



informe

operadores de mercado



Entrevista a Patricio Visceglie
CEO de Boston Seguros

Brindar la mejor experiencia al Cliente

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

Boston apunta a posicionarse entre las diez mayores Compañías del Mercado

Boston es una de las aseguradoras más antiguas de la Argentina, que en el año 2020 cumplió 95 años de trayectoria y siempre estuvo liderando el segmento Premium. A corto plazo, el objetivo es mantener el excelente servicio al cliente que brinda la aseguradora y, a mediano y largo plazo, crecer sin descuidar la rentabilidad para ubicarse entre las 10 mayores compañías del mercado asegurador. Para la nueva gestión, el Grupo Campici definió que lo más importante es el desarrollo de los recursos humanos y el crecimiento personal de cada uno de ellos.



Visceglie. «Boston es una compañía muy sólida con resultados técnicos positivos y con un importante patrimonio neto. Esto se debe a que la gestión de todos sus recursos humanos es de excelencia y siempre predomina la rentabilidad a la facturación».

En exclusiva para **Informe Operadores de Mercado**, **Patricio Visceglie**, flamante CEO de **Boston Seguros**, proyecta cómo será su gestión al frente de la Compañía.

- ¿Cuál es su trayectoria en el sector seguros y cómo es el camino que deriva en su reciente nombramiento como nuevo CEO de **Boston Seguros**?

- Trabajo en el sector seguros desde hace más de 30 años, fui Gerente de varias aseguradoras y CEO de dos. Hace 5 años empecé a analizar la idea de armar mi propio negocio y así nació **SeguSabent**. Durante ese periodo, no solo asesoré a clientes, sino que con muchos generé una relación de amistad, lo que me permitió ahora transmitirles mi salida más fácilmente. Uno de mis primeros clientes fue **Gonzalo Campici**, quien viniendo del mercado financiero quería incursionar en el seguro. Gonzalo es el actual CEO del **Grupo Campici** que se convirtió a principios de agosto en accionista mayoritario y controlante de **Boston Seguros**. Durante los últimos años observé, como consultor personal de Gonzalo, cómo con sus equipos de trabajo fueron transformando el mercado y asumiendo desafíos como nunca se dio en el mercado asegurador; y se está convirtiendo en uno de los grupos más importantes y creativos de la actividad. Por otro lado, Boston siempre fue una aseguradora que me gustó; trabajé con ellos desde la consultora con varios proyectos y conocí gente muy sana y profesional. Además, es una de las aseguradoras más antiguas de la Argentina, que en el 2020 cumplió 95 años y siempre estuvo liderando el segmento *Premium*. Entonces, como pasa en nuestras vidas, los planetas se alinearon y decidí aceptar la propuesta de convertirme en el nuevo CEO de Boston. ➔

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 846



ESCUDO SEGUROS

una buena
decisión.

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



ESCUDO SEGUROS

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

WWW.ESCUDOSEGUROS.COM.AR



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





PROTAGONISTAS

las Cámaras y Asociaciones debieran comprometerse en hacer más campañas de concientización, ya que detrás de un accidente siempre hay una negligencia humana. Exhortaré a los equipos técnicos de Boston a trabajar sobre esta cuestión. A corto plazo, trataremos de mantener el excelente servicio al cliente que da la compañía, a mediano y largo plazo pensamos en crecer sin descuidar la rentabilidad y ubicarnos entre las 10 mayores compañías del mercado asegurador.

- ¿Cómo queda conformado el equipo directivo de Boston Seguros? Cuál es el mensaje para los empleados de la compañía?

- Por una cuestión lógica, el Presidente y el Vicepresidente salen; pero el resto de las gerencias y jefaturas siguen comandando la operación. Me sumo a un equipo y lo que pretendo es solo potenciar sus habilidades. El mensaje para los empleados es de tranquilidad y que apostamos a su crecimiento personal porque esa es la única forma de lograr estar dentro de las 10 compañías más importantes del mercado.

- ¿Cómo cree que será el seguro post pandemia en cuanto al mercado en general y a Boston en particular? ¿Qué importancia asignan al desarrollo digital y a la innovación tecnológica?

- No puedo decirle todavía cómo está Boston, ya que hace pocos días que estoy analizándola y recién tomo contacto con los sectores y con la red comercial, pero en líneas generales creo que tiene un excelente departamento de atención al cliente y un sistema de gestión muy amigable. De todas formas, el grupo Campici adquirió recientemente la empresa CMO, partner del grupo SAP, líder en tecnología y básicamente el primer desafío será el de asistir a todas las empresas del grupo. Si bien la pandemia aceleró los cambios tecnológicos que se venían produciendo, creo que esto a la larga se transformará en un *commodity* en donde todas las compañías transformarán su tecnología para adaptarse a los cambios.

Pero todo esto siempre quedará en segundo plano, ya que la excelencia en la estrategia que asegura un modelo de negocios de compradores fieles, no es el que está basado en el producto y en la tecnología, sino el que además se funda en la experiencia total del cliente. Las aseguradoras inteligentes no se contentan con reunir valiosa información sobre los movimientos de los clientes, también se esfuerzan en entender a la persona que hay dentro de él. Esto va más allá de la tecnología y de la transacción. Soy un fanático de la *cultura Disney*. Le doy un ejemplo que me ocurrió a mí durante la pandemia, tengo un seguro de hogar de una empresa multinacional y de las más importantes del mercado argentino, este seguro incluye reparación de artefactos del hogar. Hice el reclamo porque se rompió un *Smart TV* en mi casa de 42 pulgadas, me atendieron perfectamente y en 48 horas me derivaron a una casa de reparación, retiraron el televisor y, lamentablemente, esa casa cerró y hace más de 20 días que estoy tratando que aunque sea me devuelvan el televisor roto. Excelente tecnología en la atención, pero mi experiencia fue un desastre y pienso cambiar de compañía. ➡

➡ **- ¿Qué motivó la decisión de dejar su propia Consultora para dedicarse a una actividad ejecutiva al frente de una compañía de seguros, y qué diferencia de gestión encuentra?**

- He tenido a lo largo de estos últimos 5 años, de distintas aseguradoras (inclusive del grupo), ofrecimientos para regresar a la actividad ejecutiva; claramente la decisión de volver es porque es **Boston Seguros**. Las diferencias son enormes. Cuando uno es consultor no entra en la operación, no se compromete con el resultado de gestión y está en una zona de confort prácticamente sin presiones. El ser CEO de una compañía es estar al frente de un equipo que tiene obligaciones de cumplir los objetivos y la estrategia definida por el Directorio. Le aseguro que es mucho más estresante, pero también el desafío es motivante y rejuvenece.

- ¿Cuál es la actualidad de Boston Seguros y cómo encuentra la compañía en materia de patrimonio y resultados?

- Si bien hace solo pocos días que estoy en la compañía y estoy mirando de todas las gerencias los resultados, *a priori*

lo puedo decir que Boston es una compañía muy sólida con resultados técnicos positivos y con un importante patrimonio neto. Esto se debe a que la gestión de todos sus recursos humanos es de excelencia y siempre predomina la rentabilidad a la facturación.

- ¿Cuál será la estrategia comercial y el *business plan* en esta nueva etapa que se inicia?

- Venimos a sumarnos al equipo actual y a mantener básicamente todas las cosas que están haciendo muy bien. En mi función de CEO solo pretendo ayudar a potenciar a cada uno de los empleados de la empresa, y que éstos potencien el trabajo de la red comercial. Como dije, tengo más de 30 años en el sector, pero los últimos años -y en especial el 2020 por la pandemia- van a cambiar muchas maneras de trabajar, pero lo que no va a cambiar es que el éxito en cualquier mercado se obtiene brindándole la mejor experiencia al cliente. Pienso que en Argentina necesitamos mejorar respecto a la cultura de la prevención. Estuve estos últimos años trabajando y observando el mercado en Colombia, España, Chile y Estados Unidos, y nos aventajan en este aspecto. Creo que

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 - BB170AAA - Pílademonte - Prov. de Buenos Aires - Tel: 02923 - 472223
info@elprogresoseguros.com.ar www.elprogresoseguros.com.ar

Nº de inscripción en SSN: 5176 La Territorial 0000
Atención al asegurado: 8000-666-8400
Organismo de control: www.argentina.gob.ar/ssn
SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN



¿Sos Productor de Seguros? Integrity te está buscando

Cuando te sumás a nuestra red de Productores, te sumás a más.

