se van a ver agravadas, ya en el mes de abril y mayo tuvimos 9000 casos adicionales de fallecimientos por infarto porque no fueron atendidos como hubieran sido atendidos si no hubiera estado la cuarentena. Los infartos hay que atenderlos en las primeras 2 o 3 horas.

También vamos a ver más casos de otras enfermedades que se han visto agravadas por la falta de atención por el miedo de las personas de ir a atenderse a los centros de salud. Vamos a ver mayor cantidad de suicidios, que ya se están viendo, y vamos a ver también mayor cantidad de hechos violentos, todo esto ya pasó en el 2002. Considero que tenemos que pensar en medir la mortalidad y el resultado de la cuarentena y la pandemia hasta marzo 2021, un periodo de 1 año y, lamentablemente, me parece que **vamos a ver una tasa de mortalidad aumentada por todas estas razones que antes mencioné**. Con respecto a la cobranza, mi experiencia es que en los momentos de crisis profunda de la familia, entonces va a seguir pagando sus seguros. Hasta ahora, nuestra experiencia en la compañía es que no hemos tenido caídas, al contrario, creo que la caída es menor a la que teníamos previo a la pandemia. Desde ese punto de vista, veo una mejor cobranza de la cartera obviamente afectada por mucha menor venta.

La industria aseguradora, en general, va a tener muchas menos ventas de seguros por actividades que no se hacen, por menor venta de autos, motocicletas, por menores primas de riesgos en el trabajo, por actividades que no se desarrollan como la construcción, etc. Sin embargo, la experiencia me dice que la actividad aseguradora tiene una correlación positiva y mayor aun con la actividad económica. Cuando ésta crece, crece un poco más; cuando cae, cae un poco más. Si esperamos en el 2020 ver una caída del producto bruto en general de la Argentina, de entre un 8 y 10%, no me extrañaría ver una caída en términos reales de la actividad aseguradora entre un 12, 13 y 14% que, obviamente, se va a hacer sobre la caída que ya experimentamos en 2019, es decir que, veo por un lado una industria que necesariamente se va a tener que achicar y que va a diferenciar entre ganadores y perdedores. Se va a poder evaluar entre las compañías que sepan hacer las cosas bien y las que solamente para ganar *market share* bajan las tarifas y hacen guerras de precios. Creo que en una crisis como ésta, ese tipo de comportamiento es de muy corto plazo y que solamente las compañías que son manejadas seriamente, que tengan una política de suscripción clara, que sepan manejar su cartera de inversiones y manejar los riesgos, y que sean muy pero muy eficientes en el manejo de sus costos operativos, van a ser exitosas en el mediano y largo plazo en Argentina. En este sentido, me siento muy cómodo, confiado y muy comfortable con la posición de Colón donde **somos una compañía con alta tecnología, lo cual nos permite manejarla con un menor gasto fijo**, donde podemos ser más eficientes en los gastos y, por lo tanto, asignarlo a darles un mejor servicio a los asegurados y también a nuestros canales de distribución. Estamos invirtiendo en darles mayores herramientas tecnológicas a los canales, también en darles capacitación en cómo desarrollar sus prácticas web, sus prácticas de *ecommerce*, cómo usar distintas herramientas tecnológicas que les permitan a los productores llegar de una manera más moderna y de una forma que es la que hoy los consumidores y los asegurados están buscando, mucho más después de la pandemia y de la cuarentena, donde el contacto ha sido mucho más *online* y en forma remota mucho más de lo que estaban acostumbrados los productores y los asegurados. Hoy que los han experimentado, probado y que vieron lo fácil que es, lo cómodo y lo eficiente que es, lo van a demandar mucho más que antes.

- Nos gustaría que nos diera su visión sobre las tecnologías «del futuro» que pueden cambiar la forma de hacer seguros en Argentina y el mundo. ¿El futuro ya llegó?

- Lo que estamos viendo es una profundización de algunas tecnologías que ya tienen varios años y que empiezan a ser más usadas en la industria del seguro en general, y acá lo fundamental es la **Inteligencia Artificial**, la cual permite hacer mejor suscripción, mayor detección de fraude y, en definitiva, bajar los costos a los asegurados. También vemos que el uso de **robots** es cada vez más frecuente y que la gente se siente más cómoda chateando con un *robot* en forma de texto o hablando con un *robot*. Nosotros fuimos los primeros en esto en la Argentina y creemos que este uso es cada día más habitual. Quizás también un área fundamental de cambio, que muchas veces no lo asociamos a seguros en Argentina y que es una parte importante de seguros en el mundo, es Salud. Hay un proceso de cambio y de inversión enorme

que ya se venía dando en los últimos 3 años, y se va a dar mucho más fuerte ahora. Pocas semanas atrás tuve la suerte de conversar con **Michael Maiden** que es el *Managing Director* de *Yard Ventures*, que es un fondo de inversión donde invierten los egresados de Harvard, y me contaba Michael que hay una inversión enorme para lo que es la automatización de Salud y que ve a las grandes tecnológicas como *Google*, *Amazon*, *Facebook* entrando fuertemente en Salud. Este es otro claro ejemplo de cómo la tecnología va a tener un impacto fuerte en una industria y, por consiguiente, también en la industria aseguradora. 📌



LA NUEVA
Cooperativa de Seguros Limitada

DESDE 1933
Honestidad para asegurar
Solvencia para responder

Contratá On Line tu seguro automotor ingresando a nuestra web

PORTAL ASEGURADOS
Ingresá a la web o descargá la aplicación. Podrás realizar nuevas cotizaciones, consultar

Disponible en App Store / Disponible en Google Play

MEDIOS DE PAGO

VISA VISA Débito

Teléfono: 0800 333 4455
Web: www.lanuevaseguros.com.ar
Dirección: Bartolomé Mitre 4062 - CABA

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

informe
publicación especializada de aparición quincenal
AÑO 27 / Nº 669 - Junio 2020

REDACCIÓN, PUBLICIDAD Y SUSCRIPCIONES
Tucumán 1946, Piso 3º, Oficina "B" (C1050AAN), CABA, Argentina
Tel. (54 11) 7534 9090 / 7533 0316 - <https://twitter.com/InformeOperador>
www.informeoperadores.com.ar

DIRECTORA
Delia Rimada
delia.rimada@moez.com.ar

DISEÑO & DIAGRAMACIÓN
Analia Aita / analia.aita@moez.com.ar

ADMINISTRACIÓN, SUSCRIPCIÓN & PUBLICIDAD
Rosa Asta / rosa.asta@moez.com.ar

ADMINISTRACIÓN, FACTURACIÓN & CONTABILIDAD
Elizabeth Domenech / elizabeth.domenech@moez.com.ar

CONSEJO DE REDACCIÓN
Néstor Abatidaga, Oscar Díaz, Antonio García Vilarño, Raúl Herrera, Juan Pablo Chevallier-Boutell, Walter Wömer.

Impreso en Mariano Mas S.A., México 651, 4331-5762, Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
Prohibida la reproducción total o parcial del material publicado sin expresa autorización de la dirección. Los artículos firmados no reflejan necesariamente la opinión de la dirección.
Registro de la Propiedad Intelectual **Nº 273.478**.

EN CASA

Más Herramientas. Mejor Servicio

Cambiamos el modo, pero no el Compromiso con nuestros PRODUCTORES

FEDERACION PATRONAL SEGUROS S.A.

www.fedpat.com.ar

Nº de inscripción en SSN 726 / Atención al asegurado 0800-666-8400 / Organismo de control www.argentina.gob.ar/ssn / SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

Seguros para Filmaciones, un rubro poco común y super interesante



El rodaje de una película implica grandes desembolsos de dinero por parte de las empresas audiovisuales. Los sueldos de los actores, los equipos de filmación, la necesidad de trasladar todo a diversas ubicaciones, los vestuarios, entre otros, hacen de cada producción verdaderos proyectos millonarios. Asimismo, trae aparejado innumerables riesgos. Por ello, las empresas de seguros cumplen un rol fundamental en estos emprendimientos y las coberturas contratadas suelen realizarse a medida de cada película, serie o corto.

Escribe Dra. Gabriela Álvarez

El rodaje de una película implica grandes desembolsos de dinero por parte de las empresas audiovisuales. Los sueldos de los actores, los equipos de filmación, la necesidad de trasladar todo a diversas ubicaciones, los vestuarios, entre otros, hacen de cada producción verdaderos proyectos millonarios. Asimismo, trae aparejado innumerables riesgos. Por ello, las empresas de seguros cumplen un rol fundamental en estos emprendimientos y las coberturas contratadas suelen realizarse a medida de cada película, serie o corto.

Pero, ¿qué sucede si nos adentramos un poco más en el llamado comúnmente «séptimo arte»? Escenarios increíbles, producto de la tecnología y la filmación en varias localizaciones internacionales, reconocidos actores, vestuarios más allá de lo imaginable, grandes equipos de filmación, actores, productores, guionistas, directores, técnicos de sonido, operadores de cámara, maquilladores, responsables del vestuario, entre cientos de personas que hacen que esas maravillosas películas sean posibles.

El rodaje de una película implica grandes desembolsos de dinero por parte de las empresas audiovisuales. Los sueldos de los actores, los equipos de filmación, la necesidad de trasladar todo a diversas ubicaciones, los vestuarios, entre otros, hacen de cada producción verdaderos proyectos millonarios. Asimismo, trae aparejado innumerables riesgos, pensemos tan sólo en una película de acción, donde las explosiones, las carreras de coches, las luchas encarnizadas y las escenas de riesgo, no tardan en aparecer. La protección de los equipos de filmación también resulta de sumo interés y asegurar el cumplimiento del objetivo y la seguridad de sus participantes, es la función principal de los seguros en este tipo de producciones. Por ello, las empresas de seguros cumplen un rol fundamental en estos emprendimientos. Desde largometrajes independientes hasta los principales éxitos de Hollywood, necesitan un socio de confianza que los proteja ante cualquier eventualidad.

Las compañías de seguros internacionales que aseguran este tipo de riesgos son empresas especializadas en el arte audiovisual, con amplia experiencia en el mercado de este tipo de seguros tan particular. Las coberturas contratadas para las producciones cinematográficas, en general, suelen realizarse a medida de cada película, serie o corto que se vaya a realizar, atento a que cada producción tiene diferentes características que la hacen única, por ello la importancia de diseñar un producto a la medida de cada producción.

Costos reales

Para tener una idea de los montos que se manejan en cada producción, existen numerosos ejemplos que nos demuestran la importancia de contar con un seguro que permita hacer frente ante cualquier eventualidad.

Un solo capítulo de la reconocida serie *Game of Thrones*, considerada como una de las mejores series televisivas de todos los tiempos, puede tener un costo aproximado ➔

#1 VOS



AMERICAL
REINSURANCE
SOLUTIONS

Global Reinsurance Brokers

- Accidentes Personales, Vida y Salud
- ART, Riesgos del Trabajo
- Terrorismo, Riesgo Político
- K&R, Riesgos en Guerra
- Deportistas Profesionales
- Cuidados Prolongados
- Responsabilidad Civil, Riesgos Especiales
- Cargo, Hulls, Marine Liability
- E&O, D&O, Líneas Financieras
- Ingeniería, Aeronavegación, Energía
- Equinos y animales exóticos de alto valor
- Travel Insurance

Buenos Aires Office

Manuela Saenz 323, Suite 517

Buenos Aires Plaza, Puerto Madero

C1107BPA, CABA, Argentina

Phone: +54 11 5217 9751

contact@americalre.com

www.americalre.com

2 GRUPO ASEGURADOR
La segunda

LO PRIMERO SOS VOS

Nº de inscripción en SSN
0317 - 0618 - 0117 - 0436

Atención al asegurado
0800-666-8400

Organismo de control
www.argentina.gob.ar/ssn

SSN | SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN



➔ de 6 millones de dólares. Para la sexta temporada, el monto se incrementó a más de diez millones por episodio. Cada uno de los capítulos de la temporada final de la serie, producidos en 2018, tuvieron un presupuesto de al menos 15 millones de dólares.

Un capítulo de la famosa serie *The Big Bang Theory*, obviamente de menor presupuesto, ronda los 2 millones de dólares, mientras que un capítulo de la serie *Breaking Bad* tenía un costo aproximado de 3 millones de dólares.

Además de estos exorbitantes costos, el rodaje de una serie o película suele extenderse bastante, con lo cual un siniestro ocurrido durante su producción puede provocar enormes pérdidas a las compañías cinematográficas. Con el sólo hecho de que un actor resulte herido y quede incapacitado para trabajar, el retraso en la grabación de una película de gran presupuesto podría llegar a costar a la productora la suma aproximada de 200.000 euros por día.

