



infor28e

operadores de mercado



Entrevista a Fabio Rossi
CEO de Zurich Argentina



Solvente, Prudente y Líquida

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 Caucción. 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

«Zurich es una Compañía extremadamente solvente y prolija en su manejo»

La pandemia Covid 19 -y el mundo convulsionado que generó- sirvió a Zurich para darse cuenta que todos sus programas de continuidad de negocio y de contingencia funcionaron perfectamente bien, pudiendo responder a sus clientes, socios y empleados. Los números del Grupo Zurich muestran una compañía muy solvente y líquida, lo cual le ha permitido soportar muy bien la crisis. La estrategia del Grupo de expandirse a mercados emergentes ya venía ocurriendo y de forma muy activa, con lo cual, es de suponer que en algún momento seguirá igual. En el contexto de Argentina, donde se estima que la recuperación va a ser muy gradual, Zurich Argentina también está muy sólida, enfrentando la pandemia con un negocio muy balanceado y una compañía líquida y prudente.



Rossi. «Vamos a enfrentar una industria que va a tener que ser capaz de transformarse y de innovar, crecer y crear cosas nuevas... Tenemos que entender que nos encontramos en un proceso de cambio de una magnitud como pocas veces hemos visto. Y me parece que todos tenemos que ser capaces de, no solo aceptarlo, sino de promoverlo e impulsarlo, porque es bueno para el mercado, los clientes y la gente».

E Lic. Fabio Rossi, CEO de Zurich Argentina, reflexiona sobre la actualidad de la industria aseguradora local y global, y detalla el presente de la Compañía.

- En el contexto de un año 2020 'inimaginado', ¿en qué situación encuentra la pandemia Covid-19 a Zurich Argentina en particular y al Grupo Zurich a nivel mundial?

- La verdad que quien dice que estaba preparado para este 2020, está mintiendo. Teníamos un año 2020 de otro tipo, y nos encontramos con un mundo convulsionado por una cosa absolutamente nueva y extraña como una pandemia, así que, nos sirvió para darnos cuenta que **todos nuestros programas de continuidad de negocio, de contingencia y demás, funcionaron perfectamente bien**. Zurich, a nivel local y mundial, muy rápidamente se pudo adaptar, y estamos completamente operativos, trabajando todos desde nuestras casas, donde todos los empleados de la compañía trabajan desde sus casas, de modo que, lo pudimos ir llevando -y lo estamos llevando- de muy buena manera, lo cual no implica que sea una situación normal, ya que es una situación de emergencia, pero con la tranquilidad de que **hemos podido responder a nuestros clientes, a nuestros socios y a nuestros empleados de la manera en que uno esperaba que Zurich respondiera**.

- Considerando la crisis generada por la pandemia y el aislamiento obligatorio, en un contexto en el que Argentina ya tenía una economía en recesión, ¿cómo visualizas el presente de la actividad y el seguro post-pandemia?

- Antes de meternos puramente en Argentina, miremos qué sucede en el mundo también. Claramente, la pandemia generó un impacto a nivel global de una magnitud francamente pocas veces vista. Cuando uno observa los indicadores de cuánto van a caer las economías de los países centrales, son números que ellos probablemente no han visto des- ➔

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 | N° de inscripción B46



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



Tu comunidad de seguros
WWW.UNIVERSOESCUDO.COM.AR

N° de inscripción en SSN
0746

Atención al asegurado
0800-666-8400

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





cuestiones obvias de cómo se fue generando dicha crisis, y le va a costar salir un poco más, es decir, vamos a estar un poco más de tiempo metidos en ella, por lo que tengo más dudas que la recuperación sea una 'V' o una 'U' rápida. Me parece que tenemos un poco más de problemas en Latinoamérica para ver cómo salimos de la crisis. En algunos casos porque nosotros entramos a la crisis «ya en una crisis» y, en otros, porque algunos países manejaron la pandemia de una manera más controvertida, y eso va a dejar un poco de *delay* en la recuperación. Cuando uno mira a Argentina, me parece que la conjunción de las dos cosas nos deja en una posición difícil. Argentina tiene por delante una situación compleja que el gobierno tiene que atacar, que es la crisis que recibió más la crisis que se está generando. Uno pareciera estar seguro que **Argentina no se va a recuperar rápido, que va a tener un proceso de recuperación muy gradual, y que tiene que hacer las cosas bien para que ese proceso ocurra.** En este contexto y dentro de este marco, **Zurich Argentina también está muy bien. Somos una compañía muy líquida y prudente.** Tenemos un negocio muy balanceado y estamos haciendo frente al desafío de la pandemia, pero estamos muy bien, es decir, estamos muy sólidos y tranquilos.

- En este nuevo escenario y teniendo en cuenta la convergencia de Zurich, ¿cómo se ha visto afectado -o no- el nivel de primas y la cobranza? ¿Cómo ha sido la siniestralidad de la Compañía de acuerdo a los diferentes ramos?

- Vamos por partes y a la primera parte de tu pregunta. Claramente, todas o la mayor parte de las compañías del mercado hemos tomado la actitud de ayudar a nuestros clientes en términos de lo que ellos pudieran necesitar. Como te imaginas, en un contexto de este tipo, la situación de nuestros clientes era completamente diversa, es decir, no es lo mismo una persona que continúa trabajando y no tiene ningún impacto, o tiene algún tipo de impacto pero sigue percibiendo su salario, continúa trabajando y demás -como un empleado de Zurich, por decirlo de alguna manera-, que otra persona que tiene un comercio y lo tuvo que cerrar. Entonces, claramente la mayoría de las empresas hemos hecho un plan de facilidades para que nuestros clientes pudieran desde cambiar sus coberturas, reprogramarles sus pagos o hasta brindarles algunos descuentos. Y esto lo hemos acompañado a lo largo de todo este proceso. Creo que se ha hecho muy bien y, en el caso nuestro, se ha realizado «uno a uno», conversando con los Productores y clientes. Fue un proceso largo y sin dudas engorroso, pero ha funcionado muy bien. Esto, de alguna manera, tiene un impacto sobre la prima porque uno está reacomodando la relación con algunos clientes, pero no ha sido de una magnitud tal que uno diga: «Hemos perdido 'equis' por ciento», ha representado algo pero no mucho. Desde el punto de vista de la cobranza, no hemos tenido un impacto significativo, tal vez porque nuestro modelo de negocios es de cobros a través de medios electrónicos de, prácticamente, la totalidad de la cartera, entonces hemos tenido continuidad en los pagos. Y aquellos clientes que pagaban con cheques y demás, hemos buscado la manera de que paguen por transferencia. La verdad es que hemos tenido un apoyo de parte de los clientes muy significativo y creo que también les hemos dado a ellos un apoyo significativo y lo seguimos haciendo. Claramente, este es un proceso que va a llevar un tiempo hasta que los clientes logren «arrancar» de nuevo en su actividad. Creo que el comportamiento de la industria ha sido profesional y sumamente empático. Y seguramente habrá alguno que te diga: «Necesito más», esas historias nunca tienen un fin, pero la realidad es que hemos reaccionado de manera rápida a una situación sumamente inesperada, con una respuesta bien variada para que los clientes puedan tomar lo que más les convenga. Y claramente, como está sucediendo, hay actividades o zonas geográficas que se están recuperando más rápido, y hay otras que todavía están más paralizadas, lo cual ayuda a que como hemos sido muy flexibles con el modelo, éste vuelva a arrancar.

Respecto a la segunda parte de tu pregunta referida a la siniestralidad, diría que está claro que los primeros días de la cuarentena -allá por el 20 de marzo- que fue muy estricta, hubo una baja en la frecuencia en algunos negocios, fundamentalmente en Automotores, del mismo modo que te tengo que decir que hubo una suba de la frecuencia en otras líneas de negocios. Si uno observa los siniestros de Hogar, tenemos muchos más que antes de la pandemia, porque la

gente está en sus casas y por las cosas que todos conocemos. Mientras que la frecuencia en otras líneas de negocios no dependen tanto del uso o no uso. En un principio, en Autos bajó, pero luego, todas las semanas empezó a subir y aunque todavía hoy no alcanzó los niveles normales, comenzó a aumentar. Ahora, hay que tener presente que también es cierto que, por motivos diversos que tienen que ver con la economía, como las devaluaciones y restricciones al mercado cambiario, también hemos sufrido los aumentos de repuestos e insumos, con lo cual, la siniestralidad es una composición de varios factores, como frecuencia, costos, mano de obra, repuestos, es decir, es una ecuación un poco más complicada que simplemente la circulación. Y la otra cosa que sucede, que no se le escapa a nadie, es una economía con inflación y devaluación, lo que prácticamente todas las compañías hemos hecho es frenar los aumentos de precios que hubiéramos tenido que hacer para compensar y esto también es una compensación para el cliente. Con una estimación de inflación hoy de 40%, uno tiene que responder a esto, y en el primer semestre prácticamente no ha sucedido. Por lo tanto, creo que estamos en una situación de equilibrio donde la frecuencia se está recuperando, los precios se quedaron por abajo y hemos trabajado con los clientes para ofrecerles alternativas para ayudarlos a caminar a través de la situación inesperada que están viviendo.

- Considerando a Zurich como un especialista en Seguros de Vida, ¿crees que va a existir algún cambio luego de la pandemia Covid-19 en el mercado mundial de Vida?

- Sin dudas. Después de grandes crisis siempre el negocio de Seguros de Vida tiene como un repunte. Parecería que los seres humanos somos conscientes de las cosas no porque nos las dicen, sino porque las vemos muchas veces y, si bien nosotros vamos y le explicamos a la gente la importancia de estar protegido, a veces tienen que pasar algunas cosas para que esto suceda. Normalmente, se nota durante el final y el después de las crisis una mayor demanda en esos productos, y en efecto está sucediendo y va a suceder. Lo mismo sucede con otros tipos de seguros.

Ya nuestros agentes de Vida están trabajando activamente y tienen niveles de ventas muy buenos, habiendo tenido que cambiar su proceso de venta, porque nuestros socios de Vida son gente que van a ver al cliente, que trabajan con él y construyen una póliza a partir de una conversación muy personal, que tiene que ver con la vida individual de la gente. Y esto, a partir del 20 de marzo, es muy difícil de hacer, así que, lo están haciendo por Zoom y a través de medios remotos. Está funcionando muy bien y los niveles de venta de Vida son muy buenos, lo cual demuestra que hay una demanda que está creciendo. La gente es consciente de la necesidad de protegerse y de mirar al futuro de una manera diferente. Nos pasó a todos. Cuánta gente conoces que en un momento determinado entró a la pandemia, y tal vez era alguien absolutamente solvente, que tenía un negocio, pero se dio cuenta que había pensado poco en el futuro, o se dio cuenta que había ahorrado poco o se había protegido relativamente poco. Bueno, esto hoy está cambiando y no es la única industria. Cuando uno observa algunos países del mundo que ya están empezando a «caminar de vuelta», por ejemplo en relación a los Seguros de Viajeros, obviamente hay pocos viajes en el mundo pero ya hay países que comenzaron a permitirlos, y cuando uno mira, la cobertura promedio y la cantidad de gente que la compra han crecido significativamente después de la pandemia. Con anterioridad, contrataba menos gente y las sumas eran menores, mientras que hoy aumentaron la gente y las sumas, lo cual demuestra que la gente es consciente y que **va a haber un cambio en la contextura del mercado de seguros a nivel mundial.**

- ¿Cómo ha sido la adaptación de los Productores Asesores que trabajan con Zurich a este nuevo modelo de negocio a través de herramientas tecnológicas y medios virtuales, proceso que ya había comenzado pero que la pandemia precipitó?

- Quienes trabajan con Zurich, tengo que decir la verdad, tenían disponible la información y diferentes cosas, y muchos de ellos tienen inversiones hechas en sistemas porque son gente muy profesional, así que, se adaptaron muy bien. Como todos, las primeras semanas fueron de acomodamiento, pero hoy están trabajando completamente operativos de manera remota. **El Productor Asesor de Seguros, cuando es un** →

→ de la guerra o desde antes, con cifras de -11%, -12%, es decir, de doble dígito, donde las caídas del PBI en Europa o Estados Unidos son números increíbles. Ahora, la realidad es que lo primero que yo miro es cómo cada una de las compañías -en este caso Zurich- pudo reaccionar. **Zurich es una compañía extremadamente solvente y prolija en su manejo,** y cuando uno ve lo que ha pasado, si bien obviamente la pandemia tiene un impacto, los números del Grupo cuando anunciamos los resultados del primer trimestre -se anunció una estimación de pérdidas para el año producida por la pandemia-, la realidad es que **la compañía está muy bien, está muy solvente y líquida,** y es doblegada en el mundo con un indicador de capital propio de Zurich que es más exigente que el de solvencia suizo, de modo que es un número francamente bueno, y esto nos ha permitido soportar muy bien la crisis, teniendo que pensar cómo vamos a recuperarnos *a posteriori* de dicha crisis. Y en este sentido, cuando uno mira las economías de los países centrales, si

bien hay algunas discusiones acerca de si es una 'V' o una 'U', pareciera que existe una recuperación razonablemente rápida en los mercados centrales, en los que la pandemia va a dejar seguramente una 'cola' de impactos, pero donde la economía se va a mover bastante rápido hacia arriba. Los indicadores de recuperación del empleo en algunos de esos mercados son rápidos, de modo que, siguen existiendo buenas expectativas. No sé si será una 'V', pero si no, seguramente será una 'U' relativamente rápida, y me parece que con una decisión de los entes políticos y gubernamentales de todo el mundo, de poner un apoyo muy manifiesto a la recuperación, es decir, mucha plata y liquidez, para que la economía se mueva. En este contexto, **la compañía está muy bien y seguramente va a salir fortalecida de esta crisis,** con una posición de solvencia y de liquidez muy sólida, y con una distribución geográfica de negocios que le permite balancearse. Ahora, cuando uno viene a Latinoamérica, la situación es distinta. La región entró a la crisis tarde, por



RUS presenta su botón de pago!

Descargá RUS móvil

o ingresá en rus.com.ar

RUS DIGITAL

Nº de inscripción en SSN: 0360 | Atención al asegurado: 0800-666-8400 | Organismo de control: www.argentina.gob.ar/ssn | SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

Nosotros disponemos de las MEJORES COBERTURAS, pero el valor agregado SOS VOS.

TRIUNFO SEGUROS

Sponsor Oficial de Las Leonas y Los Leones

Nº de inscripción en SSN: 402 | Atención al asegurado: 0800-666-8400 | Organismo de control: www.argentina.gob.ar/ssn | SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

PROTAGONISTAS

«ESTAMOS TRABAJANDO EN OFERTA DE PRODUCTOS PARA LANZAR AL MERCADO CON LOS CAMBIOS QUE HAN EXISTIDO»

«buen PAS, está preparado para muchas cosas, y el rol de ellos es crítico, mucho más en estas circunstancias donde el cliente está «medio perdido». Lo seres humanos estamos impactados por lo que acaba de pasar, y el **Productor tiene un rol protagónico en este momento, para acercarse al cliente y conversar con él, ver cómo están las cosas, si van las coberturas y si tiene el seguro que necesita, y lo están haciendo.** Lo hicieron tanto para contener a los clientes como lo están empezando a hacer para ver las oportunidades que puede haber. No hemos tenido problemas con nuestros socios, quienes han podido reaccionar muy bien. Zurich les ha facilitado la manera y ellos la han tomado, ya que son organizaciones muy profesionales y bien desarrolladas.

- Teniendo en cuenta que esta crisis es global, ¿cómo analizas el tema del Reaseguro especialmente direccionado a Zurich y a Argentina?

- Nosotros tenemos una situación atípica porque gran parte de nuestro reaseguro es interno, dentro del Grupo, es decir, nos aseguramos con nuestra Casa Matriz excepto cosas muy puntuales, con lo cual, nuestros contratos -por decirlo de alguna manera- no implican una negociación demasiado compleja de hacer. Diría que lo que sí se está viendo en el mundo es que en el negocio de *property* corporativo -sobre todo en el negocio más grande- hay una suba de tasas importante en todos lados, principalmente en Estados Unidos pero en Europa también, y esto de alguna manera se va a traducir en los distintos *layers* de los contratos de reaseguro, con lo cual, cuando ahora venga la temporada de renovaciones, es de imaginarse que esto se va a traducir a los contratos de reaseguro. No es un problema que nosotros tengamos a nivel de la Unidad de Negocios de Argentina, pero sí existe a nivel del Grupo, y espero que el mercado acompañe lo que está pasando afuera. Cuando uno mira los niveles de

cambio en las tasas que hay en ciertos países del mundo, ya desde hace un tiempo vienen subiendo. En Argentina esto no se nota todavía en negocios grandes, pero se tiene que empezar a notar porque eso es lo que traduce el mercado internacional.

venía ocurriendo y de forma muy activa, con lo cual, es de suponer que en algún momento seguirá igual.

Respecto a si la pandemia afectó esa política, no, porque no te olvides que Zurich venía de la compra de *QBE* y *Universal Assistance*, con lo cual, estábamos trabajando en las dos adquisiciones, no había nada en ese momento en vista y habíamos comprado también en Chile, de modo que, estábamos 'dirigiendo', como suele decirse, lo que habíamos comprado, así que estábamos ocupados con esto.

- La sensación es que el año 2020 «está perdido»... ¿Cómo imaginas el mercado post-pandemia, pensando ya en el 2021?

- Yo no abandono el 2020, ya que creo que todavía hay mucho trabajo por hacer, para ayudar a nuestros clientes, y también para mantener y ayudar a crecer a nuestra red de distribuidores. Creo que todavía hay muchas cosas que se pueden hacer, es decir, los seres humanos estamos viviendo un cambio muy fuerte. **Estamos trabajando en oferta de productos para lanzar al mercado en algún momento con los cambios que han existido en esta realidad que vivimos todos**, para adaptar algunos de nuestros productos a

una situación diferente. No es lo mismo que uno esté en su casa todo el día que esté en su oficina, entonces estamos trabajando con ideas para mejorar nuestra oferta de productos, con la idea de mejorar nuestro modelo de servicio. No es lo mismo para los clientes ir a la oficina y tener una atención personal que ser atendido por medios remotos, con lo cual, lanzamos una nueva página de autogestión para que nuestros clientes puedan tener más facilidades en el proceso, todo durante la pandemia. **Hemos realizado muchos cambios al modelo operativo y al modelo de servicio, y lo vamos a seguir haciendo**, con lo cual, espero un año 2020 que seguramente se va a ir abriendo, y donde vamos a tener que ir trabajando en acomodarnos a la nueva situación. ➔

- ¿Zurich considera la posibilidad de nuevas adquisiciones de compañías? ¿Y cómo afectó la pandemia esta política expansiva?