- Contamos con **más de 20 productos** y una cartera de coberturas para todo tipo de riesgos.
- Te ofrecemos el mejor **equipo técnico y comercial** para que juntos encuentren la cobertura que tu cliente necesita.
- Llevamos de viaje a más de 50 Productores todos los años con el **programa de incentivo Integrity Champions**.
- Sumamos a más de 200 productores en cada una de las **capacitaciones** del programa anual **Integrity Academy**.
- **Pagamos en tiempo y forma tus comisiones** sin excepción, y si tenés que cobrar un día feriado ¡te la adelantamos!

Hoy, más de 2000 Productores confían en Integrity Seguros.
Sé parte vos también.

Escribinos a quieroserpas@integrityseguros.com.ar o ingresá a www.integrityseguros.com.ar/ser-productor y solicitá tu alta.

INTEGRITY
SEGUROS

PROTAGONISTAS

→ - ¿De qué manera se estructura la red comercial de Boston y qué rol juega el productor asesor de seguros?

- Boston fundamentalmente trabaja con grandes Brokers, grandes empresas y productores; tenemos ejecutivos de cuenta para cada una de las grandes cuentas y un Departamento Comercial dedicado exclusivamente a la atención del productor asesor de seguros. Tuve contacto con más de 30 clientes (empresas, brokers y productores) y manifiestan su satisfacción por la atención recibida en la compañía.

- ¿Cuáles son sus expectativas personales como CEO de la compañía?

- Aunque parezca algo trillado, el grupo y su CEO Gonzalo Campici definieron que lo más importante es el desarrollo de los recursos humanos; el crecimiento personal de cada uno de ellos. Respecto a este punto y solo como anticipo, no



LA NUEVA
Cooperativa de Seguros Limitada



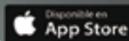
Contratá On Line tu
seguro automotor
ingresando a nuestra web

DESDE 1933
Honestidad para asegurar
Solvencia para responder



PORTAL ASEGURADOS

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



MEDIOS DE PAGO



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

Nº de inscripción en SSN
0163

Atención al asegurado
0600-666-8400

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



puedo dar detalles porque todavía no firmamos, estamos contratando a la **Fundación Americana Advanced Leadership** para que cree un órgano consultivo y de auditoría del grupo. Esto nos permitirá recibir aportes y controles de la Fundación más grande sobre formación e identificación de líderes empresariales en el mundo. En otro orden de cosas, quisiera que al terminar mi gestión, la compañía mantenga su rentabilidad técnica y esté compitiendo en el pelotón de las 10 mayores compañías de la Argentina, pero también que se posicione en el mercado de LATAM. Finalmente, aprovecho para agradecer al Grupo Campici y a Gonzalo como Presidente del grupo, por haber confiado en mi persona para dirigir tremendo desafío. 🙏



informe
operadores del mercado

Publicación especializada de aparición quincenal
AÑO 28 / Nº 673 - Agosto 2020

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

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

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

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

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

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

Impreso en Mariano Mas S.A.,
México 651, 4331-5762, Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Prohibida la reproducción total o parcial del material publicado sin expresa autorización de la dirección. Los artículos firmados no reflejan necesariamente la opinión de la dirección.
Registro de la Propiedad Intelectual Nº 273.478.

INNOVACIÓN PARA ASEGURAR TUS VALORES.

Más de 95 años brindando respaldo,
solidez y experiencia.
Y el asesoramiento más
conveniente a tu necesidad.

PRUDENCIA
Seguros



www.prudenciaseguros.com.ar » prudencia@prudenciaseguros.com.ar
Palacio Houder, 25 de Mayo 489 6º, CABA » 0800-345-0085



Nº de inscripción en SSN
0040

Atención al asegurado
0800-666-8400

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



La agenda de trabajo de las Cámaras Aseguradoras

Los presidentes de la Asociación Argentina de Cooperativas y Mutualidades de Seguros (AACMS), Alfredo González Moledo; de la Unión de Aseguradoras de Riesgos del Trabajo (UART), Mara Bettioli; y de la Asociación Civil de Aseguradores de Vida y Retiro de la República Argentina (AVIRA), Mauricio Zanatta, analizaron la situación del mercado de seguros y expusieron acerca de la agenda de trabajo de sus respectivas entidades.

Escribe Anibal Cejas

En primer término, Alfredo González Moledo, Presidente de la Asociación Argentina de Cooperativas y Mutualidades de Seguros (AACMS), definió: «La situación actual del seguro no es nada buena, porque está en un contexto económico que está convulsionado. El seguro necesita como principio básico para poder consolidarse previsibilidad, inversión y largo plazo.

La actividad aseguradora se consolida con las reservas que son fruto de la inversión de las primas cobradas con anticipación a los siniestros.

En este caos financiero que vivimos, las aseguradoras no pueden consolidar sus reservas. ¿Por qué? Entre otros temas, por el 'reperfilamiento' de bonos, y la imposibilidad de lograr que las inversiones financieras superen a la elevada tasa de inflación que tiene el país.

El mercado asegurador argentino genera resultados técnicos negativos en sus balances que son compensados por la abultada



ganancia financiera. Pero cuando esta rentabilidad financiera se reduce, estamos en problemas. Además, la actual crisis económica anticipa una escalada de la siniestralidad.

A esto se suma un dato no menor: los cambios en la política económica, con violentas devaluaciones de la moneda, y constantes cambios en las reglas de juego. Las devaluaciones ejercen un efecto negativo en el seguro. El precio de muchos repuestos de vehículos y otras reparaciones están atadas al dólar. Pero las primas usualmente no pueden seguir la evolución de la relación pesodólar. Y las inversiones en pesos tampoco. Cabe recordar que

nuestro mercado, como otros, tiene casi vedada la posibilidad de invertir en dólares.

El otro aspecto es el constante cambio de reglas de juego para el seguro. Por supuesto que esto no es exclusivo de nuestro mercado. Argentina cambia las reglas de juego para casi todas las actividades: hoy se puede importar, mañana no. Hoy se puede exportar, pero en otro momento se imponen fuertes impuestos a la exportación. Pero en el seguro, los abruptos cambios son muy graves porque, como ya dije, el seguro necesita previsibilidad a largo plazo. Un ejemplo de nuestro mercado: en las últimas décadas pasamos de un reaseguro estatal monopólico, a un régimen de reaseguro 'libre mercado', por llamarlo de algún modo, luego a un sistema con muchas restricciones para el giro de divisas al exterior ➡



Global Reinsurance Brokers

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

Buenos Aires Office

Manuela Saenz 323, Suite 517

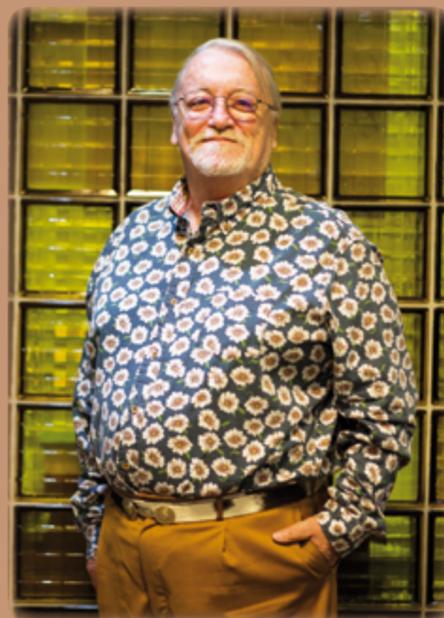
Buenos Aires Plaza, Puerto Madero

C1107BPA, CABA, Argentina

Phone: +54 11 5217 9751

contact@americalre.com

www.americalre.com



#1 VOS



GRUPO ASEGURADOR
La segunda

LO PRIMERO SOS VOS

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

Atención al asegurado
0800-666-8400

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

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN



➔ y ahora con un régimen en el cual hay una cuota de mercado reservado a los reaseguradores 'nacionales'.

Todos estos cambios son como 'volantazos', bruscos cambios de política. Nuevas reglas de juego, muy distintas. Al menos, lo que el sector pide a las autoridades, siempre, es disponer de plazos para adecuarnos a las nuevas reglas de juego. Cambios tan abruptos no pueden implementarse de un trimestre a otro».