Riesgos cubiertos y Coberturas existentes

Son muy pocas las empresas de seguros que se dedican a este rubro, debido principalmente a sus enormes costos y el gran abanico de riesgos que implica llevar adelante semejantes producciones. No obstante, existen compañías a nivel internacional especializadas en este rubro, como lo es la famosa empresa *Fireman's Fund Insurance Company* del *Grupo Allianz*, quien se ha ocupado de cubrir el 80% de las producciones de Hollywood. A continuación, repasamos las

principales coberturas que existen en el mercado internacional para estas magníficas producciones y algunos ejemplos prácticos que permiten llevar a la realidad situaciones desconocidas que han llevado al mundo del seguro a desembolsar importantísimas sumas de dinero. Las principales coberturas para estos riesgos están dadas por:

- Seguros de Buen Fin o Interrupción de Rodaje.
- Seguros Multirriesgo y de Responsabilidad Civil.
- Seguros Directos y Equipo Técnico.
- Decorados y Vestuarios.
- Seguros Meteorológicos.
- Cintas y Negativos.

◉ SEGURO DE BUEN FIN

El rodaje de una película o serie es pasible de sufrir gran cantidad de siniestros durante todo el proceso de duración del mismo. Los actores principales de la película o serie, junto con el director, son las personas más importantes de una producción, cuya desaparición puede paralizar definitivamente la grabación, no así en el caso de otras personas, que pueden ser sustituidas. Este seguro **tiene como finalidad cubrir los gastos fijos que acarrea la sustitución de la persona desaparecida o imposibilitada**. Garantiza la financiación y sustitución de personas o materiales en caso de que se produjese un siniestro de estas características durante la grabación de la película o serie. También garantiza a

la productora que la película se llevará a cabo ajustándose al presupuesto y dentro del plazo de tiempo previsto para su finalización. Son seguros muy específicos, bastante difíciles de conseguir, debido a la dificultad que implica las garantías que ofrecen, pero que son muy comunes en Estados Unidos, donde son contratados por numerosas productoras que adelantan la financiación de la producción audiovisual con cargo a los derechos de emisión.

En el año 2008, el actor *Heath Ledger* se suicidó en el medio del rodaje de la película *«El imaginario del doctor Parnassus»*. Esto generó innumerables complicaciones, entre ellas la necesidad de contratar hasta tres actores de renombre internacional para cubrir el personaje del actor, el cual en ese caso fue interpretado por *Johnny Depp*, *Jude Law* y *Colin Farrell*.

Otro caso fue la muerte de *Paul Walker*, durante la filmación de la película *«Fast & Furious 7»*, ocurrida antes de la finalización de su rodaje. Con el fin de seguir llevando adelante la grabación de las escenas en las que aparecía el agente encubierto *Brian O'Conner*, debieron hacer uso de imágenes creadas por computadora.

Durante la grabación de la película *El Cuervo*, murió su actor principal, *Brandon Lee*, en momentos en que una de las pistolas que debía ser de fogueo disparó una bala real que acabó con su vida. En la misma película, un operario sufrió quemaduras producto de un accidente eléctrico, otro se clavó un destornillador en una mano, un doble se cayó de un techo y, finalmente, un camión se prendió fuego.

Pero no solamente el fallecimiento inesperado de uno de los actores puede truncar los planes originales antes de que el espectador pueda disfrutarlo en la pantalla. Tal es el caso del reconocido actor *Kevin Spacey*, donde el cineasta *Ridley Scott* decidió eliminarlo de la filmación de la película *«All the Money in the World»*, la cual estaba ya filmada y próxima a su estreno, debido a los escándalos de acoso y abusos sexuales que debió enfrentar el actor. En su lugar, debió volver a filmar todas las escenas con el actor *Christopher Plummer*, decisión que costó unos cuantos millones de dólares a la productora. Asimismo, el actor protagonizaba también la exitosa serie de *Netflix*, *House of Cards*, cuya productora si bien en un primer momento debió paralizar la grabación, finalmente anunció que la serie continuará sin el famoso actor.

Producto de estos inconvenientes, existen también coberturas paralelas que buscan minimizar los riesgos a su máxima expresión. Hace un tiempo, surgía en los titulares de todos los diarios el caso de la protagonista de la famosa saga *«Star Wars»*, la actriz *Carrie Fisher*, quien interpretaba a la recordada *Princesa Leia*. En este caso, *Walt Disney Studios*, multinacional dueña de la saga desde el año 2012, firmó una póliza de seguro con la compañía *Lloyd's of London*, para recibir una indemnización cercana a los 50 millones de dólares, en caso de que la actriz, por cualquier motivo, no llegara a cumplir su contrato de rodar tres nuevas entregas de *Star Wars*. La actriz, llegó a filmar dos de ellas, pero días después de filmar la segunda entrega, falleció producto de un ataque cardíaco. ➔

Una nueva
forma de
asegurar...
Un nuevo
tiempo...



Orange Time

El seguro de autos que **le permite a tus clientes pagar por tiempo de uso y ahorrar hasta un 40%**, estando siempre protegidos.

Una herramienta para la retención de tu cartera y captación de nuevos clientes. Contactate con nosotros y sumate a OrangeTime.

Hoy más que nunca
somos actitud que avanza.

Comunicate con nosotros
libraseguros.com.ar

0800 888 5427

LIBRA
Compañía de Seguros



En 60 años cambiaron muchas cosas.
Pero el valor de la palabra
sigue siendo el mismo de siempre.

SEGUROMETAL
COOPERATIVA DE SEGUROS LTDA.

60
AÑOS

Nº de inscripción en SSN
0285

Atención al asegurado
0800-666-8400

Organismo de control
www.argentina.gob.ar/ssn

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

Nº de inscripción en SSN
0852

Atención al asegurado
0800-666-8400

Organismo de control

www.argentina.gob.ar/ssn

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

→ Debido a ello, la empresa aseguradora debió desembolsar el pago más alto realizado nunca en la industria del cine por un siniestro de estas características.

SEGUROS DE MULTIRRIESGO Y RESPONSABILIDAD CIVIL

Además de la pérdida del actor principal, las producciones audiovisuales, son pasibles de sufrir un innumerable abanico de riesgos asociados a su actividad. Por ello, **esta cobertura incluye garantías que van desde los daños derivados de la producción, como así también los accidentes personales del director y los actores y la responsabilidad civil por daños que se produzcan en la grabación.** El seguro de responsabilidad civil está orientado a cubrir los daños a terceros que puedan producirse durante el rodaje, tanto a las personas como a los bienes. Es una de las principales coberturas, si tenemos en cuenta el volumen de actividades, movimientos, manipulación de vehículos y materiales, que conlleva la filmación de una película.

La grabación del filme **El traficante** dio origen a una demanda millonaria de responsabilidad civil, por el accidente aéreo que mató a dos pilotos e hirió gravemente a un tercero.

SEGURO DIRECTO Y EQUIPO TECNICO

Este tipo de seguros **suelen cubrir los daños típicos ocasionados durante la grabación o filmación de una película. Dentro de ellos suele incluirse las pérdidas, roturas o desperfectos de los materiales o equipos.** Normalmente, se asegura lo más crítico de la producción, como ser cámara y equipos más sofisticados y de más elevados costos. Asimismo, la cobertura de robo de dichos equipos como así también de los equipos alquilados o contratados para la realización del filme, práctica muy común en el mundo audiovisual, resulta fundamental a la hora de evaluar riesgos.

Por otra parte, **dentro de esta cobertura de seguros directos suelen incluirse los derechos de propiedad intelectual y el incumplimiento del deber de confidencialidad,** hecho que básicamente se da cuando se filtra un guión y éste es publicado por la prensa antes del estreno de la película. Ejemplo de ello se dio con el guión de **The Hateful Eight**, un film que en principio iba a ser dirigido por **Tarantino**, pero que finalmente acabó por cancelarse tras la filtración en varios medios de comunicación.

SEGUROS DE DECORADOS Y VESTUARIO

Estos seguros merecen un capítulo aparte. **En las pólizas destinadas a cubrir los riesgos de producción, cumple un rol fundamental proteger los decorados y sobre todo el vestuario, ya que su diseño es uno de los elementos más caros de la producción.**

El presupuesto de vestuario de la **Cleopatra** de **Elizabeth Taylor** y **Richard Burton**, supuso una inversión de casi 200.000 dólares.

SEGUROS METEOROLÓGICOS

Destinado básicamente a **cubrir las interrupciones de rodaje producidas por causas climatológicas.**

SEGURO DE CINTAS Y NEGATIVOS

El negativo original de un film o su máster de grabación es el resultado final del esfuerzo de un gran número de personas y del uso de los más variados equipamientos. **Este seguro se destina a cubrir los desperfectos que pueda sufrir el negativo, desde el inicio del rodaje.**



Otro tipo de Seguros

Los «seguros raros» son una constante en el mundo del espectáculo, tal es el caso de las pólizas específicas que cubren a las productoras frente al enamoramiento de los actores o los que cubren ciertas partes del cuerpo de los artistas, por ser consideradas herramientas de trabajo, como los seguros de las piernas de **Heidi Klum**, los seguros de voz de cantantes como **Tina Turner** o **Bono**, entre otros.

Seguro de Filmación en Argentina

En nuestro país, debido a los elevadísimos costos que implican estos seguros, muy pocas aseguradoras ofrecen este producto. La compañía de seguros **Chubb Argentina**, ofrece un producto denominado **Film Package**, el cual brinda diversas coberturas relativas a producciones audiovisuales como ser:

- **Indemnización del costo de producción por interrupción:** En caso de que algún talento/actor sufra una lesión o enfermedad durante la vigencia de la póliza y la filmación se vea interrumpida hasta la recuperación de este talento/actor, se cubrirá el gasto del costo de producción de los días de interrupción afectados.
- **Indemnización del costo de producción por Negativos/Material Digital:** En caso de que los negativos, *back up* o material digital de la filmación sufra un daño (incendio, robo, entre otros), se cubrirá el costo de producción incurrido en la filmación de este material.
- **Cobertura para Accesorios, Decorado y Vestuario:** Se cubren todos los accesorios, decorado y vestuario necesarios para cada filmación en caso de daño (incendio, robo, entre otros).
- **Cobertura de Gastos adicionales:** Cubre gastos extraordinarios que el asegurado deba incurrir en caso de interrupción, postergación o cancelación de la filmación a consecuencia de daño, pérdida o destrucción de equipos de filmación y/o accesorios, decorado, vestuario.
- **Cobertura para el material cinematográfico y equipos de filmación.**
- **Cobertura de Responsabilidad Civil extracontractual** y daños a bienes de terceros bajo cuidado, custodia y control.

La **Productora K&S Films**, contrató esta cobertura para la filmación de la película **El Ángel**.

Seguros para Filmaciones Audiovisuales en la Pandemia

Las productoras dedicadas al entretenimiento gastan aproximadamente entre un 3 y un 5% de su presupuesto para contratar una cobertura de seguros. El gasto del seguro varía de acuerdo a diversos factores tales como la duración del rodaje, vestuario y los actores que interpretarán la serie.

Eso ocurre en circunstancias normales. Ahora bien, debido al desembarco de la pandemia que afecta a todo el mundo, las grabaciones han sido suspendidas debido al aislamiento que la mayoría de los países se vieron obligados a cursar. No obstante ello, muchas compañías de seguros ya han manifestado que no cubrirán cualquier nueva interrupción de una producción por un brote de coronavirus en el set: básicamente por tratarse de retrasos que costarían millones de dólares. En dicho caso, la carga económica de un caso de **Covid** positivo, recaería sobre los productores. Incluso, aún en caso de considerarse la posibilidad de poder adquirir un seguro que cubra un riesgo de pandemia, el costo de la prima sería tan elevado, que podría llegar a representar cerca del 20% del presupuesto de la producción audiovisual.



EL AISLAMIENTO, TAMBIÉN TRAJÓ COSAS BUENAS. COMO NUEVAS FORMAS DE APRENDER.

Desde **Experta Seguros** creemos que, si juntos le seguimos encontrando el lado positivo, vamos a salir más fortalecidos que antes.

UNIDOS, SALIMOS ADELANTE



La RSE de las Aseguradoras frente a la Pandemia Covid-19



A continuación, elaboramos un Informe acerca de cuáles son las acciones solidarias y/o de colaboración que han realizado las empresas para contribuir a paliar los efectos adversos de la pandemia. Para ello consultamos a **Betina Azugna, Gerente de RSE del Grupo Sancor Seguros; Grisel Di Bert, Supervisora de Comunicación Institucional, Marketing y Comunicación del Grupo Asegurador La Segunda; Exequiel Arangio, Jefe de Comunicaciones y Sustentabilidad de Grupo San Cristóbal; Silvina Vazón, Miembro del Consejo de Administración de RUS y Responsable de la Gestión de RSE; María Martha Deleonardis, Subgerente de Negocio Responsable de BBVA en Argentina; María de la Paz Lado, Gerente de Administración y Finanzas, y Responsable de RSE de Afianzadora Latinoamericana; y a Pablo Tablón, Gerente de RR.HH. y Responsable de RSE de Triunfo Seguros.**

Escribe **Aníbal Cejas**

El foco de las acciones de **Responsabilidad Social Empresaria** de las aseguradoras está centrado en los clientes, la comunidad en general, y el personal de las empresas. Sobre este tema dialogamos con los responsables de estas políticas en distintas aseguradoras del mercado.