- Hemos comprado bastante en el último tiempo, es decir, **Zurich a nivel mundial ha estado bastante activo en el mercado de compras**, ya que ha comprado en Asia, Latinoamérica, aquí en Argentina y en muchos lugares. Normalmente, después de estas crisis, existe un reacomodamiento y un proceso de concentración que puede ocurrir. No tenemos nada en vista, pero al final de la crisis, siempre hay ganadores y perdedores. Y cuando surjan esas oportunidades, el Grupo verá qué dispone hacer en cada mercado. **La estrategia del Grupo de expandirse a mercados emergentes ya**

Desde 1898 un Progreso Seguro...

EL PROGRESO SEGUROS S.A.
La Territorial Vida Y Salud
 Compañía de Seguros S.A.

Casa Central: 25 de Mayo 432 Piso 11 - C1002ABJ - Ciudad Autónoma de Buenos Aires - Tel: 011 4315-6600
 Casa Matriz: Avda. Casey 99 - B8170AAA - Píló - Prov. de Buenos Aires - Tel: 02923 - 472223
 info@elprogresoseguros.com.ar www.elprogresoseguros.com.ar

N° de inscripción de SSN: 01 Progreso 0116 La Territorial 0009
 Atención al asegurado: 8000-666-6400
 Organismo de control: www.argentina.gob.ar/ssn
 SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

informe
 poder decisorio del mercado

Publicación especializada de aparición quincenal
AÑO 28 / N° 670 - Julio 2020 - Edición Aniversario

REDACCIÓN, PUBLICIDAD Y SUSCRIPCIONES
 Tucumán 1946, Piso 3°, "B" (C1050AAN)
 Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA), Argentina.
 Tel. 7534-9090 / 7533-0316 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 N° 273.478.

LIDERES EN SEGUROS DE CAUCIÓN

NUESTRO ESTILO



ADAPTABILIDAD

CREATIVIDAD

TRABAJO EN EQUIPO

COMPROMISO



Fianzas y Crédito
 S.A. Compañía de Seguros

N° de inscripción en SSN
0253

Atención al asegurado
0800 666 6400

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

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

PROTAGONISTAS

«ESPERAMOS ENCONTRAR OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS, PARA CONTINUAR ACOMPAÑANDO A NUESTROS CLIENTES»

«-> El 2021 depende mucho de lo que vaya a pasar con la Argentina y con la economía, pero está claro que no va a ser un año fácil. Seguramente va a existir un rebote de la caída de este año pero hay que ver cuál es la magnitud de dicho rebote. Me parece que el gobierno tiene que hacer las cosas bien para que ese proceso sea positivo. Hay que terminar de cerrar el tema de la deuda y el tema del Fondo, que son dos cosas que todavía están pendientes. Recientemente se hizo la oferta de la deuda que esperamos que tenga recepción positiva, y detrás de esto viene la negociación con el Fondo que va a ser importante, así que, a partir de ahí tiene que haber una idea de cómo vamos a poner en marcha la economía y cómo vamos a trabajar sobre eso en una economía que ha quedado golpeada. Nosotros **esperamos encontrar oportunidades de negocios, para continuar haciendo negocios y acompañando a nuestros clientes, y estamos activos en esto.** Si me pregunta si existe un poco más de incertidumbre de la que normalmente habría en julio respecto del próximo año, la



respuesta es «Sí», y habrá que lidiar con ella. En el fondo, los argentinos estamos acostumbrados a lidiar con la incertidumbre y con la volatilidad, con lo cual, tendremos que usar nuestras habilidades para eso. Ahora, esperemos que lentamente la cosa converja hacia un modelo más estable y con más claridad respecto a qué vamos a hacer para que la Argentina se recupere.

- ¿Qué reflexión haces sobre el rol de la Superintendencia de Seguros en el actual contexto donde como ente regulador es de vital importancia?

- Uno le pide muchas cosas a la Superintendencia y tiene



que acordarse que asumieron y cuando terminaron de asumir, los tomó la pandemia y están trabajando como pueden, lo cual es entendible. Coincido con Vos en que tiene un rol protagónico en lo que viene por delante desde varios puntos de vista, que son **asegurar la solvencia del negocio** y que, de alguna manera, el mercado se mantenga en los niveles en que debe mantenerse. **Tiene por delante el desafío de adaptar o de participar en el proceso de adaptación de la oferta de productos en un mundo distinto.** Tenemos que pensar el negocio de seguros desde un lugar que incluya los cambios y la innovación que vienen y también las realidades que estamos enfrentando, no solo por la pandemia sino por los cambios que el mundo está enfrentando, a los que se suman aquellos que acelera la pandemia, con lo cual, creo que la Super tiene que tener una agenda de trabajo respecto de la modernización de la oferta de productos y tiene que facilitar la operatoria, a través de la digitalización y la modernización en términos de la forma en la cual nos vinculamos. Por lo tanto, creo que tiene un rol muy protagónico, tal vez -por mala suerte- en una agenda muy restrictiva de tiempo, porque todos estos meses, desde ese punto de vista, han sido perdidos, ya que han sido de gestión de crisis y no de gestión de trabajo constructivo hacia el futuro.

En cuanto salgamos de esto, **esperamos poder trabajar junto a la Superintendencia activamente -como lo hemos hecho siempre- en tratar de mejorar la industria.** Ese es el rol que una compañía como Zurich tiene y es el que está dispuesto a tener, que es trabajar abiertos junto a ella para ver cómo hacemos para que la industria acompañe la realidad de lo que el país necesita y, a la vez, que la regulación acompañe a la industria para que ésta también lo pueda hacer.

Para cerrar, dejame decirte que **vamos a enfrentar una industria que va a tener que ser capaz de transformarse y de innovar, crecer y crear cosas nuevas.** La industria de seguros es tradicional y está en todo el mundo a la vera de un cambio fenomenal y transformacional. Nosotros tenemos que hacerlo también en Argentina, y todos los que somos parte de esta industria -Compañías, Superintendencia, Productores y ustedes los Medios de Comunicación- **tenemos que entender que nos encontramos en un proceso de cambio de una magnitud como pocas veces hemos visto.** Y me parece que todos tenemos que ser capaces de, no solo aceptarlo, sino de promoverlo e impulsarlo, porque es bueno para el mercado, los clientes y la gente, con lo cual, compremos esa agenda de cambio que esta industria tiene. 📍

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 NACION

#1 VOS



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 NACION

La RSE de las Aseguradoras frente a la Pandemia Covid-19 (Parte II)

En esta edición, 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 y Responsable de la Gestión de RSE de RUS; 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; Pablo Tablón, Gerente de RR.HH. y responsable de RSE de Triunfo Seguros, y Verónica López, Jefa de Recursos Humanos de Intégrity Seguros Argentina, analizarán cómo se posicionan en relación a sus distintos grupos de interés, la manera en la que repensaron las necesidades de la sociedad para adaptar su estrategia de RSE a la pandemia, y anticiparon las acciones futuras.



o en alianzas con otras organizaciones, que pusimos en marcha para paliar las consecuencias de la emergencia sanitaria, económica y social, pero también esta situación nos revela cómo estamos parados frente a nuestros grupos de interés y de qué manera nos impulsamos como una marca socialmente responsable. Al ser una organización de 86 años, conformados como cooperativa, la sostenibilidad y responsabilidad con la comunidad siempre ha estado impresa en nuestro ADN, y hoy más que nunca es momento de comunicarlo, transparentando la gestión alineada a nuestros objetivos del negocio a una estrategia de sustentabilidad. Pensamos también, ante este contexto, cómo están situados todos nuestros grupos de interés, en toda la cadena de valor. Sin dudas, el gran diferencial de nuestra imagen corporativa es nuestro capital humano.

Este escenario de pandemia trajo como consecuencia en nuestra industria del seguro una mayor competitividad. Continuar agregando propuestas de valor y diversificar nuestro impacto en nuestros grupos de interés, reafirmando nuestro compromiso social poniendo primero a las personas, tal cual lo expresamos en nuestro claim de marca y reforzando nuestro trabajo en la prevención, es allí donde somos expertos.

Luego, Betina Azugna, Gerente de RSE del Grupo Sancor Seguros, apuntó: «Nuestro proceso de RSE se enfoca en identificar riesgos, analizar tendencias y priorizar los temas relevantes para el negocio para así accionar y sobre todo planificar; por lo tanto, no fue necesario cambiar ningún aspecto de dichas políticas con motivo de la pandemia. Ya lo había advertido Naciones Unidas: la empresa que haya invertido en sustentabilidad en tiempos de normalidad, va a estar mucho mejor preparada para la respuesta y recuperación ante las crisis.

La Estrategia de Sustentabilidad del Grupo Sancor Seguros se basa en la creación de valor económico, social y ambiental, considerando el largo plazo para todos nuestros grupos de interés y el desarrollo sustentable de nuestra comunidad y las futuras generaciones. Sus cinco pilares, puestos en práctica a través del proceso de RSE, son: Diálogo con los grupos de interés, Innovación en ➔

Escribe Aníbal Cejas

Consultamos a los voceros de cada compañía acerca de los cambios que debieron realizar en sus políticas de RSE como consecuencia de la pandemia del Covid-19. Al respecto, Grisel Di Bert, Supervisora de Comunicación Institucional, Marketing y Comunicación del Grupo Asegurador La Segunda, comunicó: «A lo largo de todos estos meses hemos ido difundiendo y analizando en La Segunda las diferentes iniciativas, individuales

www.segurometal.com

Nueva App

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

SEGUOMETAL
COOPERATIVA DE SEGUROS LTDA.

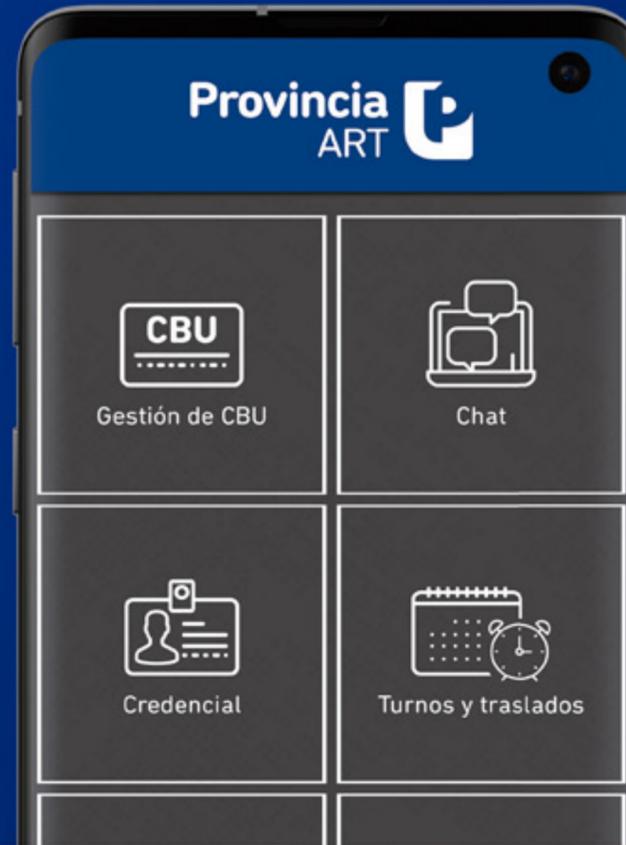
60 AÑOS

Nº de inscripción en SSN: C285 | Atención al asegurado: 0800-666-8400 | Organismo de control: www.argentina.gob.ar/ssn



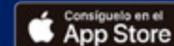
▲ Grisel Di Bert, Supervisora de Com. Inst. de Grupo Asegurador La Segunda

INAUGURAMOS UNA SUCURSAL EN EL LUGAR QUE TE QUEDA MÁS CERCA: **TU CELULAR.**



Mi ART

Una aplicación diseñada para que gestiones todos los trámites relacionados con accidentes de trabajo y enfermedades profesionales.



WWW.PROVINCIAART.COM.AR/MIART

Grupo Provincia

Centro de Atención al Cliente
0800-333-1278
Lunes a Viernes de 8 a 20.

Provincia ART

→ el desarrollo de productos y servicios sustentables, Desarrollo de Iniciativas de RSE vinculadas a la prevención, seguridad y salud, Generación de valor a través del conocimiento, fortaleciendo el desarrollo económico y social de la región y el país, y Sistematización y Medición del desempeño económico, social y ambiental.

Como se puede observar en todos los ejes, nuestra gestión sustentable del negocio incluye conceptos que nos permitieron responder ágilmente a la crisis y mantener la implementación del Proceso de RSE que tiene 15 años de gestión formal en nuestro Grupo de esencia cooperativista. Esta última característica, define también nuestro accionar solidario, que es la base indispensable de referencia ante el impacto de nuestras actividades en la comunidad.

Por su parte, **Exequiel Arangio, Jefe de Comunicaciones y Sustentabilidad de Grupo San Cristóbal**, explicó: «Sin dudas, lo que sucedió y sigue sucediendo nos obligó a repensar en

las necesidades emergentes y a reorientar nuestros esquemas de responsabilidad social a un programa de inversión social que articule con iniciativas más amplias y estructurales para ser protagonistas activos en las comunidades en las que operamos. Lo primero que hicimos fue definir cuál era la prioridad y sin vacilaciones, lo prioritario es cuidar la salud de todas las personas y, en base a eso, se tomaron el resto de las definiciones. Se empezó por un plan que en menos de una semana nos permitió garantizar que todos los trabajadores pudieran realizar sus funciones desde sus domicilios; incluso antes de que se dicte el aislamiento obligatorio gran parte de los colaboradores del Grupo San Cristóbal ya estaban desarrollando sus tareas desde sus hogares.

De la misma manera, se aceleraron desarrollos para que los Productores Asesores de Seguros, nuestro canal comercial, tuvieran todas las soluciones necesarias para su gestión de manera digital y desde sus hogares u oficinas, esto fue de fácil implementación ya que estamos en un proceso de transformación digital continuo desde hace tres años».



▲ Betina Azugna, Gerente de RSE del Grupo Sancor Seguros

Al respecto, **Silvina Vazón, Miembro del Consejo de Administración y Responsable de la Gestión de RSE de RUS**, marcó: «En RUS nos focalizamos en brindar apoyos a colectivos vulnerables, comedores, dando continuidad a becas educativas, asistiendo incluso a escuelas que luchan por poder educar a sus alumnos que no cuentan con tecnología para las clases virtuales y deben imprimir las tareas y distribuirlas en los barrios. Esto evidencia las grandes brechas que tenemos, sociales, económicas y, como consecuencia, tecnológicas. Hay un gran camino por recorrer para que todos los colectivos puedan acceder».

Y agregó: «Buscamos profundizar el trabajo en red haciendo alianzas público privadas y buscando que otros actores se sumen en movidas solidarias, como por ejemplo con el Centro Comercial de Concepción del Uruguay. Además, apoyamos las prácticas solidarias en nuestras unidades de negocio ubicadas en todo el país.

En relación a nuestro Capital Humano, tratamos de 'estar más cerca' en momentos difíciles como los que transitamos para saber cómo están, cómo es el contexto familiar en el que trabajan, qué necesidades tienen, qué apoyos necesitan, etc. Estos vínculos personales virtuales fueron acompañados de encuestas que permitieron detectar necesidades de apoyo psicológico o acompañamiento emocional y contamos con profesionales abocados a ello. Les entregamos sillas ergonómicas para cuidar su salud física en el trabajo diario. También se han organizado charlas, recreaciones y propuestas de lecturas de material científico que contribuye al bienestar.

Desde nuestra Universidad U-RUS nos focalizamos en capacitar desde un campus propio al capital humano y al PAS para brindarles herramientas que apunten a su mejor desempeño en sus roles, que le permitan adecuarse a una nueva empresa que emerge en un contexto diferente con nuevas necesidades. →



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



SOMOS

Un Broker impulsado por las personas que trabajan en él. Creemos en el balance entre la tecnología y las personas. En la importancia de dar una respuesta a nuestros clientes y asociados. Y en la contención y la confianza como pilares para nuestros vínculos.

HACEMOS

Somos un broker mayorista de seguros con vínculos con las mejores aseguradoras del país que busca brindar servicios y coberturas en todos los riesgos de la industria aseguradora.



CASA MATRÍZ

Camila O'Gorman 412 - Piso 18
Puerto Madero
+54 11 5263 7500



ATENCIÓN PAS

Av. Corrientes 753 - Piso 25 A
CABA
+54 11 5263 7501



SEGUINOS
EN NUESTRA
NUEVA
CUENTA DE
INSTAGRAM

@scbrokerdeseguros



REGIÓN NORTE

Aeropuerto de San Fernando
Gran Buenos Aires
+54 11 5263 7512



REGIÓN CENTRO

Av. Rafael Núñez 4219
Ciudad de Córdoba
+54 351 700 7113



REGIÓN SUR

San Martín 616 - Piso 4
Ciudad de Bahía Blanca
+54 291 400 2840



REGIÓN OESTE

De la Doma 1775
Parque Leloir
+54 11 5263 7105

Conocé el seguro de robo de moto más completo para tus clientes.



Contamos con estas coberturas diferenciales:

- Pérdida parcial y total por incendio sin franquicia.
- Robo o hurto parcial al amparo del total sin franquicia.
- Daños por granizo.

Además tenés la mejor asistencia para la moto:

- Mecánica ligera (6 eventos al año).
- Remolque hasta 300 km.
- Abastecimiento de Combustible.
- Estancia por inmovilización / robo de la moto en hotel ****.

Para más información sobre el Seguro de Robo para Moto, comunicate al 0810 222 6566.

Somos una compañía innovadora que trabaja para crear nuevos productos que impacten en el mercado asegurador.

Sumate a nuestra Red de Productores.