Sobre la evolución de la siniestralidad, Moledo manifestó: «Hoy es muy difícil evaluar la siniestralidad del sistema. La emergencia sanitaria mantiene gran parte de los Tribunales cerrados. Por lo tanto, se estima que cuando la actividad de la Justicia se normalice empezará a aflorar una siniestralidad que hoy está contenida. Además, habrá muchos más concursos y quiebras, porque muchas empresas no pudieron resistir un período de aislamiento tan extenso. Y ello traerá más siniestralidad a Caución y otras ramas.



Si bien hay una primera evaluación sobre la disminución de los siniestros de Responsabilidad Civil Automotores, ocurrida sobre todo a comienzos del período de aislamiento, a fines de marzo y durante los meses de abril y mayo, los siniestros de otros ramos se siguieron produciendo en una forma casi habitual. Además, la relativa disminución de los siniestros en Automotores se vio

'compensada' por los descuentos en la prima de dichos seguros que aplicó un grupo de aseguradoras. Por lo tanto, acá no veo una disminución de la siniestralidad.

Por otra parte, volvemos a los nocivos efectos de la inflación en el seguro. RC tiene juicios pendientes de resolución que en algunos casos llevan 10 o 15 años de trámites. Y además, algunos jueces piensan que el seguro es un barril sin fondo, donde metés la mano y sacás plata. Y no es así. El impacto de esta judicialidad es incierto».

Acerca de la agenda de trabajo de la AACMS, Moledo señaló: «Este año, la Asociación cumple 80 años de vida. Teníamos previsto celebrarlo con una serie de actividades, como cursos y charlas desde el mes de abril en adelante, uno por mes, con especialistas en áreas como actividad de los productores aseguradores de seguros, análisis de balances, inversiones, entre otros temas. Obviamente, hubo que suspender todo por el coronavirus.

Por otro lado, seguimos concentrados en la actividad de RASA, reasegurador local creado en el seno de la AACMS, que sigue operando muy bien. En esta etapa de renovaciones no se han perdido contratos ni renovaciones, RASA mantiene todos sus clientes a pesar del difícil contexto, y ostenta un importante volumen de inversiones.

Por lo demás, esperamos que la situación de la economía se estabilice y veremos en qué situación queda el mercado. Es lógico pensar que habrá una reducción porque habrá menos clientes y la misma cantidad de aseguradoras para disputarse ese mercado».

Vida y Retiro

También dialogamos con **Mauricio Zanatta, Presidente de la Asociación Civil de Aseguradores de Vida y Retiro de la República Argentina (AVIRA)**. El ejecutivo destacó que al comienzo del aislamiento, y durante el bimestre que le siguió, se observó un interés creciente por las herramientas de protección y ahorro: «Cabe recordar que los seguros de Vida de la mayoría de las compañías asociadas a AVIRA protegen a quienes fallezcan como consecuencia de una pandemia, como Covid-19. No se observaron, en promedio, caídas pronunciadas de pólizas ni incrementos extraordinarios en la morosidad, lo que nos hace suponer que el camino recorrido en la generación de conciencia aseguradora está dando sus frutos. Son los primeros pasos de un largo camino. Pasado el primer impacto de la pandemia, aumentó la tarea intra cartera promoviendo el upgrade de las coberturas de nuestros clientes.

Indudablemente, la industria aseguradora no está exenta de los condicionantes de una economía en recesión. Sin embargo, en este escenario complejo y de grandes cambios, surgen oportunidades que nos desafían a innovar y a estar a la altura de lo que demanda el mercado y necesita nuestra gente».

Acto seguido, Zanatta informó sobre la situación operativa de las aseguradoras de Vida y Retiro a partir de la ➔



tpcseguros

¡Conocé TPC App!



Ahora tenemos servicios más eficientes y rápidos para nuestros clientes.

Cotizar • Emitir • Consultar pólizas • Cartera • Sucursales
Teléfonos útiles • Denuncia de siniestros.

¡Y más!



Av. Corrientes 316 - 6º C1043AAQ, Buenos Aires, Argentina | Tel. (+5411) 4876 5300
www.tpcseguros.com - info@tpcseguros.com - 0800 222 2872

Buscamos en TPC Seguros



Nº de inscripción en SSN 0741

Atención al asegurado 0800-666-6400

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

La transformación es nuestro objetivo...

El producto es Orange Time

Somos actitud que transforma.

LIBRA
Compañía de Seguros

Nº de inscripción en SSN 0852

Atención al asegurado 0800-666-6400

Organismo de control

www.argentina.gob.ar/ssn



ENTIDADES

«EL SECTOR DE VIDA Y RETIRO EN SU CONJUNTO ESTARÍA GESTIONANDO UNA CARTERA DE \$ 240 MIL MILLONES» (ZANATTA)

➔ reapertura parcial de la actividad: «Desde AVIRA, y en conjunto con otras cámaras del sector asegurador, nos hemos adaptado rápidamente a las condiciones del aislamiento para proteger a nuestros colaboradores, sin sacrificar el nivel de servicio al que están acostumbrados nuestros clientes.

Por otro lado, muchas de las compañías asociadas a AVIRA, pre-pandemia, ya habían incursionado en la modalidad remota e invertido en tecnologías, capacitaciones, acuerdos de tareas, etc., para ofrecer un adecuado equilibrio personal-laboral a su personal, por lo que, en esta instancia, lo que se hizo fue ampliar aún más esa red de teletrabajo. En pocas palabras, la operatoria siempre funcionó al 100%».

Inversiones

La evolución de las inversiones de las aseguradoras de Vida y Retiro resulta particularmente importante porque deben calzar con los compromisos de largo plazo que tiene esta industria. Al respecto, el Presidente de AVIRA indicó: «El crecimiento de la industria del seguro está altamente correlacionado con el desarrollo económico del país. La pérdida de valor evidenciada por



los activos a partir de mediados de 2019 con el 'reperfilamiento' de títulos públicos, así como la recesión agudizada por el confinamiento, afectaron a nuestro mercado, como a cualquier otro. Según los últimos datos de que disponemos, el sector de Vida y Retiro, en su conjunto estaría gestionando una cartera de \$240 mil millones. Esto evidencia el peso específico del sector como inversor institucional en la economía argentina. De ahí surge la importancia de generar políticas de estímulo a esta actividad

porque resulta vital para el desarrollo de nuestro sector productivo, en un contexto donde el financiamiento es escaso o caro. No obstante lo anterior, y con una perspectiva optimista, la pandemia y su llegada tan imprevista repercutió en las personas, que hoy comprenden que es preciso asegurar la vida, cuidar a los seres queridos y cualquier esfuerzo en pos de este objetivo es una inversión segura. Ideas que, como especialistas -y a través de múltiples acciones- venimos trabajando desde hace 25 años».

Creando conciencia aseguradora

Luego, Zanatta destacó que la agenda de AVIRA se mantiene más activa que nunca: «En nuestro rol de representantes de compañías, orientamos nuestros esfuerzos no solo a lograr un crecimiento de la producción, sino también fortalecer nuestro rol de inversores institucionales, aumentando el volumen de nuestros portafolios en beneficio de la actividad económica productiva, salvaguardando la solvencia de las compañías y generando rentabilidad para nuestros clientes. Ese ha sido un eje conductor de todas nuestras acciones. En relación a ellas, y también previstas en nuestra agenda inmediata, recordamos, en primera instancia, nuestro **Concurso de Creatividad 'Generando Conciencia Aseguradora'**. Ya en su sexta edición, y con entregas de premios por un valor de \$240.000, esta iniciativa nos sorprende gratamente año tras año y nos da la prueba de que vamos por el camino correcto: las nuevas generaciones poseen los cimientos sólidos en la construcción de su conciencia aseguradora. Para el momento en el que salga esta revista, tal vez, estemos ya definiendo a los ganadores de la edición 2020. Toda la info acerca de las piezas ganadoras y sus creadores estará disponible en www.avira.org.ar/concurso

Dentro de nuestras propuestas para profesionales, en mayo iniciamos el **Programa Ejecutivo de Seguros de Personas** que organizamos junto a la Pontificia Universidad Católica Argentina. Este año en una modalidad 100% virtual, esta capacitación responde al desafío más presente que nunca de la actualización constante de nuestra familia aseguradora, así como también de la promoción de nuestra industria, acercando las vastas posibilidades que ofrece a quienes aún no la integran.