Para comenzar, **Betina Azugna, Gerente de RSE del Grupo Sancor Seguros**, mencionó: «La primera medida de la compañía fue la constitución de un Comité de Crisis con Direcciones y Gerencias que trabaja 24/7 identificando focos de riesgo y oportunidades para dar soluciones a distintas necesidades que origina esta situación». Luego, enumeró la serie de acciones que llevan a cabo en la empresa para contener a sus empleados, productores y clientes:

- «Respecto de los **empleados**:
 - El 100% del personal (2.900 empleados) se mantuvo trabajando de manera remota, aun cuando entre las actividades liberadas hubo algunas funciones del seguro incluídas. Se adecuaron las tecnologías y se creó una red interna para mantener la cercanía entre todos los colaboradores y equipos de trabajo, pese a la distancia

física. También se organizó la vacunación antigripal de los empleados en todo el país y sus familiares.

- Se abrió una línea especial para que los empleados llamen por cualquier consulta médica atendida por el Departamento Médico del Grupo y también pusimos a disposición de todos los colaboradores el servicio de telemedicina «**Llamando al doctor**», para evitar que acudan a las guardias y tengan si o sí una primera atención orientativa.

- Se implementó un **Programa de Voluntariado Corporativo** de contención telefónica para adultos mayores.

- En cuanto a los **Productores Asesores de Seguros**:
 - Se están acelerando todos los procesos de digitalización, adecuación de sistemas de cobro digital para facilitar gestiones administrativas, para garantizar la continuidad de su actividad.
 - Cuentan con «**Llamando al Doctor**» sin cargo.
 - Se realizaron Videoconferencias con el CEO y las autoridades de la empresa para dar información sobre los planes de acción y llevar tranquilidad.
 - Semanalmente se realizan videoconferencias con referentes de la economía, finanzas, sociedad, medicina, etc. abiertas a todos los Organizadores.

- En relación a los **Clientes**:
 - Lo primero que se hizo fue robustecer y comunicar por varios canales todas las posibilidades de acceso al servicio de la empresa (telefónicas, plataformas virtuales, mails, apps) para que todos los clientes puedan realizar todas las operaciones desde su casa.
 - Se aplicaron **medidas especiales/excepcionales a los clientes de Seguros de Vida con Capitalización y Vida Retiro como amparo asegurador en las coberturas para siniestros que tengan causa de origen Covid-19 y retiros parciales de hasta un 50% de su saldo, sin quita por rescate.**

- Se desarrollaron **dos nuevos productos**. Uno de ellos otorga protección integral ante la modalidad laboral home office y el otro brinda cobertura exclusivamente por Covid-19. Ambos productos cuentan con los beneficios adicionales de Llamando al Doctor y Asistencia Psicológica y Nutricional.

- Se amplió el servicio de «**Llamando al Doctor**» y se incorporó a más pólizas para potenciar su uso entre los clientes. A este beneficio del Consultorio Médico Virtual se le agregaron los servicios de Asistencia Psicológica y Nutricional.

- La **ART del Grupo**:
 - Implementó la digitalización de documentación que las empresas deben presentar y se estableció un procedimiento de aprobación de los programas de seguridad de manera virtual.

- Se puso a disposición varios cursos on line sobre seguridad en el trabajo, incluyendo Prevención de Riesgos en Teletrabajo.

- Desde **Prevención Salud**:
 - Se enviaron comunicaciones sobre medidas preventivas y sobre las líneas de atención disponibles para que puedan hacer los trámites sin tener que moverse de la casa.
 - Se implementó la receta digital (medicamentos) para los afiliados de todo el país.
 - Se adaptaron coberturas y nomencladores en función al protocolo del Covid-19 para que los prestadores puedan brindar el servicio.
 - Se autorizaron consultas virtuales de psicología y psiquiatría.

- Para la **Comunidad**:
 - Se envían consejos de salud y prevención en todas las redes de la empresa.

- Se **amplió el servicio en forma gratuita de «Llamando al Doctor» para toda la comunidad de Sunchales**, donde está la casa central de la empresa. También en dicha localidad se contribuyó a financiar la compra del equipamiento necesario para habilitar más camas de Unidad de Terapia Intensiva para la atención de potenciales pacientes graves con Covid-19 de la localidad. ➡



▲ **Betina Azugna, Gerente de RSE del Grupo Sancor Seguros**



GALENO

TODAS LAS COBERTURAS EN PLANES MÉDICOS Y EN SEGUROS QUE TU EMPRESA NECESITA

Bríndale a tus clientes toda la protección y el cuidado que necesitan, a través de los mejores planes de cobertura médica y una amplia gama de seguros.

Todo con el respaldo de **GALENO SOLUTIONS**, un programa de soluciones tecnológicas de vanguardia que permiten una gestión ágil y eficaz.

Planes Médicos – Seguros de ART – Seguros de Vida (obligatorios y optativos)
 Accidentes Personales – Seguros de Autos y Flotas – Seguros Integrales
 Seguros de Todo Riesgo Operativo – Seguros de Caución



www.galenoseguros.com.ar / www.e-galeno.com.ar

Servicios al Productor:
0800-333-7784



Se organizó una colecta entre los empleados de la empresa en las distintas zonas del país con el fin de contribuir con distintas instituciones, ONGs, Banco de Alimentos, Hospitales, etc. A lo recaudado en cada lugar se suma una contribución directa de la empresa.

Nos sumamos a la plataforma «Aprender en casa», con más de 3.000 contenidos gratuitos para acompañar a los chicos de nivel primario y secundario.

Desde nuestro Centro de Innovación Tecnológico Empresarial y Social (CITES) se están realizando otras contribuciones a la sociedad, como impresiones 3D de armazones de mascarillas para uso de los profesionales de salud de la ciudad, acción que también replica Phylumtech, una de las primeras empresas invertidas y desarrolladas por CITES.

Fundación INECO y Fundación Grupo Sancor Seguros elaboraron una Guía de Recomendaciones sobre el Manejo de la Ansiedad y el Estrés y la Promoción de Bienestar en contexto de aislamiento. También lanzaron otras publicaciones con recomendaciones para pacientes con discapacidad, sus familias y asistentes ante las medidas de aislamiento en el marco del Covid-19, y para familiares o cuidadores de pacientes con deterioro cognitivo, enfermedad de Alzheimer u otras demencias en épocas de coronavirus y para Enfermedad de Parkinson y Covid-19».

Desde el Grupo Asegurador La Segunda, Gricel Di Bert, Supervisora de Comunicación Institucional, Marketing y Comunicación de la empresa, explicó que ellos han puesto el acento en «acciones de prevención que contribuyan a evitar el contagio y aportando recursos para contribuir con el sistema de salud e instituciones que necesitan apoyo para ayudar a los sectores más vulnerables».

Además, dijo: «Nuestra apuesta comenzó desde nuestra imagen, ya que definimos un cambio temporario de nuestra marca para promover el respeto al aislamiento social preventivo y obligatorio que, como se sabe, y sin soslayar sus impactos en la economía, constituye la principal medida para ayudar a combatir esta pandemia».



▲ Gricel Di Bert, Supervisora de Com. Inst. de Grupo Asegurador La Segunda

De este modo, buscamos sintetizar las diversas acciones que nuestro Grupo ha puesto en práctica. Desde aquellas destinadas a contribuir al bienestar de la comunidad, hasta las que están orientadas a cuidar a nuestros colaboradores, productores y estructura de servicios, ofreciendo todas las herramientas a nuestro alcance, entre ellas podemos destacar:

El lanzamiento de una campaña de donación #AsíNosSumamos haciendo participe a nuestros PAOS, alcanzando más de 20 zonas del país donde estamos presente, distribuyendo alimentos y kits sanitarios a más de 43 instituciones. En alianza con la Red de Bancos de Alimentos Argentina brindamos 8.570 platos de comida a los diferentes bancos del país.

Nos sumamos al programa #ArgentinaNosNecesita impulsado por la Cruz Roja Argentina a través de una donación para materiales necesarios en el equipamiento de unidades de terapia intensiva, como así también insumos de higiene.

Acompañamos los esfuerzos de las distintas instituciones públicas y fundaciones, tales como la Municipalidad de Rosario, Fundación Rosario, Fundación del Hospital J. Víctor Vilela, quien como intermediario compró más de 2.000 barbijos quirúrgicos para el hospital y acompañamos al Banco de Alimentos Rosario con un gran aporte económico.

Estamos junto a la investigación científica para la detección de Coronavirus: Esta es una apuesta a la innovación apoyando a la empresa rosarina DetxMol S.A para que un equipo de jóvenes científicos pueda desarrollar un kit destinado a la detección de coronavirus (SARS-CoV-2) y otro que detectará conjuntamente SARS-CoV-2 y los virus influenza A y B. Este proyecto de gran magnitud, fue uno de los 64 seleccionados por la Nación entre 900 propuestas que llegaron de todo el país.

Lanzamos una campaña solidaria de confección de tapabocas #NosCuidamosEntreTodos, donde propusimos a nuestros colaboradores confeccionar tapabocas caseros y seguros para ser donados a

instituciones, regalarlos a personas mayores, trabajadores de actividades esenciales y voluntarios.

Generamos una alianza con la Universidad Católica Argentina de Rosario y realizamos un video tutorial para mostrar la fabricación de un gel antibacterial y lo distribuimos en diversas instituciones con las que participamos.

Desarrollamos diversos Protocolos de Prevención para cuidar la salud de nuestros colaboradores, difundimos y aplicamos recomendaciones en materia de salud, seguridad e higiene, siguiendo los lineamientos de la OMS, el Ministerio de Salud de la Nación y otras fuentes oficiales.

Incorporamos la modalidad de teletrabajo para el 85% de nuestra dotación en tan solo una semana. Más de 1.400 colaboradores continúan trabajando y brindando servicio de forma remota desde sus hogares».

En el Grupo San Cristóbal, Exequiel Arangio, Jefe de Comunicaciones y Sustentabilidad, relató que, ante este escenario de emergencia, «reorientamos nuestras acciones de inversión social con foco en apoyar distintas iniciativas con impacto en la comunidad, a través de alianzas con organizaciones sociales y gobiernos locales». En ese sentido, remarcó: «Algunas de las acciones de la compañía son:

Donación a la municipalidad de Rosario: mobiliario, camas y cobertura de AP para voluntarios del Hospital Modular de Emergencia, emplazado en el Hipódromo por la Municipalidad de Rosario.

Apoyo al programa de emergencia del Banco de Alimentos de Rosario para abastecer comedores de 500 organizaciones sociales de Rosario durante 4 meses.

Donación a la Cruz Roja para apoyar el programa #ArgentinaNosNecesita que persigue como objetivo ampliar la capacidad instalada con los requerimientos de terapia intensiva en distintos centros hospitalarios públicos y privados del país.

Aporte a proyecto de investigación para el desarrollo de un dispositivo de emergencia respiratoria para Covid-19 de bajo costo, con afectación específica para dichas afecciones, utilizando componentes industriales ampliamente disponibles que permiten la rápida escalabilidad de la solución.

Los Hacedores en Casa: el 27 de abril se lanzó la campaña de recaudación de fondos para contribuir a la campaña 'Una Sala Hinchada', impulsada por GDFE y los clubes de la AFA que contribuye con la adquisición de kits de alimentos y de higiene personal destinados a Cáritas y a la Red Nacional de Bancos de Alimentos. La campaña se inició con la donación del 20% de los honorarios de abril, mayo y junio de la Junta Directiva de Grupo San Cristóbal, a lo que se sumaron los aportes voluntarios de todos los colaboradores del grupo y de los productores de San Cristóbal y Asociat. Al total recaudado se sumó una suma igual aportada por el programa de RSC del Grupo.

En conjunto con otras aseguradoras se realizó un aporte para que, a través de AUDEA (Asociación Uruguaya de Empresas Aseguradoras), se realicen donaciones tanto para la compra de canastas de alimentos destinadas a sectores más críticos, como a la iniciativa 'Unidos por ellos' que apoya al personal de la salud mediante compra de sets de protección».



▲ Exequiel Arangio, Jefe de Comunicaciones y Sust. de Grupo San Cristóbal



SABEMOS DIFERENCIARNOS A TRAVÉS DE UN SERVICIO INTEGRAL, FLEXIBLE Y CON TECNOLOGÍA DE PUNTA



AYUDAMOS A NUESTROS CLIENTES
en la toma de decisiones, con un servicio a medida
y una atención de postventa de excelencia

Esmeralda 719 7º Piso
Ciudad Autónoma de Buenos Aires
Tel: 4393-0110 (líneas rotativas)
info@dcsistemas.com.ar
www.dcsistemas.com.ar

DC SISTEMAS
TECNOLOGÍA ASEGURADORA

CORE DE NEGOCIO
ERP INTEGRADO
ANALYTICS
PORTAL WEB

Seguros
ORBIS

CON
**ORBIS
SEGUROS**
MI CASA ESTA SEGURA
DIEGO SCHWARTZMAN

WWW.ORBISSEGUROS.COM.AR

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACION



➔ A su turno **Silvina Vazón, Miembro del Consejo de Administración de Río Uruguay Seguros y Responsable de la Gestión de RSE**, destacó que la empresa continuó funcionando con normalidad, puesto que venía transitando un proceso de digitalización que le permitió dar continuidad de servicio a sus asegurados, con el capital humano comprometido y trabajando home office.