📍 Alicia Moreau de Justo 170 C1107AAD - CABA - Argentina ✉ comercialpas@colonseguros.com.ar 🌐 www.colonseguros.com.ar

Cobertura de Seguros brindada por Colón Compañía de Seguros S.A. Los servicios de asistencia son prestados por Colón Servicios y Asistencias S.A. El presente anuncio no constituye ni podrá considerarse una formal oferta de seguro sino una simple invitación a solicitar la cobertura referida en el presente folleto o publicidad. Reservándose Colón Compañía de Seguros S.A. la facultad de aceptar o rechazar la solicitud de seguro en base a su sólo criterio.

#yomequedoencasa



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

➔ En las donaciones apuntamos a la salud en tareas de diseño, descarga e impresión de objetos en 3D que incluyeron también la distribución y entrega. Los insumos obtenidos fueron viseras de protección facial y accesorios para duplicar la capacidad de respiradores en terapia intensiva. Un empleado especializado en estos temas puso en funcionamiento la impresora en su casa desde el mes de marzo. Relacionado con la salud, es importante resaltar que nuestro equipo técnico desarrolló en plena pandemia seguros que atiendan las necesidades actuales como, por ejemplo, que cubran personal que trabaja en salud y la salud personal, como así también a los trabajadores que hacen entregas domiciliarias, adaptándonos a lo que necesita hoy la sociedad para sentirse protegida».

Asimismo, **María Martha Deleonardis, Subgerente de Negocio Responsable de BBVA en Argentina**, especificó: «Ante la situación actual que estamos viviendo, todos los programas de educación e inclusión financiera que la compañía viene desarrollando, han sido adaptados al formato digital. Centrándonos, por supuesto, en las necesidades sociales y participando en acciones solidarias de fuerte impacto social».

Por su parte, **Pablo Tablón, Gerente de RR.HH. y responsable de RSE de Triunfo Seguros**, dijo que lo único que cambió en la estrategia de Triunfo es que por el aislamiento

debieron suspender la separación de residuos para los recolectores urbanos y voluntariados corporativos.

Más adelante, desde **Afianzadora, María de la Paz Lado, Gerente de Administración y Finanzas, y Responsable de RSE** de la entidad, indicó: «Nos enorgullece contar que, en medio de este contexto, hemos incorporado una política ambiental de vanguardia. Nos hallamos en proceso de certificar como empresa B y como oficina consciente. Hoy, la compañía opera 100% de forma remota y 100% digital y estamos en un proceso de eliminar el papel, o bien, reducirlo al mínimo indispensable entendiendo que existen organismos que aún no operan digitalmente. A su vez, hemos incorporado a nuestra política de RSE el home office como un beneficio pensado para que continúe más allá de las circunstancias actuales. De esta manera, buscamos equilibrar el trabajo con la vida de cada persona y reducir el impacto de nuestra huella de carbono».

Por su parte, **Verónica López, Jefa de Recursos Humanos de Intégrity Seguros Argentina**, expuso: «Siempre estamos analizando propuestas y, en este contexto, nos interesamos en aquellos proyectos destinados a atenuar el impacto del Coronavirus en aquellas personas que no tienen acceso a cobertura en salud o que se encuentran en situación de vulnerabilidad. Así conocimos el proyecto Hospital Solidario COVID Austral, un Hospital de Alta Complejidad que brinda atención exclusiva a pacientes con diagnóstico confirmado de COVID-19, que no cuenten con cobertura médica y sean derivados desde el sistema público de salud. Convencidos de la loable finalidad y utilización que harán de los fondos recibidos, hemos decidido apoyarlos con una significativa donación».

Las acciones para el resto del año

Consultamos a los ejecutivos sobre las acciones solidarias o de colaboración con la sociedad que tienen pensadas para el resto del año.

Desde Sancor Seguros, Azugna informó: «En lo que respecta a programas específicos de RSE, todo lo que pueda aprovecharse desde la modalidad virtual, o bien a través de materiales de apoyo, se canalizará por esa vía. Por ejemplo, el Programa de Voluntariado Corporativo cuenta con voluntarios que fueron formados por el Área de Contención de Prevención ART (conformada por el EIPS -Equipo de Intervención Psicosocial- y Referentes PAO -profesionales de acompañamiento y orientación-), lo cual también los prepara para nuevas contingencias o para seguir trabajando con este y otros grupos si se extiende la cuarentena».

La Segunda también cuenta con un Programa de Voluntariado Corporativo, donde buscan generar vínculos con la



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

comunidad impulsando acciones de cooperación en todas las zonas donde operan. Sobre el particular, Di Bert relató: «Los colaboradores de nuestro Grupo no sólo son un capital social importante sino también un equipo con grandes talentos. Nuestro impulso mayor estará en trabajar nuestra imagen a través de una campaña institucional que refuerce nuestra comunicación, mostrando como organización lo que somos y por qué hacemos lo que hacemos, haciendo hincapié en la sustentabilidad».

Además, como cooperativa, nos encontramos con la capacidad de impulsar a emprendedores independientes y sociales, creando redes que proporcionen herramientas de adaptación tecnológica a estos nuevos mercados emergentes. Para nosotros será fundamental seguir haciendo un fuerte trabajo a través de nuestro Programa 180°, cuyo objetivo es contribuir al desarrollo de emprendimientos cooperativos, a partir de la creación de un ecosistema que incorpore al sector ideas, proyectos y personas que puedan generar propuestas de valor y desarrollo territorial basado en criterios de sostenibilidad, globalidad y desarrollo humano».

Estamos en un momento para la acción, estamos enfocados en un pensamiento sistémico multinivel, inclusión de los grupos de interés; innovación disruptiva y activismo de largo plazo, para seguir creciendo junto a estos nuevos mercados emergentes. La colaboración será permanente y siempre estará vigente, focalizándonos en la acción y el énfasis en la empatía en nuestra imagen. Sin dudas, habrá más acciones en el resto del año, en donde continuaremos accionando con nuestros grupos de interés y consolidando nuestra imagen, no solo socialmente responsable sino humana».

A su turno, López indicó: «Conforme avance el año y tengamos más claro el panorama para este segundo semestre, continuaremos analizando propuestas para poder contribuir con proyectos que prioricen el valor humano, parte fundante de la identidad corporativa de Intégrity Seguros».



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



CONNECTING PEOPLE

Even during COVID-19 times...



Lola Mora 421 - WTC1 - Piso 20 / C1107ADD / CABA / ARG

+54 11 5263 2400 - info@specialdivisionre.com

www.specialdivisionre.com

Un seguro para CADA NECESIDAD

SEGURO AUTOMOTOR | SEGURO COLECTIVO DE VIDA | SEGURO DE ACCIDENTES PERSONALES | SEGURO DE SEPELIO

HAMBURGO COMPAÑIA DE SEGUROS

TU ELECCIÓN SEGURA

0810-8888690

www.hamburgoseguros.com.ar | Hamburgo Seguros | contacto@hamburgoseguros.com.ar

Líderes en el Noroeste Argentino

CASA CENTRAL Independencia N°56 - PB - (4.200) Sgo del Estero (0385) 422-0100 (0385) 421-5569	AGENCIA JUJUY Güemes N° 1259 (4.600) (0388) 423-8200	AGENCIA SALTIA España N° 950 (4.400) (0387) 432-7790/92	AGENCIA CATAMARCA Esquá N° 551 (4.700) (0383) 443-5250	AGENCIA LA RIOJA Pelajo B. Luna N° 227 (5.300) (0380) 4464-190 / 199	AGENCIA TUCUMÁN 24 de Septiembre N° 1660 (4.000) (0381) 4190062 / 63 / 64
--	---	--	---	---	--

NP de inscripción en SSN 0313 | Atención al asegurado 0800-666-8400 | www.argentina.gub.ar/ssn | Organismo de control SSN | SUBSECRETARÍA DE SEGURIDAD DE LA SALUD



RSE



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

➔ Desde Triunfo Seguros, Tablón precisó: «Para este año pensamos realizar el reporte GRI. Una vez que retomemos nuestras actividades desde las oficinas, continuaremos con la instrumentación de la separación de residuos y el aporte a los recicladores urbanos».

Seguidamente, Arangio, definió: «Si bien hay cosas que ya pueden anticiparse o intuirse, aún es temprano para poder dimensionar

a gran escala las consecuencias de la pandemia. Pero sin dudas, implicará una revisión profunda y amplia del propósito, la misión, los valores y la propuesta de valor de las empresas como actores relevantes para el desarrollo sostenible de las comunidades».

Después, habló sobre 'Codo a Codo', la más reciente iniciativa de San Cristóbal: «Es un programa para hacer frente a las consecuencias que la pandemia por Covid-19 y el aislamiento social,

preventivo y obligatorio tienen sobre su cadena de valor. Consiste en una serie de iniciativas desarrolladas desde las diferentes unidades de negocio tendientes a brindar servicios y soluciones a sus clientes y asegurados, su canal comercial y su red de proveedores clave. Los principales objetivos son amortiguar los efectos de la crisis, proteger los procesos de generación de valor, contener a nuestros socios estratégicos y garantizar la continuidad de la operación minimizando los impactos negativos. Dentro de este programa se implementan diferentes acciones concretas, entre ellas: el apoyo financiero a proveedores, el desarrollo digital de los PAS de San Cristóbal Seguros, el acceso gratuito al servicio de telemedicina para asociados (dispuesto al inicio del aislamiento social preventivo y obligatorio), el acceso a plataformas digitales de autogestión para PAS, proveedores, prestadores y clientes, y diversas medidas comerciales que procuran acompañar en este panorama inédito».

A continuación, Vazón manifestó: «Existe una decisión política del Consejo de Administración de RUS, impulsada por nuestro Presidente Ejecutivo, respecto a nuestro compromiso social. Tenemos principios y valores como empresa de la economía social con más de 60 años de historia, tenemos una estrategia de responsabilidad social que es un proceso estratégico en RUS y estamos convencidos que tenemos que ser actores comprometidos más que nunca con la comunidad en la que estamos insertos, de manera de impulsar, con empatía y compromiso, iniciativas que contribuyan a superar la situación que como sociedad estamos atravesando».

Para finalizar, Deleonardis aseveró: «Una de las prioridades estratégicas de BBVA es su compromiso con la sustentabilidad, no solamente en lo referido al cuidado del medioambiente sino también a dar respuesta a las demandas sociales de la comunidad en su conjunto». Un ejemplo de una de las acciones que llevan adelante en la compañía es 'Seamos Uno' donde «se busca promover la donación de los clientes para que aporten el equivalente al valor de una caja kit que están entregando y continuamente monitorean acciones en la que el banco pueda aportar por su fuerte compromiso con la sociedad lo que sea necesario», explica la vocera. 📍



▲ Verónica López, Jefa de Recursos Humanos de Integrity Seguros Argentina



MAYOR CONEXIÓN

la mejor asistencia.

- AMPLIAMOS LOS MEDIOS DE PAGO,
- NUEVOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN,
- ASISTENCIA 24/7,
- APP LPS
- Y MÁS.





DESCARGA NUESTRA APP
Y GESTIONA TODO EN UN SOLO LUGAR




Nº de inscripción en SSN: 0039, 0228 y 0541

Atención al asegurado: 0800-666-8400

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

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

WWW.LPS.COM.AR

AYUDAMOS A CUIDAR SU MUNDO, EL QUE SEA QUE ESTÉ IMAGINANDO.

Con más de 140 años de experiencia en el mundo y más de 50 en Argentina, te ayudamos a asegurar lo que es importante para vos.

zurich.com.ar



EN LAS PEQUEÑAS Y GRANDES COSAS.



Nº de inscripción en SSN: 0039, 0228 y 0541

Atención al asegurado: 0800-666-8400

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

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

ZURICH ASEGURADORA ARGENTINA S.A., CUIT 30-50003639-3, AV. DEL LIBERTADOR 6350, CABA. ZURICH ARGENTINA COMPAÑÍA DE SEGUROS S.A., CUIT 30-50004977-0. ZURICH INTERNATIONAL LIFE LTD. SUC. ARGENTINA, CUIT 30-67965715-8, CERRITO 1010, CABA.

Actualidad del Seguro desde la visión de sus Protagonistas

Situación del Mercado de Seguros en el 28° Aniversario de INFORME

1. Respuesta del Mercado de Seguros frente a Covid-19.

¿Cómo evalúa la reacción y respuesta de la industria de seguros ante la situación excepcional generada por la Pandemia Covid-19?

2. Presente y proyección de la Aseguradora.

¿Cómo se posiciona su compañía en el actual contexto y cómo se proyecta a futuro? ¿Qué acciones y políticas proyectan para un escenario post-pandemia?

3. Innovación Tecnológica.

¿Cuál ha sido el último desarrollo tecnológico que implementó su Aseguradora? ¿El aislamiento aceleró el proceso de digitalización? ¿Home Office o atención personal en la sucursal?

4. Productores Asesores & Digitalización.

¿Cómo vislumbra la actividad de intermediación a futuro? ¿Considera que los Productores Asesores se han actualizado a las nuevas tecnologías? ¿Qué herramientas les brinda su Aseguradora?

5. Reconfiguración del Sector.

¿Cómo imagina el mercado de seguros post-pandemia? ¿Considera que la industria aseguradora se va a reconfigurar a futuro?

(**DIEGO BRUN**)

Director Comercial de AlbaCaución

«Debemos ser cuidadosos con la suscripción ya que, en una etapa post-pandemia, el impacto del parate económico afectará y se verá reflejado en un incremento de la siniestralidad»

1. Respuesta del Mercado de Seguros frente a Covid-19.

- El mercado ha mostrado estar a la altura de la situación que nos toca atravesar. Fue capaz de adecuarse y continuar brindando el servicio a sus asegurados. En determinados nichos, reaccionó ofreciendo nuevas coberturas adaptadas a la realidad del momento e inclusive con precios diferenciados. Este hecho positivo creo que tiene más valor aún si pensamos que la caída de las primas de negocios fue sustancial en los primeros dos meses de la pandemia y sabemos que se tendrá un largo proceso de recuperación por delante

2. Presente y proyección de AlbaCaución.

- Estamos muy satisfechos en cómo estamos afrontando esta situación, a pesar de las numerosas adecuaciones que debimos realizar. Desde el inicio de la pandemia, hemos brindado sin interrupción nuestro servicio a los clientes. Acompañamos a nuestros Asegurados asesorándolos sobre las distintas modalidades de garantías digitales. Capacitamos a través de webinars a los PAS en algunos casos directamente y, en otros, mediante las asociaciones que los nuclean. Todo esto fue posible gracias al compromiso de nuestra gente y de nuestros productores. Seguimos apoyándonos en el servicio como uno de nuestros mayores diferenciales y hoy tenemos a disposición de nuestros clientes todos los formatos de emisión aprobados, la posibilidad de tener a su gerente de sucursal y ejecutivos disponibles para cualquier consulta.



Creo que este proceso nos ha fortalecido; si bien somos conscientes que la caída de negocios nuevos en estos meses fue superior al 30%, de a poco se va recuperando. Debemos ser cuidadosos con la suscripción ya que, en una etapa post-pandemia, el impacto del parate económico afectará y se verá reflejado en un incremento de la siniestralidad.

3. Innovación Tecnológica.

- Sin duda, debimos avanzar sobre algunas soluciones que todavía estaban por implementarse y donde nos vimos obligados a adelantar tiempos. Pusimos un sistema de telefonía basado en IP, para que los clientes pudieran tener contacto directo con cada sucursal y, en particular, con el propio gerente o cualquier ejecutivo. Este sistema, *Centro Comercial Online*, nos permite transferir cualquier llamada y garantizar la atención, y también posibilita que desde cualquier PC o dispositivo móvil al acceder a www.albacaucion.aom.ar y con un solo *click* el cliente pueda contactarse en forma gratuita. **AlbaCaución** es pionera en garantías digitales, en 2003 comenzamos con pólizas electrónicas trabajando en conjunto con nuestros asegurados. Sin duda, en estos meses nos adecuamos introduciendo las certificaciones electrónicas de firmas en las pólizas. Hoy al cliente, de acuerdo a la realidad que vive su provincia, podemos brindarle desde la póliza en papel, hasta la póliza digital, adecuándonos a la demanda de los asegurados y dentro de las opciones validadas por los organismos y la SSN. Tenemos una parte importante de nuestra estructura operando desde sus hogares y realizando trabajo remoto. Hoy todavía no tenemos atención personal en la agencias pero entendemos que, en la medida en que se pueda de acuerdo a los protocolos, volveremos a tenerla. ➡

InSur
Partner of Atradius
Seguros de Crédito y Caución

Protegemos tus cuentas por cobrar y afianzamos tus proyectos



Mirada local con respaldo global

www.segurosinsur.com.ar



70 años de trayectoria al servicio del mercado de seguros y reaseguros

GVA
García Vilariño y Asociados S.R.L.

SFAI
ARGENTINA

MEMBER OF THE
FORUM OF FIRMS

Av. Leandro N. Alem 1002 14° y 15° Piso - CABA - C.P. C1058AAP - Tel. 7078-7888



→ Para nosotros el contacto personal con los clientes es fundamental y si bien lo digital ayuda, no lo reemplaza.

4. Productores Asesores & Digitalización.

- En lo personal creo que los PAS han incorporado bastante tecnología en los últimos tiempos. Hoy parte importante de la comunicación entre la Aseguradora y el Productor es por medio de sistemas. Los productores visitan menos las aseguradoras. En cuanto a la relación del PAS con el cliente, veo que no es lo mismo CABA que el interior. En el interior el cliente quiere que lo visiten y por más que se le envíen las informaciones de cartera, resúmenes y pólizas de manera electrónica, esperan que pasen a verlo. Hoy vemos que principalmente las aseguradoras ponen a disposición distintos sistemas que permiten a los productores cotizar y gestionar cada vez más riesgos. Esto es un gran avance pero no demos olvidar que el PAS tiene una importante tarea que es la difusión, asesoramiento y venta de seguros.