Y, finalmente, y a modo de adelanto, este año estaremos presentes una vez más en el **Seminario Internacional de Seguros de Vida y Retiro**. En ésta, su 13ª edición, nos encontramos en los detalles finales para realizarlo, el próximo 1 de octubre, vía streaming, adecuándonos a la imposibilidad de una convocatoria multitudinaria. No faltará en la propuesta 2020 la mirada regional y local de nuestro mercado asegurador.

Por último, me gustaría destacar que el pasado 10 de agosto AVIRA cumplió sus primeros 25 años de vida. Hoy la Asociación Civil de Aseguradores de Vida y Retiro de la República Argentina, agrupa a 43 de las principales compañías del ramo de personas. La trayectoria de este cuarto de siglo la ha consolidado como el representante institucional del sector en el trato con autoridades, medios e instituciones de lo más diversas. Sus objetivos fundacionales siguen totalmente vigentes y dan impulso a la tarea cotidiana. Trabajar por la transparencia y el respeto al consumidor, generar cultura aseguradora, advertir acerca de los seguros ilegales y colaborar con el desarrollo de normativas que estimulen el crecimiento del sector fueron metas trazadas por los pioneros y que, sin dudas, marcarán nuestro rumbo en el futuro».

13º Seminario Internacional

Seguros de Vida y Retiro más vigentes que nunca. Las enseñanzas que nos deja la pandemia.

1º de octubre entre las 10.30 y 12.30 hs.
Modalidad virtual.



Disertantes:

- **Mauricio Zanatta**, Presidente de AVIRA.
- **Adriana Guida**, Superintendente de Seguros de la Nación.
- **Carlos Murguía**, representante de LIMRA en México y Master Trainer para América latina.
- **Martín Guzmán**, Ministro de Economía de la Nación (a confirmar).

La actividad es gratuita pero requiere anotación previa.
Informes e Inscripción en la página web www.avira.org.ar



FEDERACION PATRONAL SEGUROS S.A.

www.fedpat.com.ar



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

→ Riesgos del Trabajo

Mara Bettiol, Presidente de la Unión de Aseguradoras de Riesgos del Trabajo (UART), sostuvo que frente a una circunstancia tan excepcional, como fue la declaración de pandemia y el inicio de la cuarentena, el sistema de riesgos de trabajo «respondió de modo inmediato a la urgencia que se planteaba, adaptándose a las condiciones de trabajo que imponía el ASPO, privilegiando los criterios de cercanía y disponibilidad respecto de trabajadores y empresas clientes y cuidando la seguridad de sus recursos humanos».

«Ello fue posible -continuó- gracias al alto grado de informatización con que cuenta, que en tiempo record permitió activar la modalidad de teletrabajo y brindar atención, seguimiento y asesoramiento vía telefónica, whatsapp y plataformas para reuniones virtuales, con videos de tratamientos y prescripciones digitales a trabajadores afectados por algún accidente o enfermedad profesional. Las prestaciones médico/asistenciales se brindaron salvando los obstáculos y restricciones impuestas por el ASPO y se cumplió con un rol de prevención fundamental a través de la elaboración de recomendaciones para 7 sectores de actividad y capacitaciones online para los profesionales de los Centros de Atención Telefónica, en las que participaron más de 600 personas».

El coronavirus significó el reconocimiento de una enfermedad laboral no listada (a partir del dictado del DNU 367/2020) con cargo al Fondo Fiduciario de Enfermedades Laborales. Ante un diagnóstico positivo por parte de trabajadores esenciales, las ART activan el protocolo de atención y según su nivel de gravedad son derivados a hoteles medicalizados o internados en clínicas, hasta su recuperación.

En este sentido, Bettiol afirmó: «A la fecha, 16,5% de los infectados fueron atendidos por el sistema. El conjunto de las aseguradoras sigue respondiendo a estos nuevos desafíos con versatilidad y manteniendo su compromiso y calidad de servicio, con enormes esfuerzos de toda su estructura».

Sin embargo, la caída de la actividad económica impacta negativamente en la recaudación de las aseguradoras que, a pesar de ello, deben hacer frente a erogaciones inelásticas como gastos de atención médica integral, pago de salarios, prestaciones dinerarias e indemnizaciones. Esta situación viene a sumarse a los problemas existentes pre-pandemia: insuficiencia tarifaria crónica; re-perfilamiento de los títulos que componen las carteras de las ART con la consiguiente pérdida de valor; exorbitante nivel de las tasas de actualización dispuesta por la Justicia y la pendiente constitución de los Cuerpos Médicos Forenses.

Las amenazas pre existentes, más la dimensión de la crisis sanitaria, cuyo fin está lejos de avizorarse, plantean un signo de interrogación y la necesidad de un abordaje serio para no atentar contra la supervivencia de un sistema apreciado por los trabajadores y considerado un aspiracional por parte de quien no lo tiene».



■ Una demora sin justificación

El atraso en la conformación de los cuerpos médicos forenses en el ámbito de la Justicia es algo que la UART y las ARTs vienen denunciando desde hace años. Esto complica el éxito de la reforma que tiene como objetivo resolver los cuestionamientos de los trabajadores afectados por una vía más rápida y menos costosa para las partes como lo es la vía administrativa. Sobre este tema, Bettiol declaró: «Lamentablemente, no hay avances, a pesar de la relevancia de su constitución para culminar el círculo virtuoso diseñado en la reforma».

Se destaca un primer intento de avance en la provincia de Mendoza, con la firma de un convenio entre su Suprema Corte y la Superintendencia de Riesgos del Trabajo. De concretarse, sería la primera provincia en poner en práctica un cuerpo interdisciplinario oficial de peritos del fuero laboral que intervendrá directamente en los casos materia de Riesgos del Trabajo. Queda pendiente aún la constitución por parte de la Corte Suprema de Justicia de la Nación del Cuerpo Médico Forense en CABA, al igual que de parte de los Máximos Tribunales de las demás provincias adheridas respecto de sus jurisdicciones.



La demorada constitución de este cuerpo, sumado a los desvíos en la estimación del daño en pericias disparatadas respecto de lo establecido en el Baremo, constituyen factores que conspiran seriamente contra la sustentabilidad del sistema. De ahí, la urgencia de su resolución. En contrapartida, debemos destacar que muchos de los dislates periciales han sido corregidos por sentencias de la CSJN que avaló con fallos judiciales aspectos esenciales de la Ley 27.348. También, señalamos como muy positiva la reciente confirmación de la Suprema Corte de la Provincia de Buenos Aires de la constitucionalidad de la Ley Provincial 14.997 de adhesión a la Ley Nacional 27.348 de Riesgos del Trabajo y, por consiguiente, del procedimiento ante las CCMM y la utilización del Baremo. La intervención de ambos Altos Tribunales viene a dar por cerrados estériles debates, otorgando certidumbre y definiendo un sendero claro en el dictado de justicia».

■ Judicialidad

La litigiosidad judicial viene bajando desde hace dos años, aunque ahora las cifras muestran un leve rebote.

«Con la participación de Comisiones Médicas que aportaron celeridad y certeza para los beneficiarios del sistema, se observó un auspicioso descenso en la judicialidad, con una baja del 39% para 2018 (de 130 mil nuevas demandas en 2017, a 80 mil) y de 15% más para 2019, año en el que se contabilizaron algo más de 67 mil -destacó Bettiol-. Sin embargo, en el segundo semestre de 2019 comenzó a detectarse una clara reversión en la tendencia de caída con un empujamiento de la curva, dejando al descubierto los dañinos efectos de la ausencia de un cuerpo de peritos en cada jurisdicción. Hoy, la cuarentena, nos pone frente a un escenario de litigiosidad contenida por la Feria Extraordinaria que, una vez levantada, mostrará su real dimensión».

Más adelante, la ejecutiva destacó: «Quiero hacer un especial reconocimiento a la labor de ambas Superintendencias, la de Riesgos del Trabajo (SRT) y la de Seguros de la Nación (SSN) que, en todo momento, se han puesto los diferentes desafíos que nuestro sistema y la pandemia han generado para todos».