«Hubo una decisión política de implementar esta forma de trabajo antes del decreto que estableció el aislamiento preventivo para cuidar a nuestra gente», enfatizó, y especificó las acciones que RUS lleva adelante:

- «Respecto a los asegurados: Implementamos y difundimos las formas de contacto con la empresa, la utilización de nuestras aplicaciones y plataformas, procurando dar respuesta a toda consulta y facilitar la toma de contacto con RUS.

- Mantuvimos un vínculo continuo con nuestros PAS para que puedan continuar con sus ventas y cobro de comisiones con normalidad, a pesar de que en la primer etapa se dificultaron las



▲ Silvina Vazón, Miembro del Consejo de Administración de RUS y Resp. de RSE

cobranzas para las aseguradoras en comercios creados a ese fin, dado que no podían abrir sus puertas al público, por eso extendimos las coberturas para dar tranquilidad a nuestros asegurados.

- Continuamos participando de espacios que promueve Naciones Unidas para empresas firmantes del Pacto Global para focalizarnos en **trabajar por los Objetivos de Desarrollo Sostenible**. Estrechamos vínculos a nivel nacional participando en el Foro Ejecutivo de Mujeres en el Seguro, en SSN y con ONU Mujeres Argentina para trabajar la **temática de equidad de género atendiendo a que hemos adherido a los Principios de Empoderamiento de la Mujer**.

- A nivel local colaboramos con el Hospital J.J. de Urquiza junto al Instituto Nacional de Tecnología Industrial, **donando solución hidroalcohólica para manos**; y con comedores ubicados en barrios vulnerables junto a Desarrollo Social del Municipio de C. del Uruguay **donando alimentos y útiles escolares**.

- Contribuimos difundiendo campañas solidarias que buscan paliar las consecuencias del aislamiento y de la pandemia a nivel local y nacional.

- Trabajamos junto a la UTN (Universidad Tecnológica Nacional, Facultad Regional de C. del Uruguay) **con una Impresora 3D para donar viseras para la protección de personal de la salud que hemos entregado en centros médicos diversos** e incluso en bancos que fueron las primeras instituciones que abrieron sus puertas para atender al público».

Por su parte, **María Martha Deleonardis, Subgerente de Negocio Responsable de BBVA en Argentina**, informó que **la empresa aportó \$ 21 millones a las campañas que llevan adelante la Cruz Roja y 'Seamos Uno'**.

«El aporte a 'Seamos Uno' es de \$10 millones a través de una **donación directa**. Esta iniciativa conjuga a entidades y organizaciones religiosas, sociales y empresarias que en coordinación con ➔



▲ María Martha Deleonardis, Subgerente de Negocio Resp. de BBVA Argentina

aacms
ASOCIACION ARGENTINA DE COOPERATIVAS
Y MUTUALIDADES DE SEGUROS

stop loss
bureau de reaseguros s.a.



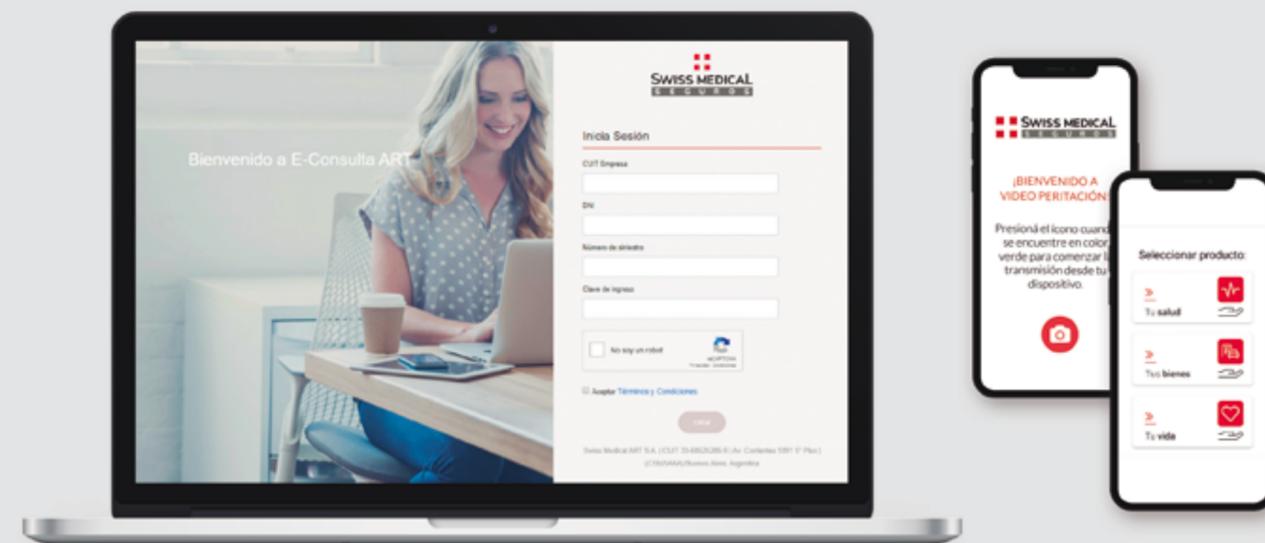
Reaseguradores Argentinos SA

FINALLOSS S.A.
de Mandatos y Servicios

Porque creemos en la sana competencia
basada en la solidaridad, la honestidad y
la solvencia técnica,
hemos logrado consolidar nuestra pujante realidad

¡AUTOGESTIÓN!

Con **nuestras herramientas digitales** tus clientes simplifican sus gestiones y vos, crecés con nosotros.



➤ App para Clientes

Consultas, denuncias y otros trámites, desde su dispositivo móvil.

➤ App para Trabajadores

Acceso a turnos, traslados, farmacias, credencial provisoria, información de pagos y más.

➤ Video Peritación

Inspección de siniestros de auto y hogar más fácil, por medio de una App.

➤ E-Consulta ART

Consulta médica online para facilitar la recuperación de los trabajadores.

Hacemos las cosas **más simples**.

www.swissmedicalseguros.com



SWISS MEDICAL
SEGUROS

SMG COMPAÑÍA ARGENTINA DE SEGUROS S.A. CUIT 30-50003196-0. AV. CORRIENTES 1865 PLANTA BAJA (C1045AAA) BUENOS AIRES, ARGENTINA | SMG LIFE SEGUROS DE VIDA S.A. CUIT 30-68584340-0. ARENALES 1826 (C1124AAB) BUENOS AIRES, ARGENTINA | SMG LIFE COMPAÑÍA DE SEGUROS DE RETIRO S.A. CUIT 30-70096480-5. ARENALES 1826 (C1124AAB) BUENOS AIRES, ARGENTINA | SWISS MEDICAL ART S.A. CUIT 33-68626286-9. AV. CORRIENTES 1891 5° PISO (C1045AAA) BUENOS AIRES, ARGENTINA.

Nº de inscripción en SSN
0002/0580/0710/0605

Atención al asegurado
0800-666-8400

Organismo de control
www.argentina.gob.ar/ssn

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN



RSE



▲ María de la Paz Lado, Gerente de Adm. y Finanzas, y Resp. RSE de Afianzadora

el Estado ayudarán a los sectores vulnerables de la sociedad durante la urgencia derivada de la pandemia. Tiene como objetivo cubrir las necesidades de 4 millones de personas a través de cajas de alimentos y productos de higiene.

La colaboración a la Cruz Roja también es de \$10 millones destinados a la campaña 'Argentina nos necesita', una iniciativa solidaria que canaliza donaciones con el objetivo de fortalecer la capacidad de respuesta de la Salud Pública y privada ante el crecimiento del Coronavirus, en coordinación con el Ministerio de Salud de la Nación», amplió la ejecutiva.

«Adicionalmente a estos aportes directos, BBVA permitió que los 6.300 colaboradores participen a través de 'Tu donación vale doble', donde por cada peso argentino aportado en forma voluntaria por un empleado de la entidad, la compañía sumará el mismo importe como contribución a la campaña», sumó.

Continuando la rueda de las entrevistas, Pablo Tablón, Gerente de Recursos Humanos y Responsable de RSE de Triunfo Seguros, subrayó que «desde la empresa intentamos continuar con el plan de RSE, no solo con las acciones filantrópicas sino manteniendo y reforzando el vínculo con nuestros distintos públicos», y también detalló las acciones que llevan adelante:

- «Presencia solidaria: Mediante cuotas sociales y donaciones a diferentes instituciones, en algunas conservando la misma cuota y en otras dividiendo las cuotas para que en todos los meses les llegara un aporte.

- Respecto a nuestro público interno:
 - Pudimos cumplir con las disposiciones tributarias sin modificar los salarios.
 - Reforzamos un canal de comunicación permanente con todos los colaboradores del país.
 - Quedando un 100% bajo modalidad home office.
 - Desde RR.HH. se instrumentó un canal de apoyo y de comunicación para aquellos que necesitaban una contención especial.
 - Continuamos capacitando a nuestros colaboradores ya sea con propuestas internas o externas.



▲ Pablo Tablón, Gerente de RR.HH. y Responsable de RSE de Triunfo Seguros

- Respecto a nuestros Clientes:
 - Se mantuvieron los circuitos para que recibieran total atención y respuesta de la mejor manera posible, llevando a la digitalización de todos nuestros procesos. En diversos canales oficiales de la compañía, pudimos informar nuestros nuevos mecanismos.
 - Se aplicaron descuentos en pólizas de RC de hasta un 30% sobre el valor del casco para evitar las bajas.
 - Seguimos manteniendo los procedimientos de transparencia mediante todos nuestros canales, desde la entrega de la póliza digital hasta la publicación de los mecanismos para atención de reclamos.
 - Conforme obtuvimos flexibilización para la reapertura de filiales, se implementó un sistema de turnos para agilizar la atención y cumplir con las medidas preventivas frente a la pandemia.

- Tanto el sector de prevención de lavado de dinero como auditoría, siguieron trabajando en conjunto con las actualizaciones de estos temas dispuestos por la SSN y la UIF.

- Con nuestros proveedores, seguimos manteniendo los procedimientos para garantizar una compra justa y una equidad de ofertas.

- En relación con el medio ambiente, continuamos con la digitalización de la póliza y durante estos meses se activaron procesos de cobranza y pagos mediante medios digitales, llevando a una reducción del más del 50% del uso de papel.

Finalmente, llegó el momento de María de la Paz Lado, Gerente de Administración y Finanzas, y Responsable de RSE de Afianzadora Latinoamericana, quien expresó que la compañía cuenta con una amplia trayectoria solidaria, participando activamente en eventos que buscan financiar a aquellas instituciones que protegen al prójimo más vulnerable. «A raíz de la pandemia, Afianzadora apuntó hacia una acción con doble propósito. Por un lado, fortalecer el vínculo con las familias de todo el personal, y por otro, hacerle frente a la emergencia sanitaria.

Se incentivó a nuestros niños y niñas a responder a través de un dibujo, la consigna: ¿Qué harías si pudieras salir de tu casa? Por cada dibujo, la compañía donó máscaras de protección realizadas en impresora 3D a instituciones públicas de la salud. La campaña fue todo un éxito y se donaron, en una primera fase, más de 100 protecciones para el staff permanente de guardia del Hospital Dr. Torcuato Álvarez y del Hospital del Niño de San Justo.

En la misma línea, donamos a la Fundación PIER 1.000 barbijos, 500 camisolines y 500 cofias, cuya compra fue realizada a una cooperativa seleccionada por su alto impacto positivo en el ámbito social de incumbencia», expuso la especialista.

En nuestra próxima edición, los ejecutivos analizarán cómo se posicionan en relación a sus distintos grupos de interés, la manera en la que repensaron las necesidades, los cambios que han hecho en su estrategia de RSE a causa del COVID19, y anticiparon las acciones futuras. ●

Breves de Informe

Orange Time de LIBRA llega al interior del país atendiendo la demanda de los PAS



● Luego de su lanzamiento en el mes de abril para el Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA), Orange Time, la innovadora forma de asegurar automóviles creada por LIBRA Seguros, se extiende a ciudades como Córdoba, Mendoza, Rosario y Salta, consolidando el plan estratégico de la compañía para el año en curso pese al difícil contexto que vive el país.

«Desde que Orange Time se puso a disposición de los Productores Asesores, hace poco más de dos meses, tuvimos una amplia recepción e interés alcanzando un nivel récord de altas de PAS en la compañía, demostrando que el mercado requiere productos innovadores acordes a los tiempos que corren», comentó Yoel Rangel, Gerente Comercial de LIBRA Seguros, quien destacó la posibilidad de seguir ampliando la cobertura geográfica de este exitoso seguro.

A través de esta modalidad, cada seguro se adapta a la necesidad y tiempo de uso del vehículo por parte de cada asegurado. De esta manera, se puede alcanzar un ahorro de hasta el 40% en el valor del seguro y, con total transparencia, el asegurado puede monitorear su consumo diario y cuánto lleva acumulado como costo de su cobertura de seguro utilizando la App exclusiva de LIBRA Seguros. Y todo ello, manteniendo en todo momento su vehículo asegurado. Los nuevos tiempos y los que vendrán requieren tanto de la innovación como de estar alineados a las más recientes tendencias de consumo.