5. Reconfiguración del Sector.

- Es muy posible que exista cierta transformación en la industria, donde las líneas masivas posiblemente acelerarán la utilización de canales digitales y de plataformas. La caída de negocio y la retracción del mercado que veremos en los próximos meses, es posible que lleve a un cambio de estrategia, en cuanto a la presencia física de las compañías en determinadas plazas, yendo a estructuras de costo más livianas. Igualmente, creo que la industria demostró -como mencionaba- que, sin mucha ayuda externa durante este periodo de Pandemia, la ha transitado de manera exitosa, lo cual demuestra un estado de madurez para hacer frente a las situaciones de crisis. Si vemos adelante, es complejo establecer un escenario único, ya que todos dependemos de cuánto dure esta situación y, en función de esto, cuánto nos demorará poder volver a una senda de crecimiento y reactivación económica sostenida. 📍

(NICOLÁS COFIÑO)

Gerente General de LIBRA Seguros

«Tenemos proyectado el ingreso a nuevos ramos, seguir sosteniendo el actual crecimiento, y mantener la incorporación de PAS»



1. Respuesta del Mercado de Seguros frente a Covid-19.

- En términos generales creo que la industria, en general, estuvo a la altura.

La pandemia ha puesto a las empresas frente a un gran desafío de readaptación. En este sentido, las empresas que ya venían con desarrollos tecnológicos y de digitalización han podido sostener la operatoria y darle continuidad a la gestión sin mayores sobresaltos

2. Presente y proyección de LIBRA Seguros.

- Desde el comienzo del aislamiento, hemos adaptado el 100% de la operación al actual contexto, desarrollando toda la gestión en forma remota y así poder darle continuidad a cada área del negocio.

Pudimos seguir emitiendo, atendiendo siniestros, llegando a acuerdos extrajudiciales y realizando los pagos pertinentes.

La mayor dificultad se presentó al comienzo de la cuarentena con la cobranza, luego y con un fuerte trabajo en conjunto con nuestros PAS, hemos podido recomodar los índices de cobranza ofreciendo distintos canales de pago.

En medio de esta situación, realizamos un exitoso lanzamiento de **Orange Time**, una nueva manera de asegurar los vehículos, muy apropiada para estos momentos y, sobre todo, para un futuro post pandemia que irá acompañado de profundos cambios en los hábitos de la gente. El mismo se centra en el tiempo de uso, donde «*menos se usa el vehículo, menos se paga*».

En la etapa post pandemia tenemos proyectado el ingreso a nuevos ramos, seguir sosteniendo el actual crecimiento, mantener la incorporación de PAS y desarrollar nuevos lanzamientos de productos innovadores, adaptados, personalizados y transformadores.

3. Innovación Tecnológica.

- La transformación digital es un movimiento constante que no sólo alcanza a los procesos, sino también a los productos, herramientas y a la forma de llegar a los clientes (actuales y futuros).

En LIBRA siempre entendimos que ese era el camino, y abordamos este desafío con un análisis interdisciplinario interno, buscando siempre cuáles serían las mejores maneras de llevarlo adelante. →

aacms
ASOCIACION ARGENTINA DE COOPERATIVAS
Y MUTUALIDADES DE SEGUROS

stop loss
bureau de reaseguros s.a.



rasa
Reaseguradores Argentinos SA

FINALOSS 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



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

Y así, nos focalizamos en su ejecución, en su mejora continua y en la medición de resultados. Todo el salto tecnológico lo hacemos siempre alineados e integrados con el productor asesor de seguros (PAS), un engranaje fundamental en nuestro modelo de negocios.

Veníamos trabajando con RR.HH. en la idea de empezar a trabajar con un modelo *home office*. Eso nos permitió darle a la operatoria una continuidad sin mayores sobresaltos. Lo que antes implicaba una parte del personal, hoy encuentra a todos nuestros equipos en esa modalidad y ya estamos programando el teletrabajo para después del levantamiento de la cuarentena. En nuestro caso, el *Home Office* llegó para quedarse, bajo un modelo mixto entre presencial y *home office*, entendiendo que también es importante tener contacto con nuestros PAS y entre los integrantes del equipo.

Nuestro último desarrollo tecnológico es *Orange Time*, una nueva manera de asegurar los vehículos a través de un

dispositivo que mide el tiempo de uso; se ajustó y desarrolló el sistema y se creó la *App móvil* para que el asegurado cuente con toda la información de su póliza y pueda llevar el control de su consumo.

4. Productores Asesores & Digitalización.

Nosotros nos definimos como una empresa pro productores y es por ello que entendemos como fundamental la intermediación como parte de nuestro modelo de negocio. En toda acción y desarrollo está presente el PAS, aún en los casos en que media la digitalización, como es el caso de *Libra on line*. Desde que activamos el canal de venta *on-line*, las nuevas pólizas son asignadas a nuestros PAS en función de la zona del cliente. Con esto apuntamos a incrementar la interacción en la web y captar a los clientes que eligen una contratación *online*, siempre haciendo partícipes a los PAS en el negocio del canal digital.

Para nosotros es impensado un futuro sin la intermediación y la atención post-venta de un PAS.

Queda un camino a recorrer en la aplicación de nuevas tecnologías y estamos convencidos que si los hacemos parte a los productores asesores, ellos acompañarán este proceso de cambio, siendo favorecidos tanto las empresas como los PAS.

En términos de herramientas, podemos citar entre otras las siguientes:

- *Kit digital* con material gráfico para favorecer sus acciones comerciales.

- Desde el *portal web* de PAS:
 - » Cotizar y emitir pólizas.
 - » Realizar las Renovaciones.
 - » Realizar endosos.
 - » Generar cambios de forma de cobro.
 - » Realizar aumentos de sumas aseguradas.
 - » Descargar pólizas en PDF.
 - » Denunciar siniestros y descargar la denuncia sellada.
 - » Descargar reportes.
 - » Cargar facturas para pago de comisiones

- Inspección previa de fotos por *link* para *Orange Time* y Todo Riesgo.
- Integración por *webservices* con multicotizadores y transferencia de fotos y documentación.

5. Reconfiguración del Sector.

Sin lugar a dudas, no solo la industria del seguro sino todos los sectores se van a reconfigurar y ese es el gran desafío que tenemos por delante. Nos adentramos a un mercado de grandes cambios en los hábitos de los consumidores, quienes nos demandarán productos personalizados y adaptados a distintos perfiles de asegurados.

Imagino un mercado muy competitivo en términos de tarifas, pero desde *LIBRA* entendemos que el mayor diferencial estará centrado en productos disruptivos e innovadores.

También será clave la revisión de costos y la readaptación de procesos para proteger la rentabilidad del negocio y así no depender tanto del rendimiento financiero.

(MARIANO DEL CORPO)

Gerente de Operaciones de Crédito y Caución

«En virtud de la tecnología que tenemos a disposición, es fundamental que el mercado de caución se adapte al formato digital»

1. Respuesta del Mercado de Seguros frente a Covid-19.

Si bien nuestro sector está familiarizado con el escenario digital, ya que el 45% de nuestro negocio corresponde a negocios aduaneros, y la póliza aduanera es 100% electrónica desde hace más de quince años, la crisis por el *Covid-19* significó una oportunidad para incorporar la versión de póliza digital para el resto de nuestros productos. La Superintendencia de Seguros de la Nación (SSN) mediante una providencia publicada en mayo de este año, ratificó la plena validez legal de las pólizas firmadas digitalmente a través del sistema de *Gestión Documental Electrónica (GDE)*, así como también aquellas firmadas digitalmente con *rúbrica* ante certificados licenciados por el Estado Nacional.

A partir de lo expuesto, el proceso de emisión de cualquiera de nuestros productos pasó a ser 100% electrónico, abarcando desde la recepción de un pedido, hasta la contratación, emisión y entrega de las pólizas.

En este sentido, se puede operar con total tranquilidad bajo el formato de pólizas digitales dado que poseen la misma validez jurídica que las que se firmaban de manera ológrafa. Además, de esta manera es más ágil el proceso desde la creación del contrato hasta su finalización, se evitan pérdidas de tiempo, trámites engorrosos y mayores costos, entre otras acciones. Por último, es muy importante que hagamos cierta docencia entre los beneficiarios públicos y privados que no están, en algunos casos, muy familiarizados con las pólizas digitales para las coberturas. Nuestro rol es fundamental para transmitir tranquilidad en este aspecto porque conocemos todos los beneficios que aportan. Adicionalmente a lo

En SMSV Seguros potenciamos su estrategia comercial.

- Soluciones integrales a su medida, en un solo lugar.
- Productos especiales y tarifas exclusivas.
- Una relación duradera basada en alianzas estratégicas.
- Amplia trayectoria en el mercado de seguros.
- Coberturas con tarifas especiales para Fuerzas Armadas y de Seguridad.

Sea parte de nuestra RED DE PRODUCTORES

0 8 1 0 - 9 9 9 - 7 3 4 8

comercial@smsvseguros.com.ar

Av. Córdoba 1345 - Piso 12 (CABA)



Pensamos como Usted, estando junto a Usted.



www.smsvseguros.com.ar



www.smsvasesores.com.ar

LA NUEVA
Cooperativa de Seguros Limitada

LN Seguros

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: PagoMisCuentas, Visa, VISA Débito, Mercado Pago, CobroExpress, rapipago

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

SSN | SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

expuesto, y con el fin de brindar soluciones en cuanto a pagos para nuestros clientes, hemos incorporado a nuestros medios tradicionales de cobro (transferencia/dépósito/tarjeta de crédito/cheques), nuevas opciones como el DEBIN, Echeq, y pago a través de QR.

2. Presente y proyección de Crédito y Caución.
- En **Crédito y Caución** no desconocemos la situación actual en relación a la recesión económica del país que, si bien no comenzó con esta pandemia, se acentuó significativamente con la misma. Argentina no es ajena a los problemas que afectarán al mundo post-pandemia porque la crisis es global. En algún punto, dependemos de las decisiones que tome el Gobierno a futuro. Más allá de ello, en **Crédito y Caución** creemos que entre todos podemos contribuir a que esta larga cuarentena nos deje alguna enseñanza; como una resiliencia productiva en el mediano y largo plazo que no solo active la economía, sino que beneficie a todos los actores involucrados. En relación al mercado de caución, todos quienes componemos el sector, debemos tener elasticidad y rapidez para poder adaptarnos a los cambios porque los mismos se están llevando a cabo de una forma llamativamente acelerada, con lo cual, la flexibilidad será clave a futuro.

3. Innovación Tecnológica.
- En el marco de la cuarentena, nuestra Compañía se encuentra operativa sin atención al público en nuestras oficinas, pero hemos implementado el *Plan Digital de Contingencia*; el mismo consiste en la emisión de pólizas electrónicas o con firma digital incorporada, la habilitación de puestos de trabajo remotos, digitalización de procesos, realización de reuniones mediante videoconferencias y habilitación de medios de pago electrónicos, entre otros, con el objetivo de garantizar el nivel de servicio de nuestros clientes.
En cuanto al *home office*, este modelo de trabajo no afectó en nada nuestra productividad, ya que nuestra empresa continuó operando con total normalidad e inclusive hasta mejoramos los tiempos de trabajo. Nuestro *staff* contó con las herramientas necesarias para poder realizar las tareas desde sus casas, y la comunicación continua gracias a la tecnología tuvo un papel fundamental.



Por último, recientemente lanzamos una web de la compañía totalmente renovada, muy ágil, fácil en su navegación, permite verificar los estados de las pólizas, con acceso a **CyC ONLINE**, herramienta que permite al cliente acceder a sus operaciones a cualquier hora y en cualquier lugar. También se puede consultar la cuenta corriente, la cartera de clientes, solicitar garantías y descargar información importante como facturas o listados de pólizas vigentes, entre otras funciones disponibles.

4. Productores Asesores & Digitalización.
- En virtud de la tecnología que tenemos a disposición, es

fundamental que el mercado de caución se adapte al formato digital. Si bien siempre vamos a necesitar del asesoramiento personalizado para acompañar los negocios de nuestros clientes, el proceso de comercialización debe ser 100% digital para contribuir a su transparencia, agilidad y simpleza. Todos los involucrados debemos adaptarnos e impulsar este cambio hacia una era digital que nos permitirá seguir dando un servicio de excelencia. En virtud de ello, los productores asesores de seguros son una pieza clave y es menester que puedan utilizar las herramientas disponibles para poder llevar a cabo una gestión eficiente dando valor a la cercanía que tienen con los clientes a lo largo de los años. El rol del seguro de caución consiste en ser un facilitador para las empresas y sin lugar a duda, el sistema digital ayuda en todo sentido.

5. Reconfiguración del Sector.
- Si bien hay algún muy pequeño movimiento en la construcción, sin lugar a dudas, la obra pública es uno de los sectores económicos que registró mayor caída. Siguiendo esta línea, las provisiones al Estado también es un área en baja y, salvo por la compra de algunos medicamentos específicos, no hay actividad. En el ámbito privado observamos un descenso marcado en la construcción. Con respecto al comercio exterior, este sector, en un primer momento, se frenó, pero ahora se está reactivando y estamos en un nivel de operaciones similar al de antes de la pandemia. Otra de las garantías que nos genera expectativas en cuanto a recuperación, son los seguros de alquiler para vivienda. El pasado mes de junio repuntó su comercialización y entendemos que el alza va a continuar en la medida que estén operativas las inmobiliarias y las mudanzas.

Es muy pronto para hablar de proyecciones porque el escenario es aún incierto, en estos momentos vemos una caída del 30% en el volumen de las operaciones. Entendemos que ni bien se termine el aislamiento social y obligatorio y comience la reactivación de las distintas industrias, quizás por los meses de septiembre y octubre, se van a retomar los volúmenes habituales de operaciones pre pandemia. Algunos analistas hablan de un fuerte repunte, el tema es cuándo eso ocurrirá, pero nuestra visión es optimista al respecto.

(JUAN MARTÍN DEVOTO)
Gerente General de Seguros InSur

«Subió mucho la demanda de Seguros de Crédito y nos hemos puesto como objetivo estar a la altura de las circunstancias, respondiendo consultas tanto del mercado doméstico como de exportación»

1. Respuesta del Mercado de Seguros frente a Covid-19.
- Estamos viviendo momentos de gran incertidumbre y angustia ante una crisis sanitaria y económica global sin precedentes. Esta crisis pone a prueba nuestra capacidad de adaptación, resiliencia y habilidad para trabajar juntos en equipo. Desde el inicio de la cuarentena decidimos operar al 100% en forma remota para proteger a nuestros clientes y colaboradores.
En estas instancias, los seguros toman particular relevancia y, aunque en Argentina no hay una fuerte cultura aseguradora, son notorios los beneficios de contar con un seguro que proteja a tu negocio tales como, el Seguro de Crédito (SC) y Caución (SCa). Principalmente, porque permiten a las empresas seguir operando, asegurando la cadena de pago y sosteniendo sus proyectos, y en cada caso, manteniendo su actividad y la de sus empleados dentro de un contexto de total incertidumbre, disminuyendo sus riesgos.
Dentro de nuestras medidas, hemos avanzado con pólizas de caución 100% digitales, validadas por la SSN, y con código QR. También se incorporó el *e-cheq* y derivamos los internos de nuestros Ejecutivos a sus celulares y nos comunicamos con cada uno de nuestros clientes, productores y brókers para hacérselos saber. Asimismo, contamos con una *Extranet* en la que se pueden solicitar líneas de crédito, prórrogas, declarar impagos y seguir sus solicitudes. Lógicamente, adelantamos la documentación física en forma digital y realizamos reuniones con clientes, productores, brókers y equipo por videoconferencia.

2. Presente y proyección de InSur.
- Nuestro plan estratégico de transformación se aceleró por la pandemia, pero está en línea con este nuevo contexto. Superado este período, nos encontramos con el desafío de operar con nuevas reglas, tal como el sistema de turnos, distanciamiento social y los cuidados que implica atender a los clientes y proteger a nuestros colaboradores. Por otra parte, nos llevará a repensar la forma de trabajo y buscar más eficiencia en los recursos respecto al uso del espacio.
Subió mucho la demanda de Seguros de Crédito y nos hemos puesto como objetivo estar a la altura de las circunstancias, respondiendo gran cantidad de consultas tanto del mercado doméstico como de exportación. La clave es el monitoreo constante de la cartera y así evitar que se incremente la siniestralidad. En tiempos de incertidumbre económica, las compañías confían en el SC como un instrumento adicional para administrar el riesgo y asegurar sus cuentas por cobrar. Estamos renovando las pólizas y monitoreando de cerca cada una de ellas para que nuestros clientes puedan tomar decisiones ágiles, con información valiosa ya que nos nutrimos de la red de información que nos ofrece nuestros *partners Continental y Atradius*, proveedores líderes de seguros de crédito en Latinoamérica y el mundo.
Respecto a SCa, se agilizaron los procesos, pero dado el contexto, se percibe una baja en la demanda. Hay muchas actividades que no están funcionando normalmente y esperamos que se reestablezcan una vez superada esta crisis. Creemos que en el 2021 habrá un aumento de la obra pública, mientras



que el comercio exterior creemos que será más lenta la vuelta a la normalidad.
En lo que resta del año, seguiremos trabajando para acelerar la transformación digital, que es un objetivo del grupo. En líneas generales, se reevaluará la estructura de gastos y los espacios físicos, porque el impulso que tuvo el *home office* ➔

CONSULTORÍA ACTUARIAL / SOFTWARE TÉCNICO

24 años de experiencia en servicios actuariales y software técnico en Argentina como FM&A – Fernando Mesquida y Asociados. Hoy como Milliman, ofrecemos nuestra experiencia única, incluyendo:

- Software analítico (precios – reservas – capitales)
- Software de administración (vida)
- Plan de Negocios
- Desarrollo de productos innovadores
- Asesoramiento estratégico
- M & A

Para obtener más información, contacte a:

Fernando Mesquida
fernando.mesquida@milliman.com

Hector Gueler
hector.gueler@milliman.com

milliman.com
Paraguay 610 Piso 25 - (54 11) 4314-6230



dejó demostrado que es posible trabajar. Esta situación pone de manifiesto la necesidad de fijar prioridades y promover una mayor cooperación orientando el trabajo hacia los objetivos.