Una parte de esta lucha por reducir la judicialidad es la adhesión de Santa Fe (uno de los distritos con mayor cantidad de juicios) a la ley 27.348. Sobre el particular, Bettiol informó: «La Cámara de Senadores ya ha dado media sanción por unanimidad al proyecto de ley, de modo que sólo queda esperar la definición de la Cámara Baja. El entramado productivo y de servicios de la Provincia experimentaría los beneficios de la ley, de los que ya gozan 14 provincias y la Ciudad de Buenos Aires, dejando atrás los números exponenciales a los que vio llegar su tasa de judicialidad, generando desventajas competitivas para la creación de empleo y la realización de inversiones en su territorio».

■ Tecnología

Por último, aunque no menos importante, otro aspecto relevante es el uso de la tecnología para resolver los distintos procesos en el ámbito asegurador producto de las restricciones impuestas por la emergencia sanitaria. En este sentido, Bettiol marcó: «La declaración de cuarentena temprana no concedió tiempo para la preparación en la modalidad de teletrabajo. Sin embargo, el sistema ya contaba con un nivel de informatización muy satisfactorio que permitió activar todas las interfaces para la atención y asesoramiento, como se explicitó anteriormente».

Sin duda, la tecnología fue nuestra aliada para dar continuidad al servicio desde el momento cero.

De tal manera que, solo en los primeros dos meses se concretaron 4,36 millones de gestiones en materia de prevención por diversas modalidades digitales. Desde UART, incluso, implementamos cursos remotos destinados a operadores del Centro Coordinador de Atención Permanente (CeCAP) de las ART, incluyendo evaluación y emisión de certificado para quienes lo aprueben, con la participación de más de 600 personas».

La UART, en colaboración con las ART asociadas, preparó recomendaciones para el armado de 7 de protocolos de actividades: Salud, Colaboradores de la Salud, Comercio, Transporte, Industria, Personal de Vigilancia y General. Todos ellos accesibles en el link: <http://www.uart.org.ar/~uart/recomendaciones-por-actividad-2/>



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.

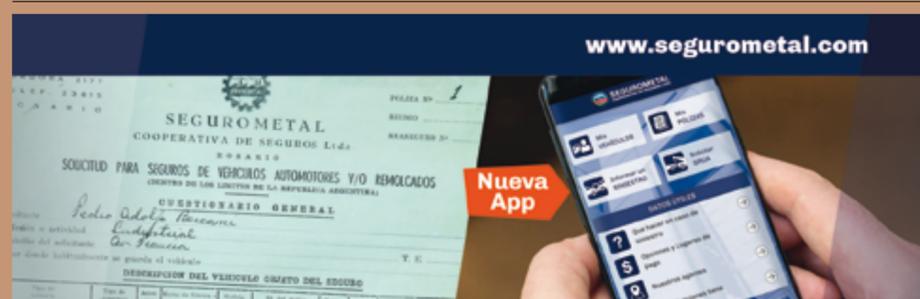
Todo con el respaldo de GALENO SOLUTIONS, un programa de soluciones tecnológicas de vanguardia que permiten una gestión ágil y eficaz.

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



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



Nº de inscripción en SSN 0295 | Atención al asegurado 0800-666-8400 | Organismo de control www.argentina.gob.ar/ssn | SSNI SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

Impacto de la pandemia y cuarentena en el Área de Siniestros

Un rubro que se vio particularmente afectado por la pandemia es el área de siniestros de las compañías de seguros. La prohibición de circular que rigió durante varios meses provocó una baja importante en la cantidad de siniestros de autos denunciados; el cierre de los talleres y locales de repuestos complicó la reparación y cotización de daños de los vehículos. El cierre de los registros provocó grandes demoras en el caso de los siniestros de robo. Por otra parte, los siniestros de hogar aumentaron considerablemente, debido a que la gente permaneció más tiempo en sus casas.



Escribe **Dra. Gabriela Álvarez**

La llegada del Covid 19 obligó a las compañías de seguros a adaptarse a la llamada «nueva normalidad». Con el *home working* a la cabeza, todas las empresas del mercado debieron agilizar y preparar sus sistemas para que ello fuera posible, como así también brindarles a sus asegurados las facilidades que les permitieran interactuar con la compañía de forma remota. Esa interacción también fue mutando desde principios de Marzo hasta estos días, fueron surgiendo nuevas necesidades y nuevas realidades que atender.

En notas anteriores hemos hablado de Marketing, de las adaptaciones de las compañías en esta nueva era, de lo que esperan para el futuro, pero hoy es el turno del sector de siniestros. Un rubro que se vio particularmente afectado por

la pandemia. La prohibición de circular que rigió en nuestro país durante varios meses provocó una baja importante en la cantidad de siniestros de autos denunciados; la imposibilidad del acceso a la justicia y la necesidad de dinero que reina en la calle, facilitó la tarea de los negociadores de siniestros. El cierre de los talleres y locales de repuestos complicó la reparación y cotización de daños de los vehículos. El cierre de los registros provocó grandes demoras en el caso de los siniestros de robo. Por contrario a ello, los siniestros de hogar aumentaron considerablemente, debido a que la gente permaneció más tiempo en sus casas.

Para conocer más de cerca y en detalle, cómo se vio afectado el sector de siniestros y qué se vislumbra para el futuro del área, consultamos a especialistas de diferentes compañías del mercado que nos brindaron la experiencia que vivenciaron en cada uno de sus sectores.

• **¿Cómo impactó la existencia de la cuarentena en el sector de siniestros?**

• **Gastón Cardona, Gerente de Siniestros de Intégrity Seguros**, comenta que el período de cuarenta obligatoria no trastocó la gestión de siniestros. «La compañía, previo a la pandemia, contaba con varios canales de denuncia digitales tales como nuestra web y la App Intégrity Geo, y disponer de esas plataformas posibilitó seguir captando y gestionando denuncias y reclamos de terceros con total normalidad. Desde hace tiempo, en Intégrity, la mayoría de los siniestros se tramitan en forma digital, requiriéndose fotos y presupuestos del cliente y el tercero. Este circuito fue el que permitió seguir operando con normalidad en la mayoría de los»



▲ Gastón Cardona, Gerente de Siniestros de Intégrity Seguros

> Consultá con tu
**PRODUCTOR ASESOR
DE SEGUROS**

El auto me dejó
a gamba en la

CALLE



QUÉ TEMA, ¿NO? A menos que tengas un **NUEVO SEGURO DE AUTOS** que te mande una grúa al toque.

EXPERTA | **AUTOS**
SEGUROS

¿Estás buscando
una **propuesta**
diferente?



inval

Nº de inscripción en SSN
88.009

Atención al asegurado
0800-666-8400

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

SSN | SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN

SINIESTRALIDAD

EL CIERRE DE LOS TALLERES Y LOCALES DE REPUESTOS COMPLICÓ LA REPARACIÓN Y COTIZACIÓN DE DAÑOS DE LOS VEHÍCULOS



▲ Diego Frontoni, Coordinador de Siniestros de Río Uruguay Seguros

► casos. En aquellos excepcionales y con daños importantes, se envía un inspector para una inspección presencial, ya que están habilitados por el gobierno nacional como actividad esencial para poder movilizarse.

Por otro lado, de cara al cliente, el mayor problema que tuvieron fueron las demoras en las reparaciones debido a que los talleres y casas de repuestos estuvieron cerradas. También se originaron retrasos en cobros de indemnización por siniestros de daños y robos totales, porque los registros del automotor también estuvieron inactivos y los asegurados no podían completar la documentación de baja.

Seguros **ORBIS**

CON **ORBIS SEGUROS** MI CASA ESTA SEGURA

DIEGO SCHWARTZMAN

ORGANISMO DE CONTROL: **SSN** SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

• **Diego Frontoni, Coordinador de Siniestros de Río Uruguay Seguros**, nos informa que durante la pandemia el proceso de denuncias de siniestros no sufrió alteraciones debido a que cuentan con canales 100% digitales que brindan la posibilidad de ingresar las denuncias desde cualquier lugar. «Los canales digitales son el Portal de Autogestión para Asegurados, la App RUS Móvil y la Asistente Virtual 'Avril' que brinda asesoramiento en nuestra página web institucional, en WhatsApp y en nuestro Facebook. Al igual que los asegurados, los terceros también cuentan con un portal web para gestionar sus reclamos de forma digital y disponer de un número de reclamo para realizar su seguimiento. Por otro lado, también disponemos de un Centro de Atención para dar soporte las 24 hs del día, al que pueden comunicarse tanto asegurados como terceros para denunciar los siniestros y recibir información».