Sancor Seguros impulsa una capacitación intensiva para continuar profesionalizando a su cuerpo de ventas

● En el marco de su programa DALE Innovación, Sancor Seguros anunció el comienzo de la primera edición de un ciclo de cursos online sobre Marketing Digital, dirigido especialmente a sus Organizadores más grandes y con presencia en plataformas virtuales (sitio web y redes sociales). Este trayecto formativo, que continúa la capacitación brindada en el segundo semestre de 2019 bajo el programa DALE Líderes, tendrá una duración de dos meses, abordando cuatro módulos de la mano de profesionales de prestigiosas universidades: Redes sociales, Marketing de contenidos, Facebook e Instagram Ads, y Google Ads.



Cada módulo constará de una clase teórica y una práctica. «De esta forma, continuamos estando cerca de nuestro cuerpo de ventas; en esta ocasión, mediante una forma de profesionalización diferente, más intensa y exclusiva», señaló Osiris Trossero, Director de RRPP y Servicios al Productor Asesor de Seguros del Grupo Sancor Seguros. Cabe recordar que DALE Innovación tuvo su estreno el año pasado con una jornada sobre metodologías ágiles y talleres destinados a construir el PAS del futuro en el seno de Sancor Seguros. Tanto esta propuesta como DALE Líderes forman parte del programa paraguas DALE (Desarrollando Alas en la Empresa), que nuclea todas las iniciativas de la aseguradora destinadas a sus Productores Asesores. Dentro del mismo también se encuentran:

- DALE Continuator, un programa destinado a jóvenes continuadores de cartera, en cuyo marco se realizan acciones que permitan facilitar la transición generacional en el seno de las Organizaciones de PAS y seguir estrechando vínculos con sus miembros. Actualmente, para este público, se realizan webinarios a cargo de especialistas sobre temas como planificación estratégica, fidelización de clientes y herramientas digitales.

- DALE Nóveles, iniciativa que tiene como fin captar nuevos talentos y está dirigida a personas recién recibidas en las carreras de Productor Asesor de Seguros, quienes podrán incorporarse al negocio y a la cultura del Grupo Sancor Seguros.
- DALE Magazine, una revista digital que en cada edición aborda novedades comerciales e institucionales, al tiempo que ofrece notas de interés general (tecnología, turismo, cultura, management, etc.). Además, Sancor Seguros cuenta con Portal PAS, que en palabras de Trossero, «es la plataforma más completa e innovadora del mercado que ayuda a nuestros Organizadores a hacer un diagnóstico de su cartera de clientes y ver su potencialidad de crecimiento, contribuyendo a que se transformen en líderes de sus respectivas zonas de actuación». Allí, los PAS tienen a su disposición materiales de comunicación, kits digitales, herramientas de análisis de cartera y segmentación de clientes, servicio de email marketing, entre otras funcionalidades.

«El principal compromiso que tenemos con nuestro cuerpo de ventas es lograr aumentar su competitividad en los mercados actuales, contribuyendo a agregar valor a su gestión comercial y operativa. Todas estas iniciativas hablan a las claras de cuán firme es ese compromiso para nuestra empresa», concluyó el funcionario.

Orbis Seguros mejora los Límites de Cobertura



● Desde el 1° de julio, Orbis Seguros mejora los límites de cobertura, llevando las pólizas CO a \$ 15.000 en cristales y en las CS a \$ 15.000 en cristales y \$ 30.000 en granizo. De esta manera, la Aseguradora continúa adaptando sus condiciones para poder mantener sus productos en condiciones de alta competitividad. Orbis Seguros está siempre junto a sus productores.

100 días de Cuarentena, los efectos del aislamiento en la salud mental según Mercer Marsh



- Un estudio de Mercer Marsh Beneficios revela que solo el 23% de las empresas en Argentina ofrece recursos o planes de acción para la salud mental de sus empleados y que el 9% de las compañías ha llevado a cabo algún estudio para medir u obtener data sobre el tema.
- El confinamiento puso a prueba la capacidad de las compañías para proteger la salud mental de sus empleados.

● El confinamiento de millones de personas en sus casas es una de las medidas más drásticas que se tuvo que tomar para tratar de contener la expansión del COVID-19. Además de la resiliencia de las organizaciones, y sus planes de continuidad de negocio, esta situación también puso a prueba la capacidad de las empresas para proteger la salud física y mental de sus empleados. Resulta paradójico que, si bien se requiera el distanciamiento social para contener la propagación del virus y protegerse, el aislamiento también pueda contribuir a un daño en la salud mental a largo plazo. Algunos de los sentimientos más frecuentes que la situación genera son el miedo a salir a la calle y contagiarse, la ansiedad por el estado de salud propio o de seres queridos, la tristeza, la soledad, además de los problemas de convivencia que puede traer.

«Cuando estas preocupaciones existenciales no logran ser dominadas por las personas, empieza a manifestarse a través de sintomatología física: taquicardia, sudoración, temblores, sensación de mareo, problemas gastrointestinales, irritabilidad, impaciencia, insomnio, dificultad en la atención en la concentración, ataques de pánico, son solo algunos de ellos», explica Julieta Doldo, líder de Mercer Marsh Beneficios (MMB) en Argentina.



Una encuesta realizada por MMB demuestra que el 24% de las empresas ha tenido que atender algún problema relacionado con el estrés de sus empleados estos últimos meses. Por otro lado, el 17% de ellas puso en marcha una encuesta para entender el sentir y pensar de los empleados, y el 16% desarrolló un programa de apoyo para sus empleados. Aun así, esta situación lleva a preguntarse: ¿Cuán preparadas estaban

de antemano las empresas en Argentina para proteger la salud mental de sus empleados frente a una crisis?

Según datos del Estudio Regional de Tendencias en Salud Mental realizado por MMB en el 2019, solo el 23% de las empresas en el país ofrece recursos o planes de acción para la salud mental de sus empleados. Los más comunes son los programas de reincorporación laboral post accidente o enfermedad (60%); políticas de prevención de violencia y acoso en el trabajo (40%); programas de prevención del abuso de alcohol y sustancias proactivas (40%); coaching y apoyo profesional (40%); entrenamiento a líderes y supervisores en manejo de temas de salud mental (40%).

Al respecto, el líder de MMB Argentina sostiene: «El 92% de las empresas cuenta con un beneficio de cobertura plan médico privado que incluye la asistencia de salud mental, pero el hecho de tener una buena cobertura no implica que el empleado goce de una buena salud mental». Son muy pocas las compañías que cuentan con algún tipo de información relacionado a este tema, ya que solo el 9% ha llevado a cabo en los últimos años algún estudio que les permita medir la salud mental de sus empleados y obtener data. Entre las razones más comunes por las cuales las compañías deciden desarrollar dichas estrategias se encuentran: mejorar el clima laboral de la organización midiendo el nivel de estrés (38%); mitigar el ausentismo y la reducción de la proactividad (38%); razones legales y regulatorias (31%), como parte de la estrategia del programa de bienestar (25%), desarrollo de indicadores de la gestión de los líderes (25%), mejorar la percepción de la prevención de salud de los trabajadores (13%).

El estudio remarca las carencias y la importancia de seguir fortaleciendo programas y políticas estructuradas, campañas de educación, soluciones digitales que permitirían acceder a terapias y cuidado de la salud mental virtualmente, que permitan mantener la confiabilidad del empleado. Las empresas deberían incluir los temas relacionados con la Salud Mental en sus Programas de Bienestar de forma integral con el resto de los Programas, para poder hacer un seguimiento con regularidad. «Existe un largo camino por recorrer en Argentina que permita remover el estigma a través de programas de comunicación a los empleados sobre concientización de la importancia de la salud mental, hoy vital frente a una pandemia», concluye Doldo.

La crisis del COVID-19 pasará y en algún momento volveremos a nuestros viejos hábitos laborales. Mientras tanto, tenemos una oportunidad para mejorar y profundizar en este aspecto del activo más importante que tienen las empresas: las personas.



Grupo BAIONI



<http://www.grupobaioni.com>



Atención al asegurado
0800-666-6400

La Perseverancia Seguros incorpora innovación en sus servicios de Videoconferencias y Whatsapp

© La Perseverancia Seguros es la primera compañía del mercado asegurador argentino en implementar un nuevo sistema de atención por videoconferencia. Los asegurados y otros interesados pueden solicitar atención con turno previo para concurrir de forma presencial a sus oficinas o para ser atendidos de forma virtual a través de una plataforma de videoconferencia. De esta forma, a pesar de la distancia, la empresa como siempre continuará brindando el trato cordial y personal a sus asegurados y colaboradores. La preocupación por continuar teniendo esta cercanía que la distingue la ha llevado a implementar un sistema de atención virtual que se suma al presencial ya existente. Desde el pasado lunes 22 de junio, todos los interesados pueden solicitar turno ingresando en la página web, haciendo click en el botón que está disponible en el banner de la página principal o ingresando a www.ips.com.ar/turnos. En caso de que elijan la modalidad de entrevista virtual, se les compartirá el link para que se unan a la videoconferencia en el horario en el que tengan asignado el turno. Si eligen en cambio la modalidad presencial, los esperan en las oficinas en el horario acordado. Adicionalmente, y ya desde el mes de marzo, La Perseverancia Seguros ha sumado a los canales de comunicación ya existentes con sus asegurados y colaboradores los mensajes por Whatsapp, de este modo amplifica su comunicación de manera rápida y eficiente. Los asegurados pueden realizar por este medio consultas generales y sobre el estado de los siniestros. La Perseverancia sigue trabajando a la vanguardia de la tecnología para brindar más y mejores servicios.

La Asociación Argentina de Compañías de Seguros designó un nuevo Director Ejecutivo

© Gustavo Trias fue designado Director Ejecutivo de la Asociación Argentina de Compañías de Seguros -AACS-, la cual está integrada por las principales aseguradoras del país. Profesional con más de 30 años de trayectoria en la industria aseguradora, se desempeñó como Gerente General y CEO de Nación Seguros; trabajó en la Dirección de Siniestros de San Cristóbal Seguros y fue Director de Siniestros de Zurich Seguros. También ocupó cargos en la alta dirección de AGF Allianz Argentina, Allianz Chile y HSBC Seguros La Buenos Aires.

Cursó estudios en Ciencias Políticas, Técnica en Administración del Seguro, Counseling y, además, completó dos Programas de Desarrollo de Gerentes y Líderes en las Universidades Torcuato Di Tella y San Andrés.

Prevención Salud incorporó nuevas tecnologías que redundan en una mejor atención a sus afiliados

Prevención Salud
de SANCOR SEGUROS

© Nacida en el año 2014, Prevención Salud, de Sancor Seguros, se destaca no solo por hacer honor a su nombre poniendo el acento en la gestión preventiva, sino también por ser la única prepaga nativa digital del mercado. En línea con esta condición, la empresa acaba de anunciar la implementación de tecnologías que le permitieron robotizar más de 30 procesos, liberando recursos para el desarrollo de tareas de mayor valor agregado y dejando más tiempo disponible para continuar mejorando la atención y experiencia de los afiliados. En efecto, con la crisis generada por la pandemia de COVID-19, Prevención Salud se inclinó por herramientas de automatización que permitan garantizar el distanciamiento social y, al mismo tiempo, facilitar un primer contacto eficiente con el público, sin limitar ni detener sus procesos internos. Entre los procesos alcanzados se encuentran la liberación de órdenes de pago, la emisión de notas de crédito y la actualización de planes. Además de la RPA (Robotic Process Automation), la prepaga aplicó soluciones de productividad de Microsoft para mejorar la experiencia del afiliado, del prestador y del capital humano. La aplicación de estas tecnologías ágiles permitió, entre otros aspectos, reducir los tiempos de atención telefónica, optimizar plazos de gestión de cotizaciones de compra e implementar, en tiempo récord, un monitoreo exitoso de la experiencia del empleado desde trabajo remoto. Estas nuevas implementaciones se suman a una gran cantidad de servicios digitales con los que cuenta Prevención Salud. Entre ellos, se destacan el sitio de autogestión *MI Salud Online*, que permite realizar un gran número de trámites y gestiones en cualquier momento y lugar; el servicio de *Óptica Digital*, para adquirir anteojos con importantes descuentos, envío gratuito a domicilio y 6 meses de garantía; y numerosos canales de consulta que brindan respuestas rápidas y concretas, incluyendo la línea 0810 888 0010, redes sociales y mail. Por otra parte, con motivo de la cuarentena y para evitar que los afiliados deban moverse de sus hogares, la empresa continúa brindando servicios afines al contexto actual, como el *Consultorio Médico Virtual*; Receta Digital para Anticonceptivos, Hipotiroidismo y Patología Mamaria; validez para presentar en farmacia de las recetas que el médico/a envíe por WhatsApp o mail; cobertura de consultas virtuales de psicología y psiquiatría; y mayor flexibilidad en la actualización de situaciones terapéuticas, simplificando los trámites para acceder a medicamentos sin tener que acercarse a un centro de salud. «Cada vez somos más tecnológicos para ser más humanos. Vamos a seguir sumando mejoras y soluciones para hacer todo más fácil y acompañar a nuestros afiliados, adaptándonos a sus necesidades», concluyeron desde Prevención Salud.