3. Innovación Tecnológica.

- Se avanzó muchísimo en materia tecnológica, desde la implementación del e-cheq que permite emitir, endosar y depositar cheques de manera online, simplificando las operaciones y reduciendo sus costos, hasta la implementación de las pólizas digitales de Caución. Se trata de una póliza guardada en formato PDF a la que se le agrega un certificado de firma digital. Este certificado hace imposible que se altere el contenido del PDF y acredita la identidad de la compañía de seguros que la firma, tal y como si un escribano la certificara, a esto agregamos un código QR para garantizar la seguridad de la póliza y si la póliza lo requiere, la firma digital de nuestro escribano. Este desarrollo otorga numerosas ventajas para los productores y brókers clientes y asegurados ya que permite recibir pólizas por e-mail en formato pdf, en cualquier ubicación y con mayor rapidez, asegura la autenticidad e identidad de la persona que firma y la integridad del documento, posibilita la generación de expedientes electrónicos de una licitación, contrato, obra,

etc., y reduce el impacto ambiental, evitando el uso del papel. Continuamos trabajando con pólizas físicas para aquellos casos que lo requieren.

Es importante que estos cambios se consoliden, ya que adaptarse a esta modalidad fue un gran esfuerzo para las compañías de seguros, las áreas soporte, escribanías, PAS y Brókers.

En InSur seguimos trabajando desde nuestras casas. Para esto ha sido -y es fundamental- el trabajo realizado por el área de RR.HH. y Comunicación en conjunto con las demás áreas, brindando las herramientas necesarias para poder asegurar la continuidad del negocio y el bienestar de nuestros colaboradores.

4. Productores Asesores & Digitalización.

- En el mercado de SCa la digitalización impacta a los PAS y Brókers reduciendo sus costos y mejorando su rentabilidad. Ayudándolos en agilidad y eficiencia, fidelizando mucho más al cliente, les permite trabajar para mejorar el servicio disponiendo de más tiempo para «salir a la calle a vender» y dedicarse a necesidades y casos especiales. Nosotros nos ocupamos del resto. En cuanto al SC, por la especificidad

del producto, la participación de los PAS y Brókers es fundamental en cuanto a que ayudan a las empresas a una mejor administración de la póliza, es un trabajo casi artesanal.

5. Reconfiguración del Sector.

- Los seguros ofrecen seguridad y protección, algo que se hizo muy evidente en estos tiempos, por lo que de alguna manera creemos que el producto se posicionó mejor dentro del mercado. El cambio se traduce en que si antes las empresas preferían correr todo el riesgo, hoy eligen no hacerlo, y buscan un socio en una compañía de seguros.

Entendemos que vamos hacia un consumidor cada vez más exigente, que requiere productos/servicios ágiles y hechos a su medida. Que detrás de lo digital haya una persona que lo atiende y lo entienda. En InSur nos destacamos por trabajar los casos especiales y más difíciles. Creemos que Argentina es un país federal y que hay muchísimos negocios más allá de Buenos Aires y Provincia de Buenos Aires, tenemos oficinas en Córdoba, Mendoza y Rosario y otros puntos de emisión para lograr la cercanía que nos caracteriza, con la agilidad que los clientes demandan, trabajando junto a los asegurados, PAS y Brókers.

(EDUARDO ESTRADA)

Director de Negocios y Marketing del Grupo Sancor Seguros

«En Sancor Seguros y Prevención ART el impacto de la Pandemia ha sido menor al de la industria en general porque fuimos previsores, cautos y ordenados»

1. Respuesta del Mercado de Seguros frente a Covid-19.

- La respuesta ha sido buena. De inmediato, el mercado buscó adaptarse a un contexto sin precedentes e implementar las medidas necesarias para que el servicio a los asegurados sufriera el menor impacto posible.

Ante todo, se aplicaron todas las directrices emanadas del Poder Ejecutivo Nacional inherentes a la salvaguarda de los actores vinculados al quehacer diario de nuestra actividad. De esta manera, clientes, empleados, productores, proveedores, prestadores de servicio, etc., han sido encuadrados, en la medida de lo posible, en el desarrollo del teletrabajo y usando todos los medios que nos brinda la tecnología disponible.

Nuestra industria tiene, indudablemente, una trascendencia sustancial para la población en general, pues responde a la necesidad de cubrir sus riesgos, de mantener actualizadas sus coberturas y de obtener, previa liquidación, el resarcimiento económico en caso de existencia de un siniestro. Frente al impacto de la pandemia y sus numerosos efectos, podemos afirmar que las aseguradoras estuvimos a la altura de las circunstancias.

2. Presente y proyección de Grupo Sancor Seguros.

- En SANCOR SEGUROS y PREVENCIÓN ART, el impacto de la pandemia ha sido menor al de la industria en general porque fuimos previsores, cautos y ordenados, lo cual nos permite sostener esta situación sin grandes inconvenientes. Contamos con ratios financieros excelentes, así como con el patrimonio neto más alto de la industria aseguradora.

En síntesis, estamos en una muy buena situación para afrontar esta crisis y nuestro negocio no se verá comprometido. También hemos logrado mantener la calidad en la prestación del servicio que nos caracteriza desde hace casi 75 años, a pesar de tener, en un primer momento, a toda la Organización trabajando desde sus hogares.

Una de las grandes consecuencias de la pandemia en nuestro mercado ha sido el aumento exponencial de consultas sobre seguros que incluyan al COVID-19 entre sus coberturas, y la demanda de servicios que cobran especial relevancia en este contexto, como la telemedicina. Es allí donde seguiremos poniendo el foco, para brindar productos y servicios en línea con las nuevas tendencias de consumo y cada vez mejor adaptados a las necesidades de los asegurados, siempre de la mano de nuestros PAS y con la calidad de atención que nos caracteriza.

3. Innovación Tecnológica.

- En términos de operatorias y proyectos, claramente se

aceleraron las iniciativas digitales que teníamos en el roadmap; por ejemplo, lanzando diferentes productos con nuevas coberturas a través de venta web (operaciones que también quedan asociadas a un PAS) y extendiendo los servicios de **Llamando al Doctor** (consultorio médico virtual) a más coberturas.

Otro ejemplo fue la disponibilización digital de pólizas para las Unidades de Negocios y Productores Asesores o el proceso de **On Boarding** 100% digital para venta de **Prevención Salud**, nuestra prepaga.

Con respecto al **home office**, la implementación masiva del teletrabajo implicó una revisión completa tanto en la gestión como en la coordinación y la comunicación, no solo dentro de cada equipo, sino entre todas las áreas y con los Productores Asesores, clientes e inclusive con aquellos grupos externos con los que de alguna manera estamos relacionados.

Fue un gran cambio que la Organización venía transitando en forma paulatina y, de repente, debió acelerarse en la última fase y reconfigurarse para adaptarse a la actual coyuntura, adoptando y desarrollando nuevas metodologías de trabajo.

Actualmente estamos trabajando con una estrategia mixta en este sentido, ya que en casi todas las oficinas del país activamos un protocolo de regreso progresivo a la oficina, con equipos reducidos y observando todas las medidas de prevención y cuidado de la salud, mientras que otros empleados (fundamentalmente los que pertenecen a grupos de riesgo, viven lejos de la oficina o tienen hijos menores de edad a su cargo) continúan desarrollando sus tareas a distancia.

4. Productores Asesores & Digitalización.

- Hacia el futuro, el rol del Productor Asesor está llamado a fortalecerse de la mano de las nuevas tecnologías y a potenciar aspectos como el asesoramiento profesional y la atención personalizada.

No prevemos grandes cambios en la comercialización de seguros sino más bien una profundización del camino que se viene transitando, donde se incrementa la venta online y la utilización de canales digitales para agilizar las distintas etapas propias de la venta y posventa del seguro, pero siempre con la participación de los Productores Asesores.

Hay que abordar la tecnología digital como una herramienta para ellos, y no como un fin en sí mismo. Si algo ha demostrado esta pandemia es que los aspectos vinculados a una atención personalizada y a la construcción de un vínculo de confianza con el agente, no pueden ser sustituidos.

Desde nuestra Aseguradora, para los Productores Asesores, implementamos medidas y pusimos a su disposición recursos destinados a facilitar las tareas de cobranza y adaptarse



a las particularidades del nuevo escenario. Además de disponer de cotizadores, en algunos ramos como Automotores y Accidentes Personales también cuentan con la posibilidad de cerrar la venta online, lo cual es una herramienta más para potenciar la comercialización a distancia.

Como complemento de todo ello y para su operatoria diaria, los PAS cuentan con plataformas digitales como *app*, *sitio de autogestión* y *Portal PAS*, que 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.

5. Reconfiguración del Sector.

Es indudable que el mercado de seguros no será el mismo y que pasada la cuarentena no volveremos al estado anterior de cosas, sino que ingresaremos a una «nueva normalidad». Vamos a un mercado más concentrado. Algunas aseguradoras que presentaron modelos de seguros o propuestas comerciales no sostenibles, deberán afrontar las consecuencias. Lamentablemente, otras empresas de nicho de producto o geográfico, que en situaciones normales son muy exitosas, sufrirán. A ellas debemos buscar respaldar y apoyar. ➔



Sabemos donde está **nuestro norte**

Marcando nuevos rumbos
Lo más importante se asegura en Noble

Responsabilidad Civil Profesional,
Incendio, Seguro Técnico, Hogar,
Integrales, Vida y Accidentes Personales

www.nobleseguros.com



➔ A nivel internacional también el mundo del seguro cambiará. Estas crisis operan como catalizadores que aceleran tendencias previas y que luego se representan en toda su dimensión. Seguramente uno de los efectos pospandemia sea el desarrollo de nuevos seguros que contemplen este tipo de situaciones y sus efectos sobre la actividad de empresas y particulares.

Como pasó con la cobertura de terrorismo luego del 2001 y los ciber-riesgos, a veces el entusiasmo no resulta en una

demanda significativa ya que muchas veces se trata de coberturas costosas. Pero es importante tomar esto como una oportunidad y ponerlas a disposición de la comunidad, como así también las coberturas específicas para teletrabajo.

Como industria, tenemos que estar cada vez mejor preparados, a nivel de recursos y talento, para afrontar esos cambios profundos que en el mundo de hoy son cada vez más frecuentes y muchas veces impredecibles. 🚫

**(JOSÉ GARCÍA)****Miembro de la Alta Gerencia de La Perseverancia Seguros**

«LPS cuenta con tecnología que le asegura conectividad para toda su red de operaciones y facilita el normal desarrollo de las actividades de forma sincrónica»

1. Respuesta del Mercado de Seguros frente a Covid-19.

- La respuesta del mercado asegurador en general fue buena. Cada compañía ofreció lo mejor en función de sus posibilidades. En el caso de **La Perseverancia Seguros**, gracias a un proceso de innovación tecnológica que habíamos iniciado tiempo atrás, pudimos abordar la situación con tranquilidad y dando respuesta inmediata a todos los requerimientos que se plantearon. Desde el primer momento y teniendo en cuenta que nuestra compañía cuenta con procesos automatizados, se operó de forma completamente remota, con todo el personal trabajando normalmente a través de *home office*. LPS cuenta con tecnología que le asegura conectividad para toda su red de operaciones y facilita el normal desarrollo de las actividades de forma sincrónica.

Adicionalmente, se desarrollaron instructivos especiales en los que se comunicó todos los medios de contacto, formas de realizar las tramitaciones y métodos de pago habilitados.

Hoy los asegurados de La Perseverancia Seguros disponen de una amplia gama de canales de comunicación habilitados, entre ellos:

- **0800-222-2577** en el que se pueden realizar consultas, solicitar asistencia mecánica con geolocalización y al hogar, y denunciar siniestros las 24 hs.
- **Whatsapp +54 9 2983 458063** para tramitación de siniestros y consultas generales sobre los mismos.
- **Whatsapp + 54 9 11 28020012** y **SMS 70703** para solicitar asistencia mecánica y al hogar las 24 hs.
- **Whatsapp + 54 9 2983418702** para realizar cualquier tipo de consultas.
- **App y portal para asegurados** en el que se pueden consultar y descargar todas las pólizas vigentes y abonarlas *on line*.

Todos estos desarrollos permitieron que la compañía pueda desempeñarse con normalidad en el nuevo escenario planteado.

2. Presente y proyección de La Perseverancia Seguros.

- **La Perseverancia Seguros** ha abordado -tal como mencionamos previamente- un proceso de innovación tecnológica y automatización de procesos que tiene como principales destinatarios a sus productores asesores de seguros y a sus asegurados. Necesariamente, la tecnología está inmersa en todas nuestras actividades cotidianas y también cambia el escenario para el mercado de seguros. En LPS

estamos trabajando en la implementación de sistemas que faciliten los procedimientos y la comunicación con nuestro Productores.

3. Innovación Tecnológica.

- El último desarrollo tecnológico de **La Perseverancia Seguros** es su **App para Productores**. LPS en este tiempo implementó una gran cantidad de soluciones tecnológicas; sin duda el aislamiento aceleró el proceso pero era algo que ya se estaba trabajando desde hace tiempo. Se desarrolló un nuevo módulo estadístico para productores, se implementaron más opciones para abonar pólizas. Nuevos medios de pago: **Pronto Pago, Tarjeta Ualá, Plus pagos, tarjeta prepaga de Mercado Pago Mastercard** y la posibilidad de abonar las pólizas sin chequera.

También la verificación de la póliza de caución *online* para tomadores y beneficiarios.

Se renovó la **App LPS Asegurados** que ahora cuenta con un nuevo sistema de solicitud de asistencia mecánica con geolocalización.

Se implementó el envío de las pólizas por vía digital.

En cuanto a la atención en sucursal o *home office*, LPS planteó un **modelo mixto**. La compañía, a pesar de las restricciones del aislamiento obligatorio, mantiene -como siempre- el trato cordial y personal con sus asegurados y colaboradores.

La preocupación por continuar teniendo esta cercanía que nos distingue nos ha llevado a implementar un sistema de atención virtual que se suma al presencial ya existente. Todos los interesados pueden solicitar un turno para realizar sus trámites de manera presencial en nuestras oficinas comerciales o de forma virtual, a través de una plataforma de videoconferencia. En caso de que elijan la modalidad de entrevista virtual, les compartimos por *mail* 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 esperamos en nuestras oficinas en el horario acordado.

4. Productores Asesores & Digitalización.

- La actividad de los PAS continuará siendo importante, los asegurados buscan su asesoramiento y cercanía en todo momento. Es por ello que desde LPS les damos más y mejores herramientas que les permiten agilizar sus gestiones y afianzar la comunicación con los clientes.

A través de la nueva **App LPS Productores**, los PAS pueden recibir notificaciones, por ejemplo, acerca de los vehículos



de sus asegurados que están recibiendo asistencia mecánica. Pueden consultar las pólizas emitidas y compartirlas por *whatsapp* con los asegurados o enviarlas por *mail* y anunciarlo por SMS. También pueden acceder a las solicitudes de emisión pendiente para estar al tanto de su tramitación en la compañía. Los productores, en todo momento, pueden consultar las deudas de sus asegurados y enviarles recordatorios de pago por *mail, whatsapp* o *sms*, también pueden enviarles por *whatsapp* un link de pago para que abonen lo adeudado a través de **Mercado Pago**. En la misma *app* está integrada una solución para que el productor pueda cobrar las pólizas a sus asegurados con tarjeta de crédito sin necesidad de contar con *postnet*. La denuncia de siniestros de Automotores y motovehículos puede realizarse directamente desde la *app* y, al mismo tiempo que se realiza, se pueden tomar las fotos del siniestro o subir las mismas desde la galería de imágenes.

Como todas las actividades, sin duda el mercado asegurador deberá reconfigurarse a partir del diseño de nuevas coberturas y productos asociados a las nuevas necesidades de los asegurados. También se deberán repensar sus procesos con miras a hacerlos más ágiles y automáticos. 🚫

5. Reconfiguración del Sector.

- Como todas las actividades, sin duda el mercado asegurador deberá reconfigurarse a partir del diseño de nuevas coberturas y productos asociados a las nuevas necesidades de los asegurados. También se deberán repensar sus procesos con miras a hacerlos más ágiles y automáticos. 🚫

**(TOMÁS ISLA CASARES)****Gerente de Suscripción de Fianzas y Crédito**

«En nuestra Compañía, la adaptabilidad y el compromiso son algunos de los valores que contribuyeron a repositionarnos rápidamente»

En lo que respecta a la compañía, ya veníamos trabajando con un esquema de *Home Office*, por lo tanto, en ese aspecto sólo tuvimos que adaptar dicho esquema para que sea permanente.

Afortunadamente, hoy en día estamos operando en forma 100% remota y digital sin ninguna limitación, ya que la actividad no se encuentra exceptuada para poder abrir la compañía en forma presencial. Cuando pudimos, lo hicimos mediante una guardia mínima e indispensable, bajo estrictas normas de seguridad e higiene, respetando el protocolo establecido para nuestra actividad.

De cara al futuro, incorporaremos estos aprendizajes y los optimizaremos para mejorar día a día.

Esta «nueva normalidad» nos permitirá profundizar los desarrollos en tecnología, tal como lo venimos haciendo, para que el productor tenga mejores herramientas que faciliten su trabajo diario.

La incorporación de las nuevas tecnologías, junto con una buena coordinación entre los diferentes equipos y sectores de la compañía, nos va a permitir seguir mejorando el servicio.

3. Innovación Tecnológica.

- El último desarrollo tecnológico que implementamos fue el de póliza digital en sus diferentes formatos y, sin lugar a dudas, el aspecto más importante de todo el proceso de digitalización. Entre sus virtudes, la póliza digital, permite menores costos en la adquisición del producto, mayor velocidad, más transparencia y agilidad, eliminando la logística que implica retirar la póliza en papel para luego presentarla en los diferentes organismos.

Adaptamos nuestro negocio de modo tal que el cliente no necesite salir de su casa y pueda realizar todos los trámites de manera digital como, por ejemplo: la devolución de las garantías (hoy las estamos recibiendo escaneadas por *mail*), los reclamos y las necesidades de los asegurados son atendidos por *mail*, ofrecemos varias alternativas de pago *online* (*e-cheq*, transferencia, **Mercado Pago**).

Sin lugar a dudas, la cuarentena nos llevó a implementar nuevos procesos, a los cuales no estábamos acostumbrados, pero aceleró el tiempo de la digitalización que era muy necesaria.