• **Carlos Bidone, Gerente de Siniestros de la División Seguros Patrimoniales de Swiss Medical Seguros**, agrega que, en líneas generales, gracias al aporte tecnológico (home office) lograron mantener la operatoria sin mayores inconvenientes. «Por otro lado, reconociendo la ventaja de contar desde el año pasado con la herramienta de video peritación, hemos resuelto los inconvenientes de las inspecciones presenciales tanto en Automotores, como en algunos siniestros de otros ramos (hogar, comercio, etc.). Asimismo, en aquellos procesos con alguna particularidad, hemos encontrado mecanismos alternativos de solución».

• **Stella Maris Pérez, Coordinadora de Beneficios en la División Vida y Retiro de Swiss Medical Seguros**, destaca que, a que nivel operativo, «no sufrimos cambios dado que desde el año pasado teníamos implementado el legajo 100% digitalizado. De manera tal que, el productor o beneficiario desde su celular, computadora o cualquier dispositivo tecnológico puede gestionar íntegramente la denuncia de siniestro y no se requiere el envío de ningún tipo de documentación en forma física».

• **Cristian Silva, Subgerente de Legales, y Marcelo Bedo, Subgerente de Siniestros Automotores de Provincia Seguros**, resaltan que al inicio del Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio (ASPO) el principal desafío tuvo que ver con la prestación del servicio. «Comenzamos a trabajar fuertemente en la comunicación con nuestra cartera de asegurados, asegurados y PAS, poniendo a disposición todos los canales digitales para garantizar la continuidad del servicio. Con el correr de los días, la apertura parcial de proveedores y el trabajo del área de sistemas para facilitar la conectividad remota al total de nuestras colaboradoras y colaboradores, logramos brindar el servicio de todas las prestaciones y obtener muy buenos resultados en cuanto a los tiempos de respuesta».

• **¿Qué ramos se vieron más afectados por la siniestralidad y cuáles sufrieron menos impacto?**

• En el caso de **Integrity Seguros**, **Gastón Cardona** afirma que los ramos que más redujeron la siniestralidad fueron autos y motos debido a que la circulación estaba restringida. «A medida que se fueron flexibilizando actividades en distintas partes del país, la frecuencia fue subiendo y normalizándose, a tal punto que está cercana a un mes pre-cuarentena. Por el contrario,



▲ Carlos Bidone, Gerente de Siniestros Seg. Patrimoniales Swiss Medical Seguros

notamos un incremento en la cantidad de siniestros de Hogar porque naturalmente la población estuvo más tiempo en sus casas. Por ejemplo, hubo mayores casos de daños en electrodomésticos y TV, rotura de cristales, entre otras cosas.

• En **Río Uruguay Seguros**, **Diego Frontoni** señala que la caída pronunciada del ingreso de siniestros en el mes de abril de 2020 está en consonancia con el periodo de Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio (ASPO) decretado por el Gobierno Nacional a causa de la pandemia mundial de COVID-19. «Durante ese mes se verificó un ingreso de denuncias por debajo del 25% de lo habitual, situación que a partir de mayo comenzó a cambiar produciéndose un aumento gradual en la cantidad de siniestros, sin alcanzar, hasta el momento, los valores anteriores al ASPO».

• En **Swiss Medical Seguros**, si hablamos del sector patrimonial, **Carlos Bidone** nos comenta que en Automotores hubo una baja de la frecuencia siniestral al comienzo de la cuarentena, que se fue incrementando con la liberación de algunas actividades, pero se mantiene aún en un nivel un poco más bajo respecto a los niveles anteriores a dicho periodo. «En relación al resto de ramos, en nuestro caso se mantuvieron con una importante periodicidad en los seguros de hogar (Combinado Familiar), y en algunas actividades en Transportes (por ejemplo, robo servicios 'Courier')».

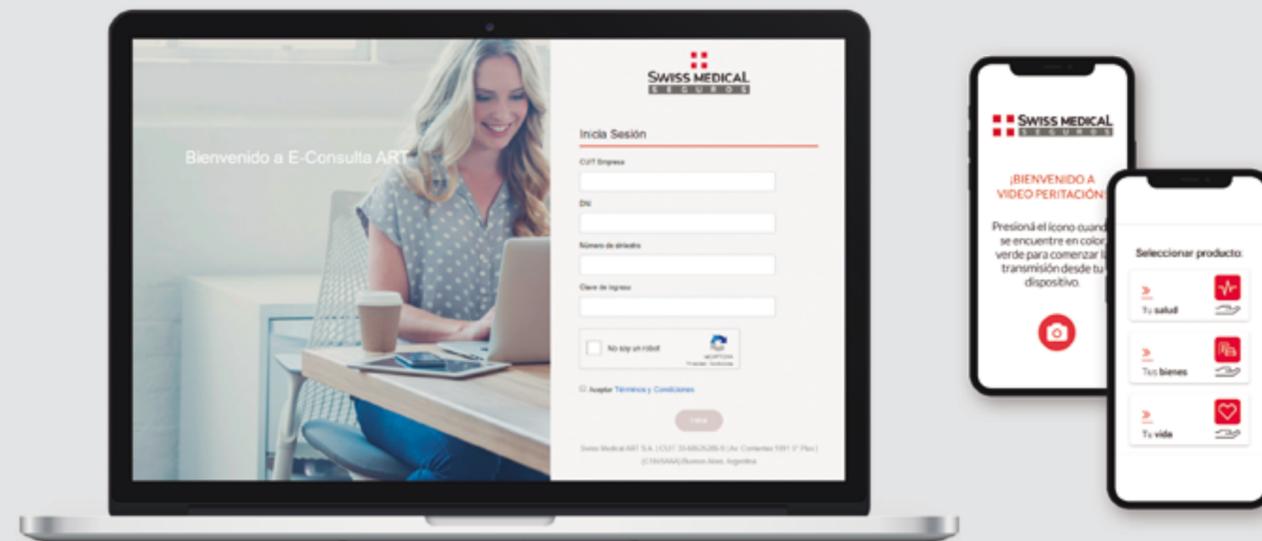
• Sin embargo, en el caso de Vida y Retiro, **Stella Maris Pérez**, nos señala que en **Swiss Medical Seguros**, el ramo más afectado fue Sepelio y los menos siniestrados son Accidentes Personales (teniendo en cuenta que las actividades aseguradas están suspendidas y la fuerte disminución de accidentes viales) y Salud (dado que solo se realizan las prestaciones médicas de urgencia).►►



▲ Stella Maris Pérez, Coordinadora de Beneficios Vida y Retiro Swiss Medical Seguros

¡AUTOGESTIÓN!

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



App para Clientes

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

App para Trabajadores

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

Video Peritación

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

E-Consulta ART

Consulta médica online para facilitar la recuperación de los trabajadores.

Hacemos las cosas **más simples**.

www.swissmedicalseguros.com



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

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

Atención al asegurado
0800-666-8400

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





• Desde **Provincia Seguros**, **Cristian Silva** y **Marcelo Bedo** informan que, sin dudas, la mayor reducción de siniestros se produjo en el ramo automotores, producto de la escasa circulación de vehículos. «Hoy, notamos que de a poco empieza a retomar sus cifras promedio, sin alcanzar aún los valores anteriores al inicio del ASPO. Cabe destacar que los seguros de hogar, a pesar de la permanencia de la gente en sus casas, han mantenido sus promedios de siniestralidad, particularmente en lo relativo a los daños a electrodomésticos».

• **¿Cómo afectó la paralización de la justicia en la negociación de los siniestros?**

• «**Integrity Seguros** mantuvo su actitud proactiva para conciliar casos con terceros, tanto en su etapa extrajudicial como en la judicial (juicios y meditaciones), por lo que no tuvimos efectos adversos en ese sentido», señala **Gastón Cardona**.

• Sin embargo, en el caso de **Río Uruguay Seguros**, **Diego Frontoni** nos señala que la paralización del sistema judicial trajo aparejados algunos inconvenientes en la gestión administrativa de los siniestros y, por consiguiente, en el cierre de los reclamos. «Esto se reflejó principalmente en la gestión de los casos complejos donde es necesario acceder a las actuaciones policiales o judiciales a efectos de determinar las características del siniestro. Posteriormente, y a medida que se fue reactivando la actividad en las distintas jurisdicciones, se retornó a los parámetros normales, exceptuando a CABA y a la provincia de Buenos Aires donde es muy reciente el retorno a la actividad y aún cuentan con muchas limitaciones».