Breves de Informe

Seguros Rivadavia lanza una nueva línea de productos para bicicletas



© Inmersa en un mercado en constante evolución y respondiendo a las necesidades y demandas de sus productores y clientes, Seguros Rivadavia lanzó una línea de seguros enfocada en los usuarios de bicicletas, que comercializará activamente en todo el territorio nacional. Teniendo en cuenta los hábitos y tendencias de la sociedad en cuanto al cuidado del medio ambiente, intentando reducir la contaminación; de la salud, realizando actividad física de manera frecuente; como así también de preservación de la economía personal, disminuyendo los costos asociados al uso de otros vehículos o del transporte público, Seguros Rivadavia incorporó nuevas coberturas para bicicletas, a fin de mantenerse a la vanguardia en lo que respecta a brindar protección y seguridad para uno de los medios de transporte más accesibles y utilizados en la actualidad. El primero de los nuevos planes, denominado «Bici Total», es un producto cerrado, de contratación ágil y sencilla, que presenta dos opciones de cobertura diferentes, ofreciendo sumas aseguradas de Pérdida Total por Robo, Accidentes Personales y Responsabilidad Civil. En una categoría superior, se encuentra «Bici Max», un producto totalmente flexible y adaptable a las necesidades del asegurado, que cuenta con una amplia variedad de coberturas, con alcance en la República Argentina y el resto del mundo, incorporando como opcionales el Robo de Efectos Personales, el Robo de Equipos Electrónicos Portátiles y los Daños a la Bicicleta. Por su parte, como producto más destacado dentro del ramo y destinado a aquellos clientes más exigentes, que demandan una sólida protección frente a múltiples riesgos, el plan «Bici Pro» está especialmente diseñado para ciclistas que participan en competencias amateurs, con mayor flexibilidad en las sumas asegurables y también con coberturas a medida. Todos los productos ofrecen, a su vez, importantes beneficios y servicios adicionales, como ser traslado por avería de la bicicleta; asistencia por rotura de neumático; reintegro de medicamentos como consecuencia de intento de robo; envío de taxi o remis para traslado a domicilio a causa de robo; envío de ambulancia hasta el centro médico más cercano en caso de accidente; cambio de cerraduras por robo; envío de taxi o remis hasta la dependencia policial más cercana en caso de robo; reembolso de gastos de DNI por robo; asesoramiento legal ante el robo o accidente sufrido; conexión con centros de reparación de bicicletas; entre otros. Con el aditamento de estas nuevas coberturas y servicios, Seguros Rivadavia dispone hoy de una variada gama de productos para el segmento, poniendo a disposición de sus asegurados la elección de la alternativa de protección que mejor se adecue a su situación particular y a un precio sumamente competitivo.

Con la coordinación de Sancor Seguros, se lanzó el Grupo de Sustentabilidad de ICMIF Américas

© ICMIF Américas (Federación Internacional de Cooperativas y Mutuales de Seguros) inauguró un nuevo Grupo de Trabajo. El mismo, enmarcado en la Agenda 2030 y en los temas de sustentabilidad de las cooperativas de Seguros, es coordinado por Betina Azugna, Gerente de RSE de Sancor Seguros. Este equipo está conformado por funcionarios de Cooperativas y Mutuales de Seguros de Argentina, Paraguay, Uruguay, Brasil, Costa Rica, Colombia, El Salvador, Panamá y Honduras, y el anfitrión es ICMIF a través de Catherine Hook, Vicepresidenta de Relaciones Internacionales. El grupo tendrá entre sus objetivos: identificar indicadores y métricas comunes para informar sobre la contribución de las aseguradoras cooperativas y mutuales a la Agenda 2030 de las Naciones Unidas, debatir temáticas actuales en el marco de la Sustentabilidad, alentar a los miembros latinos de la ICMIF Américas a integrar y/o potenciar la sustentabilidad en su estrategia y compartir las mejores prácticas basadas en la sustentabilidad, entre otros.

«La crisis actual hace que la configuración de este grupo de trabajo sea muy oportuna para examinar la articulación entre los criterios ESG y las formas cooperativas y mutuales. Mutuales y Cooperativas tienen una responsabilidad a largo plazo con sus miembros-asegurados, así como con las comunidades donde tienen su sede. Han estado particularmente presentes en la crisis causada por Covid-19», comentó Catherine Hook desde ICMIF.

«Las cooperativas y mutuales son un modelo de empresa con valores totalmente alineados con la Agenda 2030. Este espacio de colaboración que se ha formado nos va a permitir medir y potenciar el impacto a nivel regional y ser un motor de acciones colectivas en favor de una mayor contribución a los ODS», mencionó Betina Azugna desde Sancor Seguros.

Juan Carlos Godoy habló sobre la transformación digital de RUS en el evento virtual IBM «Change Experience»



© El jueves 25 de junio, IBM realizó «Change Experience» un encuentro virtual de entrevistas a referentes de diferentes empresas para dialogar sobre el proceso de transformación digital en tiempos de pandemia, del enfoque en la experiencia del cliente para construir nuevos modelos de negocio, del valor de la culturalización organizacional, entre otros aspectos. De este ciclo de entrevistas participó Juan Carlos Lucio Godoy, Presidente Ejecutivo de Río Uruguay Seguros, quien habló de «La transformación en la industria de seguros», poniendo como ejemplo el caso de RUS que comenzó con el cambio digital años antes y que, una semana previa al anuncio del aislamiento social obligatorio impuesto por el Gobierno Nacional, ya contaba con todo su personal trabajando en forma remota, cada uno desde sus casas, desde los distintos puntos del País.

En base a esto, Godoy afirmó que en este contexto actual «el desafío fue la audacia» y que si bien la tecnología permitió gran parte del proceso de transformación hacia lo digital, éste no hubiera sido posible sin una «preparación previa y una capacidad cultural para adaptarse a ella». Asimismo, el presidente de RUS destacó que la compañía cuenta con un software propio que se fue perfeccionando con el tiempo con la incorporación de nuevas herramientas y soportes. Eso es lo que hace que hoy RUS tenga «esta vertiginosa forma de trabajar» que tiene a la holocracia como mecanismo nuevo de funcionamiento acompañada de un cambio cultural. «Nuestra empresa no es autocrática, no es vertical. Es horizontal, holocrática, es una empresa de coordinaciones y no de gerencias, donde todo el mundo colabora en equipos y eso hace que la rapidez sea mucho mayor todavía», señaló Juan Carlos Lucio Godoy, quien además añadió que esta pandemia «nos ha transformado en lo humano, nos coloca en otra mente, nos hace mucho más comprensivos, y esto es una ventaja porque igual». Finalmente, Godoy resaltó que gracias a los nuevos instrumentos tecnológicos, la automatización de los procesos, la culturalización y el trabajo en equipo permitieron que «lo que parecía muy complejo terminara siendo muy sencillo», ya que esas fueron cuestiones en las que la empresa venía trabajando hace un tiempo, pensando e implementando los recursos necesarios para crecer y brindar mejores soluciones y de calidad a los clientes.

Cabe mencionar que IBM «Change Experience» estuvo moderado por Sebastián Campanario, periodista y economista; y Martina Rua, periodista especializada en Tecnología e Innovación, quienes además del caso de RUS abordaron temas de digitalización e innovación con representantes de Telecom, Naranja, Día y Santander.

Orbis Seguros lanzó un nuevo producto, «TRO»

© Orbis Seguros lanzó un nuevo producto denominado «TRO», un seguro de Todo Riesgo Operativo pensado y elaborado para aquellas empresas de gran envergadura. El seguro TRO incluye daños materiales a los que se le pueden incorporar coberturas adicionales como: Huracán, vendaval, ciclón y/o tornados (HVCT); Granizo; Gastos extraordinarios; Gastos por remoción de escombros; Cobertura de bienes en curso de construcción; Inundación; Daños materiales, equipos electrónicos y/o equipos de procesamiento de datos; Cristales.



Además, contempla la interrupción de la explotación con pérdidas de beneficios generada por este tipo de siniestros.

- TRO es de simple administración mediante la emisión de una póliza que cubre todos los riesgos y, para ello, la Compañía proporciona un asesoramiento personalizado que permite ajustar convenientemente las coberturas.
- TRO no tiene coberturas obligatorias y tiene descuentos en el costo de las coberturas integrales, con condiciones que permiten realizar «mejoras» y aplicar bonificaciones en la renovación de la póliza.
- También, TRO tiene una estructura de comisión expresada sobre el premio para que cada PAS pueda estimar rápidamente la comisión como para comparar con facilidad con otras alternativas.

Para TRO, Orbis cuenta con un Servicio de Ingeniería de Riesgos en todo el país con profesionales especializados que podrán hacer una valuación de los activos de la empresa dentro de las 72 horas, lo que permite presentarle al cliente una cotización rápida, simple y ajustada a valores reales.

Nueva app Asociart Mobile Clientes



© Con el objetivo de hacer más simple y fácil los trámites y gestiones de los Clientes, Asociart lanzó una nueva app, Asociart Mobile Clientes. A través de esta herramienta de autogestión, que fue diseñada a partir de la experiencia y las necesidades de los usuarios, desde un teléfono es posible: Emitir certificados; Descargar Póliza Digital; Consultar siniestros; Visualizar el estado de cuenta; Emitir y compartir por whatsapp credenciales personalizadas para los trabajadores; Consultar el mapa de centros médicos propios, farmacias y sucursales, entre otras prestaciones.

Al respecto Diego Alvarez, Gerente General de Asociart, comentó: «Este lanzamiento es un nuevo servicio de ASOCIART, que permanentemente demuestra ser una compañía innovadora y que se anticipa a los cambios en el comportamiento del mercado».

De este modo, Asociart se mantiene a la vanguardia en el desarrollo de tecnología aplicada para agilizar y optimizar los tiempos en la gestión de la cobertura de Riesgos del Trabajo. Más información en: https://www.asociart.com.ar/app_clientes/



#28

(Cumplimos 28 Años en Julio 2020)

Hoy más que nunca,
Los invitamos a acompañarnos!

www.informeoperadores.com.ar

informe
operadores de mercado

- Revista digital
- Newsletter quincenal
- Sitio Web

Swiss Medical Seguros y Zetech, socios en la innovación

● **Zetech**, la empresa líder en soluciones en la nube para la firma electrónica y gestión de documentos laborales, realizó una exitosa alianza con **Swiss Medical Seguros**, compañía aseguradora del **Grupo Swiss Medical**. De esta manera, **Swiss Medical Seguros se convirtió en la primera del sector en digitalizar las solicitudes de adhesión a seguros de vida colectivos**, disponibilizándolas a través de **TuRecibo.com**. En el pasado, cada documento debía ser completado en papel, revisado y archivado. La compañía debía controlar la información e ingresarla al sistema de forma manual. En el proceso actual, cada colaborador asegurado o por asegurarse, completa y da conformidad a las solicitudes de manera online. Luego, el equipo de Recursos Humanos de las empresas clientes recibe reportes sobre dichos documentos y los aprueba, mientras que **TuRecibo.com** envía la documentación a **Swiss Medical Seguros** para su registro.

«Esta alianza permite fidelizar a los clientes en común, ofreciéndoles un mejor servicio, dado que antes el procedimiento era en papel. Además permite hacer sinergia en conjunto para que cada vez más clientes usen **TuRecibo.com** y los servicios de **Swiss Medical Seguros**», aseguró **Esteban Zetech, CEO de Zetech**. A futuro, Zetech proveerá mejoras para los distintos productos ofrecidos por Swiss Medical Seguros, como Seguro de Salud, Seguro de Vida Individual con Ahorro, Seguro de Retiro, Seguro de Accidentes Personales y Seguros de Sepelio.

Una alianza con historia
En 2015, **Swiss Medical Group** se asoció con **Zetech** e incorporó **TuRecibo.com** para digitalizar las altas de sus documentos a través de **E-forms** y la firma electrónica. Esta solución permitió gestionar de forma digital procesos que tradicionalmente se hacían en papel, como la entrega y firma electrónica de recibos de sueldos.

Maria Inés Guzzi, Gerente General de Swiss Medical Seguros (División Vida y Retiro), expresó: «Generar un único lugar donde todos los colaboradores confluyen y auto administran su recibo de sueldo trajo ventajas enormes. Desde la logística, la cantidad de personal dedicado al armado y entrega de los recibos de sueldo, y al control de la recepción y la firma de aceptación de esos recibos; hasta los requerimientos que surgen en otros momentos, más allá del mensual. Significó para **Swiss Medical Group** mucho ahorro de tiempo de personal, RRHH, que ahora puede enfocarse en lo importante».