**(MARIANO NIMO)****Gerente General de Afianzadora - Seguros de Caución**

«La democratización de la tecnología es una realidad en Afianzadora, apuntando a compartir con nuestra red de socios comerciales absolutamente todas las herramientas tech de administración»

1. Respuesta del Mercado de Seguros frente a Covid-19.

- La reacción de la comunidad caucionera fue para destacar, reconvirtiéndolo su operación a modo remoto en tan solo unas horas hábiles. Con la **Póliza Digital** como estándar de esta revolución, el nicho atendió en tiempo récord las necesidades de sus productores y clientes, acelerando la digitalización del negocio contractual, costado de la operación que aún presentaba cierta resistencia a este avance virtual que traerá beneficios a todas las partes involucradas. Resumiendo, una reacción sorprendente que en tiempo récord tuvo prácticamente normalizada su operación.

2. Presente y proyección de Afianzadora.

- La compañía se encuentra con una operación completamente normalizada, reforzando el costado de la cobranza resentida producto de una recesión que se vio profundizada por el inesperado *Covid 19*. Continuamos conservando nuestra estructura técnica superavitaria, sustentado en una **Holocracia** como modelo de gestión donde se desdibujan las jerarquías y los perfiles multidisciplinarios son los protagonistas de un sistema flexible y de máxima velocidad para

la toma de decisiones dada su horizontalidad. Estas bases sólidas, a pesar de la complejidad del contexto, nos permiten seguir el **Plan Quinquenal** trazado en el 2018, respetando las bases cualitativas estratégicas que en algunos casos se han acelerado por la pandemia, como la digitalización de los procesos administrativos, de emisión y cobranza. Las acciones seguirán vinculadas a proveer de la mejor tecnología a nuestros PAS; compartiendo nuestro *software* de administración a través de una oficina virtual 24 hrs. La capacitación seguirá siendo parte de la columna vertebral del proyecto, con la 5ta. Edición de la **Escuela de Caución** en modalidad 100% virtual para poder llegar a todos los rincones de la Argentina con un simple 'click'. La **Cultura Afianzadora** seguirá siendo una marca registrada, intentando generar conciencia aseguradora en las relaciones contractuales de la Pequeña y Mediana Empresa, donde el instrumento aún tiene baja penetración. Insistiremos en acercar nuestro producto a la gente, a través de las pólizas de alquiler como instrumento de acceso a la vivienda y en breve, estaremos garantizando los acuerdos de «cuota alimentaria» en procesos judiciales de familia, buscando acercar el producto a la problemática diaria de la sociedad misma. Las políticas están definidas y prestas a dar cobertura a ➔





➤ la nueva economía que se viene, donde el *Keynesianismo* será por un tiempo moneda corriente en este nuevo mundo, que **avizora larga vida al mercado de caución porque donde hay Estado, hay demanda de seguros de caución.**

3. Innovación Tecnológica.

- A pesar de este año pandémico, **Afianzadora** tiene muchas novedades que incluyen a todo su ecosistema, buscando democratizar la tecnología entre nuestros socios estratégicos (PAS). Acabamos de implementar el **Nuevo Sistema Core** de la compañía, con nuevas prestaciones que nos permitirán ofrecer una **Oficina Virtual 24 horas**, para que nuestros clientes elijan cómo y cuándo quieren transaccionar con nosotros. Los *Analytics* como herramienta de administración para la toma de decisiones ya son una realidad estratégica en la compañía, comenzando en el segundo semestre un **Plan de Inclusión IT** con nuestros PAS, quienes podrán acceder a este potente instrumento para la administración de riesgos, cobranza y refacturaciones. La digitalización ya es una realidad, sin dudas acelerada con el efecto *Covid 19*, queriendo extender su aplicación al 100% de la operación caucionera, con el fin de ampliar su ámbito de aplicación a cualquier rincón del país en tiempo real, lanzando el «**Plan de Inclusión Digital**» dentro de la Escuela de Caución. Una nueva era comienza en el negocio donde la atención personalizada no

estará vinculada con una cuestión presencial, sino con la velocidad de satisfacer el requerimiento del cliente, buscando el mejor *mix Tech+Humano* que genere tanto empatía como ejecutividad en la respuesta. La tendencia humana se ligará con la innovación *tech* esperando un círculo virtuoso donde los conceptos de cooperación, colaboración e intereses colectivos empezarán a ganar espacio en el frío mundo de los negocios.

4. Productores Asesores & Digitalización.

- Creemos que hay larga vida en la intermediación, principalmente por su valor irremplazable de asesoramiento y empatía con el cliente. **Vemos a la tecnología en un rol de empoderamiento más que de reemplazo**, aportando máxima eficiencia a lo transaccional y generando canales de difusión muy potentes para generar **Cultura Aseguradora**. Vemos a los Productores Asesores de Seguros 'abrazando' las nuevas tecnologías como parte de una nueva era digital que la inesperada pandemia aceleró bruscamente. En la actualidad, la gama de oferta para el PAS en el ámbito *Tech* va desde una **Oficina Virtual 24 hrs**, hasta herramientas de gestión como las *Analytics* que permiten evaluar el comportamiento de la cartera en sus principales variables. **La democratización de la tecnología es una realidad en Afianzadora**, apuntando a compartir con nuestra red de socios

comerciales absolutamente todas las herramientas *tech* de administración con las que contamos. **La tecnología llegó para potenciar al PAS, más que para reemplazarlo**, aunque éste deberá estar permeable a su adopción dadas las nuevas necesidades del cliente post *Covid 19*.

5. Reconfiguración del Sector.

- El mundo ya cambió; nosotros estamos cambiando y creemos que **la reconversión será el gran desafío de las aseguradoras post pandemia**. Ya estamos trabajando con nuestros recursos humanos, buscando en la potenciación de las habilidades *soft* el valor crítico de nuestra gente, con sólido manejo de herramientas tecnológicas que doten al personal de tres virtudes elementales: **ejecutividad, empatía con el cliente y calidad en la toma de decisiones**. Su reconfiguración tendrá como socio principal la innovación, donde la flexibilidad, visión multidisciplinaria y la iniciativa colaborativa serán claves para poder responder a las crecientes necesidades del nuevo contexto. La dinámica seguirá a velocidad de vértigo, quedando de pie aquellos que encuentren en la reconversión un modelo que está alineado al nuevo consumidor, que no solo usará barbijos, sino que estará conectado de otra manera a sus preferencias, elecciones y formas de cómo va a consumir el necesario seguro en esta época de gran incertidumbre. ☺

(DAVID REY GOITÍA)

Presidente de Intégrity Seguros Argentina

«Intégrity cerró su balance anual al 30 de junio 2020 con un resultado positivo de \$ 70 millones. A pesar de la crisis, cerró con un superávit de capitales mínimos de \$ 628 millones»

1. Respuesta del Mercado de Seguros frente a Covid-19.

- Las Compañías que ya tenían preparados planes de contingencia para situaciones de Desastre (*Disaster Recovery Plan -DRP-*), fueron las que menos impacto tuvieron desde el punto de vista del funcionamiento y operación. En el caso de **Intégrity**, al día siguiente que el Presidente anunció la cuarentena, todos estábamos instalados en nuestros hogares conectados remotamente. La operación de la Compañía fluyó casi con normalidad. Por el contrario, las empresas que no contaban con un *DRP*, sufrieron un sofocón inicial y les llevó, en algunos casos, semanas para ponerse operativos.

En lo que a Productos respecta, creo que todo el mercado reaccionó positivamente adecuando los mismos a las necesidades de los clientes, dado el nuevo contexto. En el caso de **Intégrity**, sacamos al mercado nuevos productos como **Accidentes Personales** para acompañantes terapéuticos, cuidado de adultos y niños; **AP Delivery** para proteger al personal de reparto de productos que se transportan a pie, en bicicleta o moto; un producto de **Comercio Esencial**, que es un integral de comercio a primer riesgo absoluto para cubrir actividades esenciales como talleres mecánicos, venta y reparación de neumáticos, venta de repuestos de autos y camiones; ferreterías y farmacias, entre otras. Estos productos pueden ser cotizados desde la web.

En el caso de Autos, sacamos un producto con tarifas bonificadas y vigencia trimestral aplicable a todas las coberturas. Volviendo más genéricamente a la industria, las Compañías en su gran mayoría cuidan hoy celosamente los negocios vigentes en sus renovaciones, tratando de adaptarlas a la nueva realidad de nuestros clientes. Tal es el caso de las Flotas de las empresas a las que se les ajustó para abajo la suma asegurada, ya que muchos de sus vehículos quedaron parados por falta de actividad comercial. Algo parecido ocurrió con las pólizas de Transporte de Mercaderías, porque su circulación disminuyó drásticamente a excepción de los rubros alimentos y farmacéutico, respectivamente.

En cuanto a la responsabilidad social, algunas Compañías hicieron sus aportes a la comunidad para paliar los efectos de la Pandemia. En nuestro caso, **Intégrity** hizo una importante donación para el **Hospital Solidario COVID Austral**,

de alta complejidad, impulsado por la *Universidad Austral* y el *Hospital Universitario Austral*.

2. Presente y proyección de Intégrity Seguros.

- **Intégrity** cerró su balance anual al 30 de junio de 2020 con un resultado positivo de \$70 millones. A pesar de la crisis, cerró con un superávit de capitales mínimos de \$628 millones y de cobertura Artículo 35 de \$627 millones, un 50% y un 80% mejor que el año pasado, respectivamente.

Para el Ejercicio entrante, los Resultados de la industria en general, puede que mermen en menor o mayor medida, dependiendo de la solidez de cada empresa y de la extensión de la Pandemia, claro está.

No obstante, cabe aclarar, que en el caso de **Intégrity**, gracias a la solidez conseguida durante los últimos años, la crisis no afectará la solvencia ni la liquidez necesaria para hacer frente a los compromisos. La Compañía seguirá manteniendo los estándares de atención con los Productores, cumpliendo a 'rajatabla' con sus compromisos de pago de comisiones y protegiendo los bienes y activos de sus Asegurados.

Más allá del contexto de *Covid-19*, está claro que todos los sectores tendremos que afrontar nuevas modalidades de trabajo, donde los canales digitales y el teletrabajo serán clave. Tenemos que ser capaces de comunicarnos y entendernos en esta suerte de anonimato que genera la virtualidad, que posee un idioma propio y que supone una forma de diálogo diferente. La presencia física para la realización de cualquier gestión, trabajo, estudio, etc, se verá un tanto reducida.

Las Compañías que, como **Intégrity**, desde hace tiempo trabajan en el desarrollo de canales y formas innovadoras de comunicación, podrán continuar brindando servicios habituales y realizando los procesos con más teletrabajo.

3. Innovación Tecnológica.

- Actualmente, estamos anunciando la puesta en funcionamiento de una nueva versión de **Intégrity Geo**, la aplicación integral de la Compañía para una mejor experiencia de los Asegurados. Hemos agregado una función que es para poder



así como nuestros Productores continúan con la gestión de sus negocios.

El foco de **Intégrity** ha estado puesto en asistir a nuestros socios estratégicos, entendiendo las dificultades que vienen sorteando con el cese de algunas actividades y los cambios que viene sufriendo la economía de nuestros clientes, en pos de mantener siempre nuestros estándares de calidad de servicio y beneficios para el Asegurado.

Hemos desarrollado piezas digitales y relanzado nuestras redes sociales para que sirvan a los fines del cierre de sus negocios y puedan llegar a los clientes y potenciales clientes de manera *online*, «fácil y rápido».

En el marco de **Intégrity Academy** (nuestro programa anual de capacitación para productores), hemos realizado el primer encuentro, en formato virtual, sobre Redes Sociales, *Google* y la plataforma *Teams*, para que nuestra red de PAS pueda hacer uso de nuevas herramientas digitales y continuar adelante con sus negocios en este contexto tan particular.

En cuanto al **staff de Intégrity**, todo nuestro Personal se encuentra hoy trabajando bajo la modalidad de «*Home Office*», con altos estándares de productividad y eficiencia gracias a los ágiles procesos *online* que posee la Compañía.

4. Productores Asesores & Digitalización.

- Ante la aparición del *Covid 19*, **Intégrity** desarrolló una tarea muy interesante e importante para sus Productores Asesores no tan familiarizados con la tecnología por una cuestión generacional, si se me permite la expresión. Los capacitamos y pudimos ayudarlos en el uso de las herramientas tecnológicas para seguir asesorando a sus clientes y comercializando pólizas de seguro durante el aislamiento social obligatorio.

En cuanto a nuestro **staff comercial** y de suscripción, con el objetivo de capacitarlos y potenciar las habilidades comerciales, ambos equipos se encuentran realizando dos Programas que hemos elegido de una importante consultora internacional. Uno de **Gestión Profesional de Ventas y Gerenciamiento** y otro de **Coaching Comercial**.

La Compañía ya había desarrollado la póliza digital, el alta de los PAS *on line*, la utilización de la **Plataforma Teams** para reuniones y conferencias y multiplicado el acceso a medios de pago virtuales. Trabajamos mucho en la 'tecnologización' de nuestros procesos y recursos, escuchando permanentemente al cliente y al Productor, en sus necesidades actuales.

5. Reconfiguración del Sector.

- Creemos que el mercado de seguros pos pandemia, quedará reconfigurado. Existe la posibilidad de que algunas Compañías presenten un cuadro importante de insolvencia y de déficit de capitales mínimos. Esto llevará a que pueda haber fusiones, absorciones y adquisiciones de parte de unas Compañías a otras, quedando en pie las mejor administradas, solventes y con fortaleza patrimonial.

Por el lado del cliente, éste deberá seleccionar con cuidado qué Compañía pondrá a mejor resguardo sus bienes, claro está, con el buen asesoramiento de su Productor. ☺

(ALEJANDRO M. SULTANI)

Presidente y Gerente General de El Progreso Seguros

«Para El Progreso Seguros esperamos un moderado crecimiento dado que privilegiamos el nivel de tarifa, preservando la calidad de la cartera y la fuerte relación con nuestra red comercial»



1. Respuesta del Mercado de Seguros frente a Covid-19.

- Al igual que en situaciones de crisis anteriores, el mercado de seguros supo adaptarse rápidamente al momento extraordinario que todavía vivimos producto de la Pandemia *Covid 19*. En efecto, los métodos tradicionales han pasado

a convivir con los digitales en perfecta armonía y, en algunos casos, pudieron ser reemplazados. La respuesta ha sido satisfactoria en todo sentido, es decir no solamente hacia Asegurados en virtud de los Contratos suscritos, sino también respecto del cumplimiento de cualquier otra obligación asumida en general.

2. Presente y proyección de El Progreso Seguros.

- Estamos atravesando este particular momento con suma cautela y afortunadamente sin sobresaltos. Para el mercado, en general, veo una fuerte retracción del negocio y una evolución de la prima que no acompañará los indicadores inflacionarios. Desde nuestro Grupo, para **El Progreso Seguros** esperamos un moderado crecimiento dado que privilegiamos el nivel de tarifa preservando la calidad de la cartera y la fuerte relación con nuestra red comercial tradicional, en tanto para **La Territorial Vida y Salud** esperamos que la baja en la inflación haga atractivas las coberturas de Personas.

3. Innovación Tecnológica.

- Al inicio de la Pandemia estábamos trabajando en mejoras continuas en nuestro **Módulo de Gestión y App para Asegurados**. Otro tema iniciado y con puesta en marcha a la fecha es el envío de Pólizas por medios electrónicos, permitiendo así una reducción sustancial en el uso de papel y envíos en físico. Lógicamente, el aislamiento produjo una aceleración de los procesos digitales y, si

bien por tradición, nuestro mercado había sido muy reacio al trabajo a distancia, vemos muy buena adaptación a esta modalidad y a futuro es posible que ambas formas se mantengan y coexistan en total sintonía.

4. Productores Asesores & Digitalización.

- Para nuestro mercado considero plenamente vigente el rol del Productor Asesor, seguramente con cambios, algunos ya instalados como la comercialización digital. La actitud y la aptitud frente al nuevo paradigma fueron asumidas no sólo por las Entidades sino fundamentalmente por los Productores Asesores y sus Organizaciones con resultados sorprendentes, generando interacción con los Asegurados, fortaleciendo vínculos y fidelizando las carteras. Las herramientas que brindamos son un **Módulo de Gestión** que contempla todas las funcionalidades necesarias más la **Aplicación Móvil** muy completa en información y servicio.

5. Reconfiguración del Sector.

- Creo que superada la fase crítica de la Pandemia, **el mercado de seguros y reaseguros no volverá a ser el mismo que conocimos**. Como ya fuera mencionado, la transformación digital se aceleró, produciendo un impacto inmediato en casi todas las variables del negocio. Los hábitos de la sociedad cambiarán profundamente, lo que habrá de producir modificaciones en todos los actores de nuestro mercado, el cual no tengo dudas sabrá adaptarse perfectamente en la constante búsqueda de su mayor eficiencia. ☺



abonar saldos anteriores. La misma se suma a las funcionalidades de denuncias de siniestros, servicios de asistencia mecánica, acceso a datos del Productor Asesor de Seguros y ubicación de distintas sucursales, que caracterizaban a la versión inicial de la aplicación.

A su vez, estamos por lanzar una «**App Mobile**» para que los Productores realicen sus gestiones de manera más ágil desde el celular. A través del dispositivo móvil podrán ingresar, cotizar, emitir, etc. Todo lo que hasta ahora hacían a través de la web (el Portal de Productores).

Si bien la Pandemia nos obligó a las Compañías a poner énfasis en desarrollos tecnológicos, lo cierto es que **Intégrity** ya venía por ese camino. En nuestro caso, la Compañía viene digitalizándose desde hace tiempo y trabajando en su desarrollo tecnológico, adoptando formas de comunicación que se ajusten a las necesidades actuales. Por esa razón pudimos seguir brindando los servicios habituales y realizando los procesos a través del teletrabajo,

Ajuste por inflación en los Estados Contables de Aseguradoras y Reaseguradoras

El Dr. Antonio García Vilariño, Socio y Director Ejecutivo del Estudio García Vilariño, despeja dudas respecto al marco normativo y el encuadre con las normas profesionales para presentar los Estados Contables «en moneda homogénea».