En **Swiss Medical Seguros**, **Carlos Bidone** afirma que en el caso de Patrimoniales, obviamente durante todo este tiempo se encontraron suspendidas las meditaciones (recientemente habilitadas). «No obstante, logramos mantener



▲ **Cristian Silva**, Subgerente de Legales de Provincia Seguros

contacto con algunos abogados de la parte actora, y se continuó trabajando por la 'vía extrajudicial' con la misma diligencia de siempre, para poder negociar los reclamos rápida y efectivamente en aprovechamiento de la coyuntura».

En el sector de Vida y Retiro, **Stella Maris Pérez** argumenta que «no se evidenció un gran impacto por el momento, y vamos a tener que trabajar en una medición a corto y a largo plazo teniendo en cuenta el normal desarrollo de las jurisdicciones».

• **¿Cuál es el principal inconveniente que deben sortear durante este periodo?**

• En cuanto al servicio prestado por **Integrity Seguros**, **Gastón Cardona** comenta que no tuvieron problemas de atención en ningún momento; la gestión de los casos y los pagos, todos por transferencia bancaria al beneficiario o a la persona designada, se realizaron normalmente. «De cara al cliente hubo algunos inconvenientes ajenos a nuestra compañía; demoras en las reparaciones debido a que los talleres y casas de repuestos estuvieron cerradas y retrasos en cobros de indemnización por siniestros de daños y robos totales, porque los registros del automotor estuvieron inactivos y los asegurados no podían completar la documentación de baja».

• Si hablamos de **Río Uruguay Seguros**, **Diego Frontoni** nos adelanta que la compañía se encuentra en un proceso de digitalización constante de todos sus sistemas de gestión y la atención de siniestros no es la excepción. «Sin embargo, pudimos acomodarnos rápidamente al nuevo escenario, afrontando las dificultades que se presentaron y que tuvieron que ver con problemáticas ajenas a las aseguradoras, como la falta de digitalización de documentación, ➡»



▲ **Marcelo Bedo**, Subgerente de Siniestros Automotores de Provincia Seguros

aacms
ASOCIACION ARGENTINA DE COOPERATIVAS
Y MUTUALIDADES DE SEGUROS

stop loss
bureau de reaseguros s.a.



Reaseguradores Argentinos SA

FINALLOSS S.A.
de Mandatos y Servicios

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



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



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

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



- CORE DE NEGOCIO
- ERP INTEGRADO
- ANALYTICS
- PORTAL WEB



→ notificaciones, etc, necesarias para realizar diferentes gestiones. No obstante a eso y para estos casos, empleamos distintas alternativas para no afectar la experiencia de los clientes.

• En **Swiss Medical Seguros**, **Carlos Bidone**, Gerente de **Siniestros Patrimoniales**, espera que ahora surjan en cantidad todas las notificaciones de las mediaciones que se mantuvieron 'paralizadas' durante la cuarentena. «Eso seguramente nos traerá aparejado un mayor volumen de trabajo y de negociación efectiva, pensando en el mayor valor de las pretensiones de los posibles damnificados, ante el tiempo transcurrido sin gestión».

• Para **Stella Maris Pérez**, **Coordinadora de Vida y Retiro de la Compañía**, el principal inconveniente es la proyección de la siniestralidad y el impacto de tener una gran cantidad de siniestros incurridos, pero no denunciados.

• **¿Qué experiencia tuvieron con respecto a los fraudes? ¿Aumentaron la cantidad, se centraron en algún ramo en particular?**

• En **Integrity Seguros**, según informa su Gerente de siniestros, los casos detectados de fraudes bajaron en una porción similar a la que bajaron los siniestros durante la cuarentena. Se pudo verificar una mayor incidencia de fraudes en seguros de hogar.

• Sin embargo, en el caso de **Río Uruguay Seguros**, **Diego Frontoni** nos comenta que, a partir del DNU emitido por el Gobierno Nacional, «notamos que los casos de intento de fraude a la aseguradora siguieron presentes con valores similares al período anterior a la pandemia. Es así que dentro de los casos analizados pudimos verificar que las modalidades no sufrieron

grandes cambios en principio, siendo una de las más detectadas el 'ocasional' generado cuando hay una necesidad y se intenta obtener un beneficio. También están presentes, en menor medida, quienes llevan adelante una maniobra con terceros, falsificando documentación, involucrando a proveedores, entre otros actores, convirtiéndose en 'profesionales' en la materia».

• **Carlos Bidone** nos informa que, en **Swiss Medical Seguros**, la cantidad fue relativamente un poco más baja desde el comienzo de la cuarentena, debido posiblemente a la menor siniestralidad. «Se detectaron algunos fraudes ligados con el robo de cubiertas, y en pólizas de hogar relacionados con daños en electrodomésticos». En el caso de Vida y Retiro, **Stella Maris Pérez** nos informa que no se detectaron.

• Desde lo acontecido en **Provincia Seguros**, **Cristian Silva** y **Marcelo Bedo** coinciden que la experiencia en fraudes está directamente relacionada con la reducción de los siniestros denunciados en la compañía. «En ese sentido, los siniestros con indicadores de fraudes analizados durante el período abril / julio 2020 se redujeron un 85% respecto al mismo período del año anterior. Dentro de ese 15% de casos con indicios de fraude, la cobertura más afectada sigue siendo robo parcial por el robo de ruedas del ramo automotores. Sin embargo, notamos un incremento de casos en seguros generales, por daños a electrodomésticos, TVs principalmente».

• **¿Qué esperan que ocurra en los próximos meses?**

• **Gastón Cardona**, desde **Integrity**, comenta que en la medida en que, según las indicaciones del Gobierno, se comiencen a reabrir la mayoría de las actividades, «los índices de siniestralidad volverán a escalar dentro los parámetros a los que estábamos acostumbrados. Lógicamente, esta premisa no se limita solo al sector de siniestros sino también a todas las áreas que integran la industria del seguro».

• En consonancia con ello, **Diego Frontoni** -de **Río Uruguay Seguros**- indica que los índices siniestros se han visto afectados desde el dictado del ASPO, registrándose una disminución de los casos principalmente en los meses de abril y marzo. «Conforme las reaperturas graduales establecidas por el Gobierno Nacional, se intensificó el nivel de circulación y, por ende, la cantidad de siniestros se encuentra al alza. De esta manera, es esperable una recuperación en cuanto a la cantidad de siniestros para los próximos meses».

• **Carlos Bidone**, desde **Swiss Medical Seguros**, nos informa que en el caso de Patrimoniales no hay duda que esta pandemia ha producido un cambio ligado a las relaciones interpersonales y de trabajo. «La práctica del 'home office' con cierta gradualidad (según lo determinen las Empresas), la mejora y digitalización de procesos, y las aplicaciones de autogestión de clientes, productores y Brokers, serán objetivos imprescindibles de mantener para poder cumplir con efectividad en la operativa. Cabe imaginar que al producirse una mayor apertura de actividades, la siniestralidad seguramente volverá a números parecidos a los existentes antes de la cuarentena».

• **Stella Maris Pérez**, desde el sector de Vida y Retiro, señala que «mientras se mantenga el aislamiento preventivo y obligatorio, esperamos que los niveles de denuncias se mantengan por debajo de los promedios históricos y seguir trabajando en la conciencia aseguradora».

• **Cristian Silva** y **Marcelo Bedo**, destacan que «como en **Grupo Provincia** trabajamos en línea con las políticas estratégicas del gobierno de la provincia de Buenos Aires, se buscaron soluciones para las y los vecinos. Desde **Provincia Seguros** realizamos una serie de acciones e iniciativas para aliviar los compromisos de la cartera de clientes mediante beneficios, durante el período del ASPO, que varían entre prórrogas de vencimientos y descuentos, que llegaron al 30%. Es que se prorrogaron los vencimientos de las cuotas para los clientes cuyo medio de pago sea caja y se posibilitó el pago mediante **Provincia Net** de facturas con hasta 30 días del vencimiento original. En cuanto a las bonificaciones, fueron de hasta 30% en el valor de las pólizas (de autos individuales) de los asegurados que migraron a tarjeta de crédito; descuentos adicionales de hasta el 25% y combos de productos para nuevas ventas en el ramo automotor durante mayo; concurso de ventas para Productores de Autos y Flotas del Ramo Automotor; 15% de descuento adicional en el seguro del auto y endoso de retención de hasta el 30% por el período de aislamiento social obligatorio en el ramo automotor».