Luego se sumó la gestión de solicitudes de vacaciones, **OnBoarding** digital y legajos online. Finalmente, el Grupo (a través de **Swiss Medical Seguros**), dio un paso más, incorporando las solicitudes digitales de seguros de vida colectivos (solicitudes de adhesión, declaración jurada de salud y designación de beneficiarios). En la actualidad, **TuRecibo.com** es utilizada por más de 11.000 colaboradores de **Swiss Medical Group**, distribuidos en más de 200 localizaciones de todo el país. Entre los principales beneficios de esta implementación, se encuentran:

- Registro digital e información autocompletable por sistema.
- Optimización de tiempos por disminución de tareas administrativas.
- Mejora en la experiencia del cliente.
- Confianza de los procesos y reducción de costos.
- Compromiso con el cuidado del medio ambiente.

«Ciclo de charlas sobre Políticas de Prevención y Detección de Fraudes de LIBRA Seguros

● Históricamente, en las crisis aumentan los intentos de fraude, es por ello que **LIBRA Seguros** tiene una política muy activa al respecto para una mejor gestión y eficacia. Entendiendo que el abordaje de esta problemática no solo recae en la responsabilidad de las empresas aseguradoras, sino también en el relevante rol del PAS como socio de la compañía para el desarrollo de los procesos de prevención, detección y eliminación de fraude. Dentro de un programa de charlas y capacitaciones para Productores Asesores sobre diversas temáticas, **Libra** llevó a cabo la primera presentación sobre «**Prevención y Detección de Fraudes**» con una alta concurrencia e interacción de los PAS. La presentación estuvo a cargo del **Dr. Juan Ignacio Perucchi**, de amplia y reconocida experiencia en el mercado asegurador tanto en el ámbito público como privado.

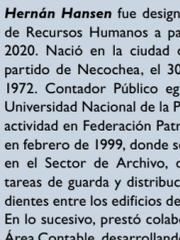
Los contenidos de la disertación se centraron en la descripción de herramientas tecnológicas, técnico jurídicas y en el señalamiento de las distintas instancias y modalidades de fraude. Para quienes no pudieron presenciar la charla, y acorde al éxito de convocatoria, próximamente se comunicarán nuevas fechas de presentación.

En Orbis Seguros capacitan online a sus PAS

● Desde **Orbis Seguros** continúan trabajando para darle más herramientas a todos sus PAS, con un **plan integral de capacitación online**. Desde que comenzó la cuarentena, la Aseguradora ha capacitado a más de 350 PAS en todo el país con un temario muy variado que abarcó diversos aspectos como: «**Aprovechando y generando oportunidades con la cartera de clientes y Retención**»; «**El auto liderazgo en los procesos de cambio - Cómo generar confianza y empatía**»; «**El lado oscuro del vendedor. Las barreras invisibles para el desarrollo profesional**»; «**Cómo generar confianza y empatía / El poder de la argumentación y manejo de objeciones**»; «**Visibilidad comercial en plataformas digitales**»; y «**Generando oportunidades de negocios en tiempos de pandemia. Motivación y actitud positiva en momentos de adversidad**».



● **Adrián Serfaty** fue designado Gerente Comercial a partir de junio 2020. Nació en la ciudad de La Plata el 10 de julio de 1977. Inició su actividad en Federación Patronal Seguros en septiembre de 2000, desempeñando tareas en el Sector de Automotores y en el Centro de Grabación como **Data Entry**, hasta administrar unos de los turnos de trabajo. Desde octubre de 2004, continuó desarrollando tareas en el Departamento del Interior, teniendo contacto con todos organizadores y productores del país. En julio de 2007, se incorporó al Sector de Grandes Cuentas y Licitaciones, que forma parte del Departamento de Reaseguros, dentro del Área Técnica y Comercial. En junio de 2009, pasó a Agencia Avelleda, convirtiéndose en Jefe de la misma en el año 2010. En Agosto de 2019, retorna a Casa Matriz de Federación Patronal Seguros, en el rol de Coordinador de Agencias de la Zona Metropolitana.



● **Hernán Hansen** fue designado Gerente de Recursos Humanos a partir de junio 2020. Nació en la ciudad de La Dulce, partido de Necochea, el 30 de junio de 1972. Contador Público egresado de la Universidad Nacional de la Plata. Inició su actividad en Federación Patronal Seguros en febrero de 1999, donde se desempeñó en el Sector de Archivo, desarrollando tareas de guarda y distribución de expedientes entre los edificios de la compañía. En lo sucesivo, prestó colaboración en el Área Contable, desarrollando distintas tareas de cobranzas y, fundamentalmente, en el Sector de Cajas hasta el año 2005. Luego pasó a ser oficial de cuenta en el Área Comercial La Plata y la Empresa fue incrementando gradualmente sus responsabilidades y en junio de 2012 llegó a ser Jefe de Agencia Quilmes. En Febrero de 2019 fue nombrado Jefe de Recursos Humanos, contando con una trayectoria de más de 20 años en Federación Patronal Seguros S.A.

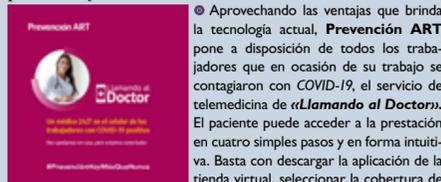
Chubb nombra a Edwin Astudillo Director Regional de Sostenibilidad para América Latina



● **Chubb** nombró a **Edwin Astudillo**, Director Regional de Sostenibilidad, para su operación en América Latina, que incluye a Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, México, Panamá, Perú, Puerto Rico, América Central y el Caribe. Astudillo continuará desempeñándose en su puesto actual como **Presidente de Chubb en Ecuador**, basado en Quito y continuará reportando al **Presidente Regional para América Latina, Marcos Gunn**. En esta posición recientemente creada, Astudillo guiará el desarrollo estructurado de estrategias de sostenibilidad para la compañía en la región, alineadas a los programas de ciudadanía corporativa de Chubb y trabajando estrechamente con los equipos de cada país para desarrollar planes de acción locales. «*En Chubb, reconocemos nuestra responsabilidad de ofrecer soluciones que ayuden a los clientes a gestionar los riesgos ambientales, reducir nuestro propio impacto ambiental y hacer contribuciones significativas a las causas ambientales*», dijo Gunn. «*El liderazgo comprobado de Edwin en el desarrollo de programas de sostenibilidad reconocidos en Ecuador lo posiciona perfectamente para satisfacer las necesidades de la región, y delinear una estrategia clara que ayude a seguir posicionando a Chubb como la compañía sostenible que somos en toda la región*», agregó.

Bajo su liderazgo, Chubb en Ecuador ha publicado un informe de sostenibilidad que cumple con los estándares del **Global Reporting Initiative (GRI)**. Este año, emitirá la décima edición de su informe. Astudillo se unió a Chubb como gerente de la sucursal de CIGNA en Cuenca, Ecuador. Después de la adquisición de CIGNA por parte de ACE, asumió roles con responsabilidades crecientes, comenzando como Gerente Nacional de P&C, Gerente de A&H, Vicepresidente Comercial y Vicepresidente Ejecutivo. En 2006, fue nombrado presidente de Chubb en Ecuador (ACE, en ese momento). Astudillo cuenta con una licenciatura en Ingeniería Comercial y es diplomado en Habilidades Sociales y Negocios de la Universidad de California, en Marketing de la Northwestern University, en Administración de Empresas del IPADE Business School y en Alta Dirección del IDE Business School.

«Llamando al Doctor» ya está disponible para trabajadores con COVID-19



● Aprovechando las ventajas que brinda la tecnología actual, **Prevención ART** pone a disposición de todos los trabajadores que en ocasión de su trabajo se contagiaron con **COVID-19**, el servicio de telemedicina de «**Llamando al Doctor**». El paciente puede acceder a la prestación en cuatro simples pasos y en forma intuitiva. Basta con descargar la aplicación de la tienda virtual, seleccionar la cobertura de **Prevención ART** e ingresar nombre y DNI. La aplicación valida la información y lo conecta con el médico designado para que lo asista en las dudas o consultas que tenga acerca de su estado o el tratamiento indicado. Ante la incertidumbre sobre el devenir del contexto actual y las recomendaciones de quedarse en el hogar y no asistir a centros de salud para evitar la propagación del contagio, esta herramienta lleva tranquilidad al trabajador y a su familia, encontrándose contenidos y con asistencia profesional las 24 horas del día. «*Esta opción es gratuita para el trabajador y, por supuesto, tampoco representa un cargo adicional para la empresa asegurada. De esta manera, garantizamos que todos los pacientes tengan una óptima cobertura a pesar de las circunstancias tan desfavorables en las que nos encontramos*», destacó **Guillermo Davi, Gerente General de Prevención ART**.

Santander y Swiss Medical abren los contenidos de su plataforma de formación a todo el personal sanitario

● Con el fin acompañar a los profesionales sanitarios durante la pandemia, **Santander Argentina y Swiss Medical Group** desarrollaron «**Academia Salud**», una plataforma de formación **100% online** para el personal de la salud. La herramienta contiene cursos sobre los cuidados y terapias principales en pacientes con Coronavirus, contemplando además el desarrollo de habilidades blandas. A través de esta plataforma fueron capacitados más de 1.500 profesionales, y ya se encuentra a disposición de toda la comunidad sanitaria del país de forma gratuita ingresando a **www.academiasalud.com.ar**. Entre los cursos que contiene se destacan: **cuidados de enfermería necesarios para patologías respiratorias o cardíacas, procesos de intubación, oxigenoterapia, electrocardiografía básica, fallas multiorgánicas, alimentación saludable, resiliencia e inteligencia emocional**, entre otros.

Verónica Climent, gerente principal de Gestión de Personas, Inmuebles, Costos y Seguridad, comentó: «*En este contexto, desde Santander queremos ser parte de la solución. Nos llena de orgullo este proyecto que busca contribuir con la formación de los profesionales sanitarios, que son los que se exponen y nos cuidan a diario*». Por su parte, **Alejandro Salvezza, director de Recursos Humanos de Swiss Medical Group**, afirmó: «*La alianza Swiss Medical Group - Santander es un claro ejemplo de que los entornos de trabajo y aprendizaje colaborativos son posibles y demuestran que cuando dos grandes se unen por un objetivo común, salen cosas muy buenas*».

En este proceso, se apuesta a difundir esta plataforma en distintas organizaciones del sector de la salud para alcanzar al profesional como destinatario último de la iniciativa, así como a sumar otros aportes a este esfuerzo colectivo.

Seguros Rivadavia continúa con su labor solidaria en épocas de pandemia

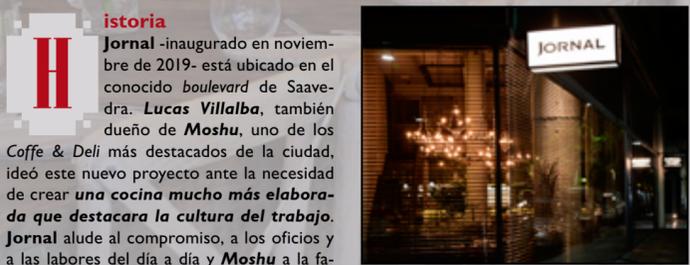


● Frente a la difícil situación económica y social que se encuentra atravesando nuestro país ante la propagación de la pandemia generada por el virus COVID-19, y manteniendo su cruzada solidaria en pos de brindar ayuda en aquellas zonas más afectadas y vulnerables, **Seguros Rivadavia** concretó la entrega de nuevos donativos. En tal sentido, en este último tiempo, se proveyeron fundamentalmente materiales e instrumentos de seguridad y protección destinados al personal médico y trabajadores de la salud, pertenecientes a hospitales y centros sanitarios de diferentes provincias. Entre los principales, se destacan la distribución de **más de cinco mil barbijos, cientos de camisolines hemorrepeles descartables, mascarillas de protección respiratoria, mameculos laminados descartables, pistolas termómetro digital infrarrojo para medir la temperatura corporal, guantes descartables y gran cantidad de alcohol en gel**. Algunas de las instituciones receptoras fueron el Hospital de Niños Dr. Humberto Notti, el Hospital Carlos Sapariti y el Centro de Salud Nro. 166 de la ciudad de Mendoza; el Hospital Elina de la Serna y el Hospital de Niños Sar María Ludovica de La Plata; el Hospital Interzonal de Agudos Isidoro Iriarte de Quilmes; y el Hospital Sub-Zonal Materno Infantil Dr. Eduardo Oller de San Francisco Solano, entre otros. Estas contribuciones se suman a las ya realizadas durante los meses de marzo y abril, como así también a la atención habitual de la Fundación en lo que respecta a pedidos de alimentos, indumentaria y otros artículos de primera necesidad para los más pequeños. De esta forma, **Seguros Rivadavia** redobla su compromiso y solidaridad, alcanzando un aporte que supera con holgura los tres millones de pesos destinados a esta causa. La **Fundación Raúl Vazquez** fue creada el 14 de julio de 1983, siendo sus principales aportantes Seguros Rivadavia y sus empleados. Su misión principal es brindar asistencia a la niñez carente, dando prioridad a las necesidades de salud y educación.