Escribe **Dr. Antonio García Vilariño**
Socio y Director Ejecutivo del Estudio García Vilariño

Ya a con la cercanía del cierre de los Estados Contables de Aseguradoras y Reaseguradoras surgen consultas sobre el marco normativo y el encuadre con las normas profesionales para presentar los citados Estados Contables «en moneda homogénea». Como ya reiteradamente señalamos, **las normas profesionales establecían que los estados contables deben expresarse en moneda homogénea**, señalando además que en un contexto de estabilidad monetaria, la moneda nominal es utilizada como moneda homogénea, mientras que, **en un contexto de inflación o deflación, los Estados Contables deben expresarse en moneda de poder adquisitivo de la fecha a la cual corresponden**, dando reconocimiento contable a las variaciones en el Índice de Precios Internos al por Mayor (IPIM) publicado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos, de acuerdo con el método de reexpresión establecido en la Resolución Técnica (RT) Nro. 6 de la Federación Argentina de Consejos Profesionales en Ciencias Económicas (FACPCE).

Antecedentes

Con fecha 20 de marzo de 2003, el Poder Ejecutivo Nacional dictó el Decreto Nro. 664/2003 el cual derogó el último párrafo del Artículo 10 de la Ley 23.928 introducido por el Art. 2 del Decreto 1.269/02 de fecha 16 de junio de 2002 y estableció disposiciones que debían observar los Organismos de Control dependientes del mismo, lo cual implicó discontinuar la presentación de los Estados Contables en moneda constante. Por tal motivo, la Inspección General de Justicia emitió con fecha 16 de abril de 2003 la Resolución General Nro. 4/2003 (B.O. 22.04.2003) mediante la cual establece en su Artículo 1ro. que: «Los Estados Contables correspondientes a ejercicios completos o períodos intermedios, con excepción de los confeccionados por las personas jurídicas comprendidas en regímenes legales sujetos a fiscalización especial, discontinuarán a partir del 1ro. de marzo de 2003, la aplicación del método de reexpresión de Estados Contables a moneda homogénea». Además, la Superintendencia de Seguros de la Nación emitió en aquella oportunidad la Resolución Nro. 29.190 en donde estableció discontinuar el método del ajuste por inflación, a partir del 1ro. de enero de 2003, como así también lo establecieron las normas contables profesionales, ello a partir del 1ro. de octubre de 2003. Con fecha 4 de octubre de 2013 fue emitida por la ya antes citada FACPCE la RT 39 y aprobada por el Consejo Profesional de Ciencias Económicas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, mediante la Resolución Nro. 20/2014, con vigencia a partir de su publicación. La norma incorpora a la RT 17 la existencia de una tasa acumulada de inflación en tres años que alcance o sobrepase el 100% como una característica que identifica un contexto de inflación que amerite ajustar los Estados Contables para que los mismos queden expresados en moneda de poder adquisitivo de la fecha a la cual corresponden, considerando para ello el índice de precios internos al por mayor difundidos por el INDEC.

Por otra parte, la RT 39 modifica la RT 6, para establecer que si, tras un período de interrupción del ajuste de Estados Contables para reflejar el efecto de los cambios ocurridos en el poder adquisitivo de la moneda, fuera necesario



reanudar el ajuste, el mismo se aplicará desde el comienzo del ejercicio en que se verifique la existencia de las características que identifican un contexto de inflación y los cambios a considerar serán los habidos desde el momento en que se interrumpió el ajuste, o desde una fecha de alta posterior, según corresponda a las partidas a ajustar. La Federación Argentina de Consejos Profesionales en Ciencias Económicas (FACPCE) ha emitido la Resolución de Junta de Gobierno Nro. 539/2018 con fecha 29.09.2018, la cual establece que se ha realizado un monitoreo permanente de los índices de precios, concluyendo que la tasa acumulada de inflación en los últimos tres años superaba ya en tal instancia el 100%, medida en las diferentes combinaciones posibles de índices disponibles, y entre otros, con del Índice de Precio Internos al por Mayor (IPIM), lo que permite concluir que debe iniciarse la aplicación del ajuste por inflación resultante de la sección 3.1 de la R.T. 17 (modificada por la R.T. Nro. 39) y de la sección 2.6. de la RT Nro. 41, para la preparación de los Estados Contables (tanto anuales como intermedios) que cierran a partir del 01.07.2018 (inclusive). Esta Resolución de la FACPCE fue aprobada por el Consejo Profesional de Ciencias Económicas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires bajo la Resolución C.D. Nro. 107/2018 de fecha 10.10.2018; la citada Res. de la FACPCE también fue con diferente cronología aprobada por todos los Consejos/ Colegios Profesionales de las restantes provincias argentinas en su oportunidad. A través de la Ley 27.468, publicada en el Boletín Oficial en fecha 4.12.2018, se deroga el Decreto 1269/02 y sus modificatorios, lo que prohibía a los Organismos de Contralor dependientes del Poder Ejecutivo de recibir Estados Contables ajustados por inflación, delegando en ellos las facultades de fijar las fechas a partir de las cuales tienen que reanudar la reexpresión de los Estados Contables en moneda homogénea.

Resoluciones y Circulares SSN

La Superintendencia de Seguros de la Nación ha emitido la Resolución RESOL-2019-118-APN-SSN-MHA de fecha 7.02.2019 y aclaratorias posteriores, las cuales establecen que **los Estados Contables deberán presentarse expresados en moneda homogénea, lo que será de aplicación obligatoria a partir de los Estados Contables anuales**

de Ejercicio completo al 30 de junio de 2020. Asimismo, la norma estableció que a partir de los Estados Contables cerrados al 30 de junio de 2019 y para intermedios posteriores y hasta el 31 de marzo de 2020 inclusive, las Entidades deberían exponer en Notas a los Estados Contables citando el efecto/impacto del ajuste, siguiendo lo establecido a tales fines por las normas contables profesionales emitidas por la Federación Argentina de Consejos Profesionales en Ciencias Económicas (FACPCE). Por tal motivo, y tal cual lo establece la Circular Nro. IF-2019-64632649-APN-SSN-MHA emitida el 17.07.2019, las Entidades han expuesto al cierre de cada trimestre mencionado (la presentación de los EECC al 31.03.2020 está postergada hasta el 31.07.2020 ante la situación planteada por el Aislamiento Social y Preventivo Obligatorio en curso) la citada información en su estimación a moneda de cierre, con ciertas limitaciones que hacían a la falta de definición por parte de la citada SSN para la aplicación del método. Desde la Profesión y desde las diferentes Cámaras de la Actividad, ante la confirmación de la aplicación del ajuste integral de los Estados Contables a moneda homogénea para los próximos a concluir al 30 de junio de 2020, ello mediante RESOL-2020-147-APN-SSN-MEC, habían surgido ciertos interrogantes, los cuales al menos en parte son aclarados por la norma citada. En cuanto a resultado, resulta gravitante lo confirmado en cuanto al cálculo de la Reserva Técnica por Insuficiencia de Primas sobre partidas expresadas a moneda homogénea, también las claras definiciones para la determinación de los IBNR, que para Capitales Mínimos la norma define su cálculo sobre moneda histórica en los relativos a sobre Primas y Siniestros, y manteniéndolos por ramas sin variaciones por sobre los valores determinados para acreditar al 31.03.2020 y hasta el 30.06.2021, entre otros. También resulta muy importante y en especial para el actual contexto mantener la norma que permite actualizar inmuebles tanto de renta como de inversión como de uso propio por IPC, de contar con el antecedente de valuación por parte del Tribunal de Tasaciones de la Nación que no supere la antigüedad señalada, como las disposiciones del Art. 8 de la norma relativas a cambios en la computabilidad de inmuebles, Créditos, etc. etc.

Normas complementarias

Por supuesto, **cabe aguardar qué normas complementarias para el ajuste de Estados Contables emitirá la SSN considerando las emitidas en el año 2002** y el tratamiento a dar a diversos temas relativos a saldos comparativos, armado del Estado de Evolución del Patrimonio Neto, exposición del RECPAM (Resultado por exposición a los cambios en el poder adquisitivo de la moneda), en los cuales la expectativa es poder remitirnos a las normas profesionales en la materia, por ejemplo, la dispensa de la Res. 539/2018 de la FACPCE con relación a la información comparativa. Sabemos que la Superintendencia de Seguros de la Nación está trabajando intensamente con todos sus equipos en la adecuación de programas y cargas de datos para el SI-NENSUP y ante la presentación al cierre anual de ya Estados Contables a moneda homogénea, evaluando además aperturas de cuentas, determinación de distribución de gastos e índices, metodologías alternativas para la reexpresión de los resultados financieros a moneda homogénea, etc. etc., evidenciado ello en la postergación de fecha de presentación del Estado Contable Anual hasta el 30.09.2020. Es evidente que ante la realidad de aplicación de Estados Contables a moneda homogénea, si bien faltan aún definiciones, pero mucho se ha avanzado ya, permitiendo así definir un marco de cierta certidumbre para todos los procesos en curso y a tal efecto en Aseguradoras y Reaseguradoras. 📍



#28

(Estamos cumpliendo 28 Años en Julio 2020)

¡Muchas Gracias
por acompañarnos!

www.informeoperadores.com.ar

informe
operadores de mercado

- Revista digital
- Newsletter quincenal
- Sitio Web

Riesgos cibernéticos para empresas. la demanda de la cobertura aumentó un 200% durante la cuarentena



En los últimos meses y, principalmente impulsados por los efectos de la cuarentena, algunos procesos relacionados con la adopción de la tecnología, como el teletrabajo o las compras online, se aceleraron e incrementaron de forma inédita y en todos los ámbitos. Sin dudas, este fenómeno implica a su vez mayores riesgos para la ciberseguridad de las personas y las empresas. Adelantándose a esta tendencia, SURA, compañía especializada en Seguros, Tendencias y Riesgos, lanzó el año pasado la primera póliza de riesgos cibernéticos del país. Hoy y luego de haberse intensificado la demanda durante los últimos meses, la compañía informó que efectivamente hubo un aumento del 200% en las solicitudes de esta cobertura para empresas. Según la empresa de seguridad empresarial Proofpoint, los ciberataques han aumentado en este tiempo, así como las noticias falsas que utilizan la tendencia del COVID-19 como la puerta de entrada para el robo de información personal y la generación de pánico. En esta misma línea, de acuerdo a la Asociación Argentina de Lucha Contra el Cibercrimen (AALCC), durante la cuarentena se observó un incremento de delitos como la extorsión online 20,42% (+5,25), el phishing 16,53% (+9,88) y el fraude 14,89% (+1,1).

«La irrupción de la tecnología en el ecosistema empresarial ha modificado las reglas del juego para todos los sectores, lo cual no ha sido fácil, en especial para quienes no se anticiparon a las nuevas tendencias del entorno. El trabajo remoto se ha instalado y encarar este desafío sin fortalecer los sistemas de seguridad informática de las organizaciones implica un enorme riesgo», detalla Juan Ramallo, Gerente de Líneas Comerciales y Segmento Corporativo de SURA. En este escenario, las medidas y los controles para protegerse de los ciber riesgos deben ser mayores, ya que en los hogares no se suelen contar con las medidas de seguridad más eficientes, y al activar computadoras, tablets o celulares fuera de las redes de una organización, el acceso a la información es más sencillo para los hackers. Para hacer frente a los daños que implica un ataque cibernético, la póliza de Riesgos Cibernéticos SURA brinda al usuario una cobertura 24/7 y está enfocada en otorgar respaldo al ecosistema digital y global de las compañías. Si bien la solución en un comienzo se enfocaba en las PyMEs, recientemente SURA comenzó a ofrecer la cobertura también para personas, como respuesta a las nuevas necesidades de los consumidores durante la pandemia.

La póliza cubre el daño propio, la recuperación de información digital, la extorsión cibernética, las transacciones bancarias fraudulentas y los gastos para proteger su reputación; también los daños a terceros, como la responsabilidad por violación de información confidencial o datos personales, la responsabilidad por software malicioso o virus informático, la publicación en medios digitales y los gastos judiciales y de defensa; y el manejo de crisis, que incluye gastos forenses, de defensa y autoridades administrativas, y los gastos sin previa autorización. A su vez, en el caso de la póliza para empresas, también cubre la interrupción de actividad empresarial. De esta manera, SURA continúa brindando respaldo a sus clientes en la gestión integral de estos riesgos, iniciando su estrategia de protección con el conocimiento profundo de los mismos. El Seguro de Riesgos Cibernéticos SURA se convierte en una necesidad, tanto para las compañías como para las personas, en un contexto complejo donde la velocidad de respuesta ante los cambios en el entorno toma un rol preponderante y en el que resulta fundamental estar alertas para detectar los nuevos riesgos a tiempo.

Gallagher establece su Network Internacional

La Gallagher Global Network, antes conocida como Gallagher Global Alliance, se especializa en seguros, administración de riesgos y beneficios para el personal, en más de 150 países y con más de 50.000 empleados alrededor del mundo. El increíble exitoso crecimiento de la red demuestra su continua innovación y evolución a nivel mundial.



RISKGROUP ARGENTINA es su miembro exclusivo tanto en Argentina, como Uruguay y Paraguay. Gallagher comparte y controla las mejores prácticas, códigos de conducta y estándares de calidad para la atención de los más de 200 clientes globales compartidos con la firma. Como muchos podrán reconocer, se ha actualizado el nombre de la red a Gallagher Global Network. La palabra 'Network' (Red) captura más apropiadamente la esencia de esta red, forma de trabajo y cultura organizacional (misión). Tanto 'Gallagher' como 'Global' siguen siendo componentes primordiales, ya que transmiten al mercado mundial la continuidad de los valores asociados a GGA. Este cambio fue realizado luego de una investigación solicitada por el equipo directivo de Gallagher y aprobada por todos los miembros.

La nueva marca, Gallagher Global Network, será utilizada tanto por las filiales Gallagher como por sus socios y aliados estratégicos, buscando comunicar a los clientes globales que esta red internacional brindará sus servicios como un gran equipo unificado bajo la misma visión, misión y estándares de excelencia. Una estrategia equiparable a la aplicada por las Big 4 de auditoría. Gallagher Global Network seguirá manteniendo las mismas características que su predecesora, líder en talento y experiencia en el mercado asegurador y reasegurador, pero a la vez con un nuevo enfoque para el futuro éxito y crecimiento de la red.

Breves de Informe

Grupo San Cristóbal se suma por tercer año consecutivo como sponsor del concurso 100K Latam



El Instituto Tecnológico de Buenos Aires (ITBA), con el apoyo del MIT (Massachusetts Institute of Technology) Sloan Latin America Office, dieron inicio a la tercera edición del concurso 100K LATAM que busca impulsar el desarrollo de startups con capacidad de generar impacto en la región. Por tercer año consecutivo, Grupo San Cristóbal se suma como sponsor de este importante certamen. Dividido en tres categorías, otorgará más de US\$ 100.000 dólares en premios a los ganadores. Las inscripciones estarán abiertas hasta el 31 de julio. Los proyectos serán evaluados por un jurado compuesto por especialistas de la industria, referentes del universo emprendedor y académicos que valorarán el desarrollo de emprendimientos innovadores, de base tecnológica y/o inscriptos en la economía del conocimiento.

«La transformación tecnológica va más allá de lo digital, es una transformación de las personas y de la cultura empresarial. Trabajar en una cultura colaborativa, flexible y ágil nos permite crecer», explicó Nicolás Renzi, Líder de Transformación Digital de Grupo San Cristóbal, al referirse sobre el terreno común entre el certamen y la visión del Grupo. En cuanto al cronograma, la Gran Final del 100K LATAM se desarrollará el 17 de noviembre. Desde el año pasado, además de los premios económicos, el emprendimiento que alcance el primer lugar en la categoría Launch accederá a la semifinal de la edición del MIT \$100K Entrepreneurship Competition en Cambridge; además de contar con el mentorado de un referente. En la edición 2019 del 100K LATAM el ganador de ese beneficio fue el proyecto peruano Le Qara, que accedió a la Gran Final, de la que participaron sólo las ocho mejores startups del mundo. Más información: www.100klatam.org

Galicia Seguros refuerza su compromiso social durante el aislamiento

En línea con la estrategia que se lleva a cabo dentro del Grupo Financiero Galicia, la compañía realiza una vez más su rol activo con la sociedad a través de acciones solidarias. De esta forma, colaboró donando fondos para la construcción del Hospital Solidario Covid Austral, al tiempo que entregó dosis de vacunas antiepiales para voluntarios de la Cruz Roja Argentina que realizan tareas de asistencia en alojamientos temporales.



«Pusimos manos a la obra y gracias al aporte de nuestros colaboradores sumado al que realizamos desde la compañía, conseguimos recaudar fondos que fueron destinados a la construcción del Hospital Solidario Covid Austral», afirma Cecilia Ortega, gerente de Recursos Humanos de Galicia Seguros. Este nuevo centro de salud, emplazado en el Campus de la Universidad Austral en la localidad de Pilar (Buenos Aires), cuenta con 60 camas totalmente equipadas y destinadas a pacientes que requieren cuidados de alta complejidad. El mismo fue inaugurado el pasado mes de junio por el Presidente de la Nación. Por otra parte, la compañía realiza todos los años una campaña de vacunación antigripal 'in company'. «En esta oportunidad, y ante el contexto que se presentó, decidimos actuar en dos direcciones. Por un lado, los colaboradores que solicitaron la vacuna, la recibieron en sus domicilios. Pero además, nos sumamos a la campaña #ArgentinaNosNecesita de la Cruz Roja Argentina y entregamos dosis para sus voluntarios que están brindando asistencia en los centros de Tecnópolis y en el Barrio 31. A través de esta iniciativa solidaria, de algún modo sentimos que estamos 'cuidando a la distancia' a quienes realizan un esfuerzo incansable por acompañar a las personas que más lo necesitan», concluye orgullosa la directiva.

Agentes Institorios: Capacitación obligatoria 2020

La SSN informó sobre la capacitación para Responsables o Gerentes del Departamento o Gerencia de Seguros y/o Responsables de Atención al Cliente Asegurado de los Agentes Institorios. La Superintendencia de Seguros de la Nación (SSN) determinó a través de la Resolución SSN N° 187/2020, el programa de capacitación para los Responsables o Gerentes del Departamento o Gerencia de Seguros y/o Responsables de Atención al Cliente Asegurado de los Agentes Institorios, que se desarrollará desde el 1/7/2020 al 30/12/2020. Cabe destacar que la capacitación de los responsables es una obligación anual para todos los Agentes Institorios. Puntos a tener en cuenta: 1. Estar al día con el Derecho Anual de Actuación. 2. Verificar la nómina de responsables informada en el sistema RAI - Integrantes. (<http://seguro2.ssn.gov.ar>) RAI). De requerir actualización se deberán contactar a informe@productor@ssn.gov.ar. 3. Ir a la opción 'Calcular Pago', dentro del sistema RAI - Cursos. El sistema indica el monto y los datos de la cuenta a transferir. 4. Una vez transferido el importe indicado, subir el comprobante al sistema RAI - Cursos, opción 'Subir comprobante' (debe ser un archivo .jpg) y enviar copia del mismo a fapasa@fapasa.org.ar. 5. Dentro de los 10 días, FAPASA verifica el monto transferido, habilita la plataforma de capacitación y remite la factura.

Globant Ventures anuncia ronda de inversión en dos startups argentinas: Woocar y Drixit

Globant Ventures, la aceleradora de startups de tecnología con alto potencial de Globant, anunció una inversión de más de US\$ 300.000 para el desarrollo de dos nuevos emprendimientos: Woocar, una plataforma digital que utiliza la inteligencia artificial para reducir los siniestros viales, y Drixit, una solución que busca proteger al trabajador industrial de accidentes laborales digitalizando y automatizando la operación.



«En estos momentos de adaptación y cambio, desde Globant Ventures buscamos seguir potenciando el ecosistema emprendedor local. Estos dos emprendimientos resumen lo que buscamos en una startup: negocios basados en nuevas tecnologías como Inteligencia Artificial, alto potencial de crecimiento a escala global y un equipo de emprendedores capaces de ejecutar un plan de negocio saludable», sostuvo Martin Umanan, Chief of Staff, co-fundador de Globant y General Partner de Globant Ventures. «Además del aporte de capital, el objetivo es transmitirles nuestra experiencia para robustecer su modelo de negocios y expandir su mercado a otros países».

Woocar es una plataforma que permite corregir los vicios del conductor, evitar accidentes y ahorrar combustible. A través de inteligencia artificial y basándose en ciencias del comportamiento, busca contribuir en la formación de mejores hábitos al momento de estar frente al volante. Mediante sensores que se encuentran en cualquier tipo de celular, evalúa formas y conductas para reducir hasta un 80% los accidentes viales de sus clientes.

Drixit Technologies desarrolló una plataforma para garantizar la seguridad de empleados y maquinarias en grandes espacios de trabajo, con información precisa en tiempo real y con alertas inteligentes configurables. Al recopilar y analizar información sobre conductas y comportamientos de empleados industriales, esta startup logró integrar en un solo dispositivo un sistema que previene los accidentes laborales y optimiza la velocidad de reacción cuando ocurren.

«El aporte principal de Globant hacia estas startups es acercarlas a una red de mentores para compartir conocimientos, experiencias y contactos», explica Gustavo Martello, Operating Partner de Globant Ventures. «Contamos con Endeavor Argentina, EY Argentina y el estudio Marval, O'Farrell & Mairal como aliados estratégicos».

Globant Ventures ha invertido hasta el momento US\$ 1 millón en 6 startups argentinas, relacionadas directamente con temas como la inteligencia artificial, realidad aumentada, logística, internet de las cosas y automatización de procesos. En la actualidad, Globant Ventures mantiene abierta la selección de nuevas startups. Los interesados pueden postularse en: www.globantventures.com

ASOCIART brinda Tele Prevención

Con la finalidad de brindar asesoramiento profesional en higiene y seguridad, sumar tecnología para la prevención de riesgos y continuar con el apoyo técnico para la reducción de la siniestralidad, ASOCIART lanzó una nueva herramienta para sus clientes: Tele Prevención. Este servicio permite elegir el día y horario más conveniente para conversar con los especialistas del área. De este modo, se mantiene la atención personalizada habitual, evitando los traslados y reuniones que actualmente están imposibilitados. En este marco, Diego Alvarez, Gerente General de la Aseguradora expresó «El Sistema de Riesgos del Trabajo pone énfasis en la prevención para el cuidado de la salud y la reducción de la siniestralidad. En ASOCIART estamos a la vanguardia, enfocando nuestros esfuerzos para generar ambientes de trabajo más seguros». Con este reciente lanzamiento, ASOCIART consolida su carácter innovador, acortando las distancias para estar siempre cerca de sus Clientes.



AACS presenta su nuevo Sitio Web



Ya se encuentra disponible el nuevo sitio web de la Asociación Argentina de Compañías de Seguros (AACS). Su renovado diseño y funcionalidades permiten acceder, de manera ágil y sencilla, a toda la información relacionada a los servicios que ofrece a sus Afiliadas. En la nueva web es posible encontrar la Historia de la Asociación, así como también Estadísticas, Novedades, material sobre Legislación, y Servicios Destacados para Afiliadas. La dirección del nuevo sitio web es: <http://web.aacs.org.ar/>

Leverbox ganadora del premio #BestSolution

Con la mayoría de los votos de los participantes con los que cotó el último episodio del ciclo #OpenTalksInsurtechLatam, Leverbox se consagró como la empresa ganadora del premio #BestSolution que reconoce a la insurtech más prometedora e innovadora de América Latina en la industria del seguro. La final de este ciclo de 8 encuentros digitales, organizado por CMS Group y Digital Insurance Latam, tuvo lugar el miércoles 8 de julio y contó con la participación de las siguientes empresas finalistas que presentaron de manera resumida sus soluciones disruptivas: Klare, WeeCompany, Leverbox, CLUPP, Bdeo, FAD@, Jooyarc, Burn to Give. Entre ellas, Leverbox contó con el apoyo mayoritario de los 400 participantes de la sesión que la eligieron como la insurtech más impactante del ciclo y le otorgaron la posibilidad de participar en el #MOI2020 (Digital Insurance Innovation Day) y de acceder al desarrollo de un visual story mapping de Sysone y a un ejemplar del libro «The End of Insurance As We Know It» de Rob Galbraith.



profile

JULIA

Cocina de Autor en Villa Crespo



cemento y madera pintadas en verdes y grises. Se destaca la iluminación con globos de luz sobre la barra y luces puntuales sobre las mesas. Así como también la gran cantidad de plantas a la vista, que aportan calidez. Su cocina está a la vista y se puede ver al chef en todo momento mientras cocina y emplata las preparaciones.

Ambiente

Maneja un público en su mayoría local, que en términos de porcentaje representa alrededor de un 60%, mientras que el 40% restante está dado por turistas, especialmente luego de la nota en el NY Times.

«El público que concurre a Julia, generalmente, viene abierto a nuevas experiencias, a probar sabores nuevos, en diferentes combinaciones y texturas, y las edades oscilan entre los 25 y 55 años».

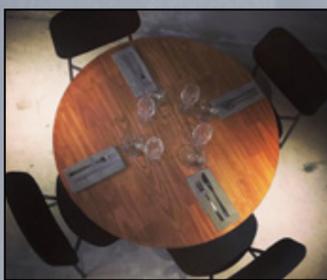


Historia

Julia es un restaurante emplazado en el barrio de Villa Crespo, perteneciente al chef Julio Martín Baez. Ubicado en un local sobre la calle L-

yola, se configura como un pequeño bistró con apenas 22 cubiertos. Si bien no es una zona caracterizada por ser un polo gastronómico, esto no constituye un problema, ya que desde el inicio del proyecto el foco nunca estuvo puesto en el lugar. Consultado por Informe Operadores de Mercado, Julio M. Báez (JMB) nos lo cuenta en primera persona: «Siempre creí que mientras el producto sea bueno, la ubicación es secundaria. Anteriormente, en ese lugar había una cafetería que permaneció durante tres años y cuando finalmente cerró, un amigo que pasó por la puerta me envió una foto con el cartel de 'Se Alquila', y me dijo, 'Este es para vos'. Llamé, lo vi, y a las dos semanas ya estaba firmando contrato. Fue todo muy rápido. Firmamos en Abril de 2019 y abrimos el 10 de Julio de ese mismo año. Soy el único dueño e inversor, no tengo socios, así que todas las decisiones pasaron por mí, asesorado por mi cuñada que es arquitecta, y con el apoyo de mi familia».

El concepto de Julia está basado en dar un servicio personalizado, por eso el tamaño del lugar es acotado. Su chef y mentor sostiene que cuando se empieza a cocinar en grandes volúmenes, se pierde el sentido artesanal de la cocina, al igual que cuando un producto se industrializa y deja de ser lo que era antes. «Hacemos solo 22 cubiertos para que el comensal tenga una experiencia gratificante», remarca Báez.



Gastronomía

Julio Báez toma ingredientes nobles y los combina con técnicas y texturas para lograr un plato equilibrado, siendo ésta la principal premisa del restaurante: el equilibrio. Los platos de la carta siempre combinan algo ácido, algo graso, algo picante, algo crocante, algo amargo.

Todo fluye entre contrastes y en no más de 4 ó 5 ingredientes, todos de calidad y de estación. Los platos pueden llegar a cambiar diariamente, según lo que se encuentre en el mercado. »

En apenas un año Julia ha logrado aceptación del público y amplio reconocimiento de la prensa, incluyendo su aparición en el suplemento «36 hours in BA» del New York Times, lo cual, lo puso en primer plano.

Nombre

Consultado acerca del significado del nombre, JMB relata: «Se denomina Julia en honor a mi primera hija que nació en enero de 2019. Quería un nombre propio para el restaurante y qué mejor que el nombre de ella. Además de que abrimos en Julio, mi abuelo se llamó Julio, mi papá se llama Julio, yo me llamo Julio, mi hija Julia y ahora mi restaurante. Es como una dinastía».

Arquitectura y decoración

El espacio es sobrio, enmarcado con una estructura de hierro sobre la barra que ocupa todo el ancho del local y paredes de



Una equilibrada combinación de sabores y texturas



La cocina de **Julia** presenta siete entradas, tres principales, dos postres y un plato de quesos argentinos, suficientes para lograr la experiencia gratificante buscada. «Se trata de una carta corta, para asegurar la frescura de todo», define JMB.

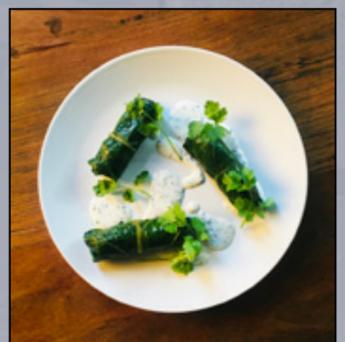
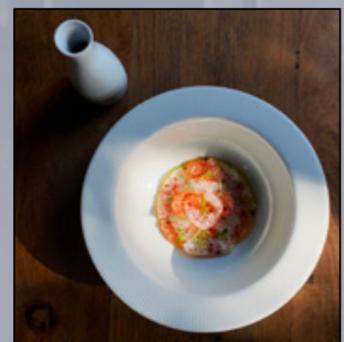
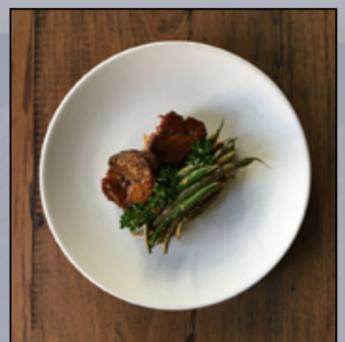
Entre las **Entradas**, sobresale el *Gaspacho de remolacha* (con mostaza, cerezas y queso de cabra); *Tartare* (con Nduja, provolone, pistachos y mayonesa de pan); *Ricota* (con hojas de Shiso, nuez y sésamo); *Sashimi* (con pomelo, maíz frito, pimienta rosa y perejil); o *Calamar* (con yogur, nueces, lima y palta).

Mención aparte para el *Pan de masa madre* (con manteca, chicharrones y semillas de hinojo).

En materia de **Principales**, destaca el *Ojo de Bife a la leña* (con tomates orgánicos, y tonnato); *Pesca* (chaucha ahumada, puré de arveja y wasabi); o *Panceta* (con duraznos, porotos Mung, ketchup de ciruelas).

Los **Postres** presentan exquisiteces como el *Helado de sésamo* (con frutas de estación, cacao y jengibre); *Cremoso de chocolate* (con frutillas, pickles de especias y chiles); o un plato especial de *Quesos* (con peras frescas y dulce).

Bodegas
La carta de vinos no es muy extensa pero cuenta con una selección de pequeñas bodegas que continuamente están en la búsqueda



planeado ningún tipo de expansión. «Estamos atravesando un momento difícil, de mucha incertidumbre, y las energías están puestas en pasar esta situación. Ideas para nuevos proyectos, hay muchas, pero habrá que esperar.
Por otra parte, hemos tenido gran aceptación tanto del público como de la prensa, todo en menos de un año, así que estamos felices de vivir este momento».

julio báez



Nacido en Chacabuco, Buenos Aires, **Julio Martín Báez** posee un estilo audaz y singular inspirado en la cocina simple, con hincapié en los productos, e influenciado por sus viajes a Francia y América del Sur. También puede decirse que su gastronomía es un poco mediterránea, por su paso por la Costa Azul y sus influencias familiares, pero con pequeños detalles de diferentes cocinas, que buscan sorprender a los invitados.
Curioso e inquieto, Julio está siempre en la búsqueda de productos y nuevas ideas para la carta de **Julia**, que cambia constantemente al ritmo de las estaciones y de la disponibilidad.



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.



sancorsegueros.com.ar

0800 444 2850





TU TRANQUILIDAD CRECE.

www.galenoseguros.com.ar

infor28e

operadores de mercado



TU TRANQUILIDAD CRECE.

www.galenoseguros.com.ar

Julián Mascias

Soltero - 26 Años - Signo Libra (14-10-1993)

Suscriptor Aero LATAM en **Reunion Re Compañía de Reaseguros**

● **UN HOBBY**

La música

● **LA JUSTICIA**

Bien aplicada, el mejor principio universal

● **SU MAYOR VIRTUD**

Resiliencia

● **LA SEGURIDAD**

Una sensación

● **ACTOR Y ACTRIZ**

Tom Hanks / Meryl Streep

● **AVIÓN O BARCO**

Avión

● **VESTIMENTA FORMAL O INFORMAL**

Informal

● **UN SER QUERIDO**

Mi nonna Teresa

● **ESTAR ENAMORADO ES...**

Uno de los sentimientos más lindos

● **UNA ASIGNATURA PENDIENTE**

Todavía ninguna

● **LA MENTIRA MÁS GRANDE**

«Después te llamo»

● **NO PUEDO DEJAR DE TENER...**

Ganas de viajar

● **UN RIESGO NO CUBIERTO**

Los pensamientos

● **LA MUERTE**

Que espere

● **EL MATRIMONIO**

Algo que por el momento no conozco

● **EL DÓLAR**

Por lo que nos matamos los argentinos

● **LA INFLACIÓN**

Desequilibrio

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

En el que no deja dinero

● **EL PASADO**

De lo que aprendemos

● **UN SECRETO**

Si te lo digo, dejaría de ser un secreto

● **TENGO UN COMPROMISO CON...**

Por ahora nadie

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

Eso no es cierto

● **ME ARREPIENTO DE**

Haber dejado la carrera de Piloto Comercial

● **SU RESTAURANTE FAVORITO PARA CENAR**

La Cabrera

● **EL FIN DEL MUNDO**

Que espere también

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

Todas mis vacaciones

● **UN PERSONAJE HISTÓRICO**

Isaac Newton

● **EN COMIDAS PREFIERO...**

El asado

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

Procrastinación

● **DIOS**

Me reservo la opinión

● **LA CORRUPCIÓN**

Poder

● **LE TENGO MIEDO A...**

La falta de los seres queridos

● **EL LUGAR DESEADO PARA VIAJAR**

Reino Unido

● **¿QUÉ COSA NO PERDONARÍA NUNCA?**

Perdonar es divino



CARA a CARA

● **UN FIN DE SEMANA EN...**

Sauce Grande

● **PROGRAMA PREFERIDO DE TV / CABLE**

Los Simpson

● **ESCRITOR FAVORITO**

John Grisham

● **LA INFIDELIDAD**

Puede fallar

● **UNA CANCIÓN**

«Magia», Gustavo Cerati

● **LA TRAICIÓN**

Algo difícil de superar

● **SU BEBIDA PREFERIDA**

Coca-Cola

● **EL AUTO DESEADO**

BMW

● **PSICOANÁLISIS**

No tengo una opinión formada al respecto

● **UN PROYECTO A FUTURO**

Mi casa

● **EN TEATRO**

No frecuento

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

«Marky Ramone: Mi vida en The Ramones»

● **MI MÚSICO PREFERIDO ES...**

The Beatles

● **LA MUJER IDEAL**

Jennifer Aniston

● **EL CLUB DE SUS AMORES**

River Plate

● **EL GRAN AUSENTE**

El Estado

● **EL PERFUME**

Mr. by Burberry

● **¿QUÉ ES LO PRIMERO QUE MIRA EN UNA MUJER?**

Su sentido del humor

● **MI MODELO PREFERIDA ES...**

Janis Joplin

● **SI VOLVIERA A NACER, SERÍA**

Todo lo que hasta ahora soy

● **UN MAESTRO**

Mi mamá

● **EN DEPORTES PREFIERO...**

Basket

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

Su espontaneidad

● **RED SOCIAL PREFERIDA**

Instagram

● **LA CULPA ES DE...**

Quien le da de comer al chancho

● **MEJOR Y PEOR PELÍCULA**

«The Laundromat» / «Los dos Papas»

● **MI PEOR DEFECTO ES**

Intentar tener el control de toda situación

● **UNA CONFESIÓN**

Confieso que me gusta mi trabajo

● **NO PUEDO**

Una frase muy limitante

● **MARKETING**

Debilitador social

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

Una Green Card

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

Reiki

● **DE NO VIVIR EN ARGENTINA...**

¿QUÉ LUGAR DEL MUNDO ELEGIRÍA?

New York



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