JORNAL

Cocido a Mano



en toda la ambientación de **Jornal**, un poco a modo conceptual y, otro tanto, como tributo a sus orígenes, a los que se suma el valor agregado que tiene la restauración a mano de las antigüedades presentes en todo su espacio: una máquina de cortar fiambres de los años 50, los antiguos candelabros, un libro contable que cobra un protagonismo especial a los ojos de todos en la entrada del local, las dos imponentes arañas principales que cuelgan de los techos, entre otros. Metal, concreto, madera y piedra son los elementos principales de los que se compone este restaurante, envuelto en una pecera con vidrios polarizados y persianas que personalizan el sector. Tras pasar el gran telón de su entrada, se descubren tres grandes mesas comunitarias con cómodas sillas de la marca **Landmark** y sillones de terciopelo rojo con mesitas para

Nombre
El nombre del restaurante es un complemento del concepto global que tiene su dueño con sus dos emprendimientos y alude a la recompensa por el trabajo, eso quiere decir **Jornal**. En ese sentido, **Jornal es trabajo y Moshu es familia**, complementos de la vida misma.

Decoración
La carpintería y la herrería están presentes

comer en pareja o grupos de cuatro personas. En el salón principal saltan a la vista dos grandes barras, la primera con una vidriera que expone sus mejores espirotuosas, y la segunda más grande con banquetas altas que separa la cocina del resto del salón, desde allí la cocina a la vista muestra la gran variedad de equipos de última tecnología y en horas de faena, la perfecta coreografía de quienes dan vida a las letras de su carta.

Ambiente
El público habituado de **Jornal** es aquel que gusta de la comida casera y abundante, siempre elegante e innovador, pero con una vuelta de rosca a todo. La afluencia de las personas que visitan el lugar es por lo general del área local, y se compone de vecinos del lugar y también turistas. Se trata de un restaurante que ofrece calidez y exquisito gusto, lo que lo hace atractivo para aquellos comensales que residan por la zona o, bien, aquellos que concurren de visita desde cualquier parte del mundo. **Jornal** fue pensado con altos estándares de calidad y buen servicio, lo que lo hace atractivo para un público variado y amante del buen comer.

Gastronomía
El origen de la cocina de **Jornal** tiene que ver con el trabajo y los oficios que trajeron los inmigrantes a la Argentina. Es por esto

ficha técnica

NOMBRE	JORNAL
DOMICILIO	Av. García del Río 2802 (Boulevard) Saavedra Ciudad Autónoma de Buenos Aires
TELÉFONO	(54-11) 5930 8753
ESPECIALIDAD	Cocina Fusión (Internacional & Criolla)
DUEÑO	Lucas Villalba
CHEF	Martín Arrojo
HORARIOS	Miércoles a Sábados de 11:00 a 22:00 hs. (EN CUARENTENA) Domingos de 10:00 a 16:00 hs. Lunes y Martes cerrado.
VIARIOS	Delivery, Tienda. Acepta Efectivo, Mercado Pago y Transferencia.

que combina esa cocina extranjera de países como España, Italia, Rusia, con lo criollo, fusionando estos elementos con técnicas de un alto nivel culinario que reversionan los platos caseros, sin perder la esencia de quedar satisfecho con cada bocado. **Martín Arrojo** -su chef- creó una carta con una distribución de platos que pueden servirse como entradas o llevarse al centro de la mesa para compartir, así también los principales y una variedad de guarniciones para combinar. Su lema es «**lo cocido a mano**», que tiene que ver con su estructura y cada detalle pensado para sacarle el mayor provecho al producto, siempre de primera calidad. Se utilizan carnes orgánicas, huevos de campo, pan artesanal y de masa madre elaborado en su propia panadería, y pastas caseras, entre otros frescos elementos. ➡



Una opción perfecta entre exquisitez y creatividad



Por su parte, los **Postres** son un capítulo de la experiencia que no puede ser ignorado, tienen una divertida sección compuesta con elaboraciones como *Volcán de dulce de leche acompañada de una mousse helada de queso, vauquita casera y praliné de nuez*; *Crema catalana quemada acompañada con frutas de estación asadas*, o *Mousse de chocolate amargo con semifreddo de chocolate blanco servido sobre una tierra de cacao*, que prometen ser un deleite para el paladar.

Vinos

Para acompañar estas delicadas y creativas



preparaciones, cuentan con una carta de vinos que contempla etiquetas de los vinos que mejor representan cada región vitivinícola del país.

Negocio

La aceptación de **Jornal** ha sido muy positiva por parte de las personas que están en las adyacencias al lugar, así como también el turista, ya que faltaba una propuesta de este estilo en el barrio. En relación a las expectativas sobre el negocio, esperan abrir más locales, tanto en Argentina como en el exterior, para sumarse a la tendencia de estas comidas en el mundo.

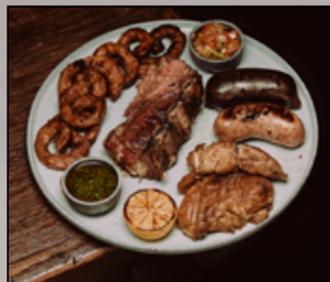
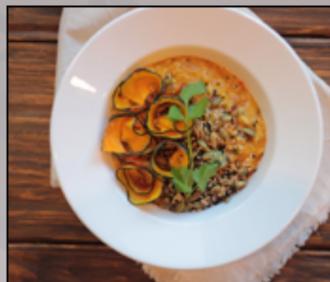
La carta, con opciones de **achuras, vegetales, pescados, mariscos, carnes, pastas**, entre otros, busca sorprender el paladar del comensal con una mezcla de texturas y aromas que se apoderan de sus sentidos. Algunas opciones: *Mollejas asadas con chimi especial*; *Mix de achuras -un chorizo + una morcilla + chinchulines + mollejas + papas fritas rotas + pan-* (para compartir); *Ojo de Bife madurado durante 30 días con papas aplastadas con ajo y manteca, y chimichurri de hierbas frescas y morrón asado*; *Asado de costilla en cocción prolongada braseado con hierbas del oriente y acompañado con zanahorias ahumadas, alioli de cardamomo y maní*. También se puede ordenar su famoso *Pollo Pastoril horneado relleno con provolone y mortadela de pistacho con ratatouille*, o la *Porchetta al horno rellena de hinojo asado y pangritatta cítrica, acompañada con puré de batata y rúcula frita*.

En la selección de **Pastas Caseras** se destacan los *Tagliatelle cortados a cuchillo con vegetales salteados* y los *Canelones andinos rellenos de humita especial y pollo con salsa bechamel y pomodoro*.

En su sector de **Panadería** se hornean a diario panes de masa madre. Con ellos elaboran **Sándwiches artesanales** como la estrella de la sección que es *El Colosal*, un sándwich de 48 cm relleno con pollo pastoril en fetas, queso de cabra, cebolla frita, panceta crocante, tomate fresco, escarola fina y alioli ahumado de ají mirasol, acompañado con papas fritas. Además, otros como



el *Choripán Jornalero* en pan tipo brioche de masa madre con chorizo de puro cerdo, lechuga iceberg, tomate fresco y salsa criolla, acompañado de papas fritas rotas; o el *Sándwich de tapa de asado* en pan tipo baguette de masa madre con tomates ahumados, pickle de cebolla morada y chimichurri. A su vez, proponen sus **Tostaditas saborizadas** de pan de masa madre para untar con diversos dips y conservas: berenjenas en escabeche, hummus con oliva y pimentón ahumado, *baganush*, paté de *bourbon* y porotos pallares en escabeche, entre otros.



estamos en tu trabajo

Hoy, somos cada vez más los que tenemos que trabajar desde nuestras casas. Por eso desarrollamos la cobertura ideal para este momento tan especial que estamos viviendo.

No solo protegiendo tu vida y tus equipos informáticos, sino también a tu grupo familiar.

IDEAL PARA EMPRESAS O AUTÓNOMOS.

SANCOR SEGUROS | HOME OFFICE

sancorseguros.com.ar

0800 444 2850





TU TRANQUILIDAD CRECE.

www.galenoseguros.com.ar

informe

operadores de mercado



TU TRANQUILIDAD CRECE.

www.galenoseguros.com.ar

María Evangelina Mónaco



CARA a CARA

En Pareja - 41 Años - 1 Hijo (Mateo) - Signo Aries (14/04/1979)
Jefe de O&M y Prevención de Lavado de Activos de Swiss Medical Seguros - División Vida y Retiro

● **UN HOBBY**

Bailar

● **LA JUSTICIA**

Devaluada

● **SU MAYOR VIRTUD**

Hacer varias cosas a la vez

● **LA SEGURIDAD**

Zona de confort

● **ACTOR Y ACTRIZ**

Al Pacino y Julia Roberts

● **AVIÓN O BARCO**

Avión

● **VESTIMENTA FORMAL O INFORMAL**

Jeans y zapatillas

● **UN SER QUERIDO**

Mi hijo Mateo

● **UNA ASIGNATURA PENDIENTE**

Deportes de Riesgo

● **LA MENTIRA MÁS GRANDE**

La no dicha

● **NO PUEDO DEJAR DE TENER...**

Perfumes

● **UN RIESGO NO CUBIERTO**

El amor

● **LA MUERTE**

Todavía falta

● **SU RESTAURANTE FAVORITO PARA CENAR**

Cualquier parrilla de campo

● **ESTAR ENAMORADO ES...**

Lindo

● **LA CULPA ES DE...**

No sé, avancemos

● **UN SUCESO DE SU NIÑEZ QUE RECUERDE HASTA HOY**

Los domingos de circo en familia

● **ME ARREPIENTO DE**

Mmm, no sé...

● **UN SECRETO**

No me gusta la cerveza

● **EL FIN DEL MUNDO**

No pienso en eso

● **LA INFLACIÓN**

Me acompaña desde que nací

● **¿EN QUÉ PROYECTO NUNCA INVERTIRÍA DINERO?**

Bonos en pesos

● **EL MATRIMONIO**

Desconozco

● **TENGO UN COMPROMISO CON...**

Mi hijo

● **LOS HOMBRES EN EL TRABAJO SON MEJORES QUE LAS MUJERES**

Los dos a la final

● **UN PERSONAJE HISTÓRICO**

San Martín

● **EN COMIDAS PREFIERO...**

Los dulces

● **¿QUÉ MALA COSTUMBRE LE GUSTARÍA DEJAR?**

Comer de más

● **EL DÓLAR**

Por las nubes

● **DIOS**

Ser único superior

● **UN FIN DE SEMANA EN...**

El campo con la familia

● **PROGRAMA PREFERIDO DE TV / CABLE**

No veo

● **EL LUGAR DESEADO PARA VIAJAR**

Polinesia Francesa

● **LA TRAICIÓN**

Imperdonable

● **SU BEBIDA PREFERIDA**

Fernet con Coca

● **LE TENGO MIEDO A...**

Las arañas

● **EL AUTO DESEADO**

Porsche girl

● **LA CORRUPCIÓN**

Involución

● **ESCRITOR FAVORITO...**

Isabel Allende

● **¿QUÉ COSA NO PERDONARÍA NUNCA?**

La mentira

● **EL PASADO**

Ya fue!

● **PSICOANÁLISIS**

Otra oportunidad

● **MI MÚSICO PREFERIDO ES...**

Freddie Mercury

● **¿CUÁL FUE EL ÚLTIMO LIBRO QUE LEYÓ?**

El Cisne Negro de Nassim Nicholas Taleb

● **LA MUJER IDEAL**

La que se reinventa

● **UN PROYECTO A FUTURO**

Una casa de fin de semana

● **EL CLUB DE SUS AMORES**

River Plate

● **EN TEATRO**

La Comedia

● **MEJOR Y PEOR PELÍCULA**

Mejor: Joker / Peor: Aves de Presa

● **EL PERFUME**

J'adore

● **UNA CANCIÓN...**

One Love - U2

● **¿QUÉ ES LO PRIMERO QUE MIRA EN UN HOMBRE?**

La forma de hablar

● **UN MAESTRO**

Mandela

● **EN DEPORTES PREFIERO...**

Los de agua

● **¿QUÉ ES LO QUE MÁS APRECIA DE SUS AMIGOS?**

Que me quieren como soy

● **SI VOLVIERA A NACER, SERÍA**

Yo misma con experiencia ganada

● **RED SOCIAL PREFERIDA**

Facebook

● **LA INFIDELIDAD**

Chau chau

● **EL GRAN AUSENTE**

Mi abuelo

● **MI PEOR DEFECTO ES**

Enviar audios de más de un minuto

● **UNA CONFESIÓN**

No me gusta la cerveza

● **MI MODELO PREFERIDA ES...**

Mi abuela

● **NO PUEDO**

Sí que puedo

● **MARKETING**

Linda forma de crear necesidades

● **¿QUÉ REGALO LE GUSTARÍA RECIBIR?**

Mejor que sea sorpresa

● **¿QUÉ TÉCNICA DE RELAJACIÓN TIENE?**

Mindfulness

● **DE NO VIVIR EN ARGENTINA...**

● **¿QUÉ LUGAR DEL MUNDO ELEGIRÍA?**

Francia

BBVA Seguros

En ese living la viste crecer, aseguralo

Cada parte de tu hogar tiene una historia

Nuestro Seguro de Hogar se adapta a vos. bbvaseguros.com.ar