Pólizas Aduaneras Digitales: Afianzadora y el Primer Semestre



• La póliza aduanera fue la principal protagonista del mercado de caución en el primer semestre del 2020, donde 1 de cada 3 pesos argentinos de primas nuevas correspondió al segmento de comercio exterior (Aduana). Con un volumen de intercambio de alrededor de USD 47.000 millones entre enero y junio, las importaciones (-23%) cayeron mucho más que las exportaciones (-11%). Esto restó volumen, en gran parte, a la demanda de garantías aduaneras y generó un superávit comercial de USD 8.000 millones vinculado al desplome de las importaciones. La actividad exportadora de mayor valor agregado, relacionado con la demanda de fianzas, fue la más golpeada con una caída del 35% en exportaciones de manufactura de origen industrial. Las manufacturas de origen agropecuario, por su parte, apenas alcanzaron una caída del 8%, siendo los productos primarios (commodities) el único rubro positivo (+14%). Otro capítulo se lo llevan los combustibles y energía con una caída del 24%, dando paso en el mes de junio al primer déficit energético por USD 40 millones. Cuando hablamos de importaciones, los rubros más castigados fueron los vehículos automotores con un 54%, seguido por los bienes de capital con una baja del 26%. Los bienes de consumo registraron una leve caída del 9%.

Al hablar de los socios comerciales, Brasil acaba de ser desplazado en junio por China, completando el ranking con Estados Unidos. Estos tres países tienen como característica en común una balanza comercial deficitaria para Argentina (importamos más de lo que les vendemos). Los principales socios superavitarios son Chile, Vietnam y Paraguay. El nuevo ejercicio comenzado (2020-2021) augura nuevamente un protagonismo del segmento aduanero en las primas del seguro de caución. Esto se vincula a su continua apreciación en pesos por ser un mercado signado por moneda dura (USD). Un segmento que va crecer más por precio que por cantidad, pero que seguramente seguirá defendiendo su representatividad al calor de las inevitables devaluaciones. Para terminar con buenas noticias, el nicho aduanero en este particular semestre movió más de \$1600 millones de prima y se emitieron más de 30.000 pólizas en forma digital.

Larga vida para las primeras garantías digitales del mercado argentino, donde **Afianzadora** tuvo el privilegio de ser la primera aseguradora en operar en esa modalidad, en un trabajo en conjunto con la **Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP)**. #CulturaAfianzadora - Fuente: Afianzadora - <http://www.afianzadora.com.ar/>

Libra: Combatir el Fraude es fortalecer el mercado asegurador



• La problemática del fraude afecta a todo el mercado asegurador. Desde **Libra** vienen trabajando fuertemente en el establecimiento y ejecución de políticas activas de prevención, detección y combate del fraude. Mundialmente, la estadística demuestra que entre el 2% y el 3% del primaje mundial de seguros, se destinan anualmente al pago de siniestros que no deberían ser indemnizados. Asimismo, el 40% de los montos indemnizatorios que se pagan anualmente son en realidad injustificados, ya que corresponden a siniestros inexistentes o a indemnizaciones dolosamente (con intención) abultadas. Como vemos, el daño económico a la actividad es enorme. **El seguro debe ser un negocio técnico.** Hay determinados ramos, como son automotores y motovehículos, en los que el resultado técnico históricamente ha sido negativo. Desde **Libra**, están desarrollando procesos y ejecutando prácticas que puedan revertir este déficit técnico, y así dejar de pensar que es inevitable la dependencia de los resultados financieros.

Los perjudicados, en un sistema que no lleve adelante estas prácticas, son los asegurados de buena fe, los productores de buena fe y los aseguradores de buena fe. En **Libra** proponen que esto sea al revés de lo que es actualmente, que los perjudicados sean los actores que cometen fraude y no aquellos que actúan con **BUENA FE**. «Por otro lado, estamos capacitando a nuestros Productores Asesores de Seguros en la materia, y comunicando la ejecución de estas políticas de parte de **Libra**, políticas éstas, que la ley y las regulaciones nos otorga para llevar adelante buenas prácticas. Creemos que el **Productor Asesor de Seguros** es de esencial importancia para la actividad aseguradora. No puede suponerse una acción verdaderamente útil en el combate contra el fraude sin la asistencia del productor, ya que un buen productor mejora el servicio general del seguro, teniendo en cuenta que el asegurado de buena fe necesita y merece una buena atención y no que se desconfíe de todo el mundo. En el último tiempo, debido a la profundización de la crisis económica, desde **Libra** relevamos un aumento de los casos de fraude. Es por esto que tenemos la obligación, nuevamente en defensa de asegurados y productores, de estar muy atentos y ejecutar correctamente las políticas antifraude», destacaron desde la Compañía.

Libra, frente a estos casos tiene una política que no se reduce solamente a la detección del fraude sino que lleva adelante las denuncias pertinentes. «Este no es el desafío de una sola empresa, sino de todo el mercado asegurador, nos exige colaboración entre empresas aseguradoras y entre todos los actores de nuestra actividad. Es momento de tomar una clara posición al respecto».

Breves de Informe

Llega Banco del Sol, el banco digital más humano de Argentina



• **Banco del Sol**, el banco digital de **Sancor Seguros**, llega para revolucionar las finanzas en el interior del interior del país, y se posiciona como el **banco digital más humano** con los más de 9.000 asesores del grupo y sus 200 colaboradores. **Banco del Sol** fue adquirido por el **Grupo Sancor Seguros**, compañía líder en la industria del seguro desde hace más de 75 años, que invirtió U\$S 60 millones de dólares en la compra y desarrollo del mismo. De cara a los próximos 5 años, el **banco apunta a posicionarse como uno de los 10 bancos líderes del país**, habiendo sumado como clientes, a una parte sustancial de los más de 7 millones de asegurados del **Grupo Sancor Seguros**. Además, para ese entonces, **Banco del Sol** proyecta tener más de \$100.000 millones de pesos otorgados en préstamos para financiar los proyectos de sus clientes. «Estamos muy orgullosos de este lanzamiento. **Banco del Sol** busca todos los días la forma de facilitarle la vida a nuestros clientes, y ayudarlos a que su relación con las finanzas sea más sencilla», afirmó **Sebastián Pujato**, Gerente General del Banco. «Nuestra propuesta de valor tiene como fortaleza ser un banco federal y humano, que llega de la mano de los más de 9000 asesores del grupo a todos los rincones del país, llevando herramientas financieras a todos los argentinos», agregó. Durante un evento virtual, que reunió a todos los empleados y asesores de seguros que forman parte de **Grupo Sancor Seguros**, y que además contó con la participación del cantante **Abel Pintos**, quien dedicó sus canciones celebrando este lanzamiento, se dio la bienvenida a esta nueva empresa dentro de la familia del **Grupo**. **Alejandro Simon**, CEO del **Grupo Sancor Seguros**, afirmó: «El lanzamiento del **Banco del Sol** marca un hito en el desarrollo de nuestro grupo asegurador. **El banco ha sido adquirido y transformado en un banco 100% digital, que busca combinar lo mejor de la tecnología, con lo mejor de los valores humanos.** Valores de los que hacemos gala en el **Grupo Sancor Seguros** desde hace 75 años, que marcaron nuestro origen y que nos llevaron a ser líderes en el mercado asegurador, en los distintos ramos y también por medio de la familia de las empresas que lo componen: **Prevención ART, Prevención Salud y Prevención Retiro.** Es un placer para nosotros extender al rubro financiero esta oferta que tenemos en toda la gama de servicios aseguradores y de medicina privada del **Grupo Sancor Seguros**, no sólo en Argentina, sino también en nuestra región».

Banco del Sol opera bajo las regulaciones del Banco Central de la República Argentina, con la ventaja de ser íntegramente online a través de una aplicación en el celular; con capacidades digitales innovadoras para atender las demandas de los clientes del siglo XXI. **Banco del Sol** ofrece una plataforma que combina lo mejor de los dos mundos: la fuerza, velocidad y simplicidad de la tecnología de última generación y la calidez de la atención de las personas. En este sentido, **Banco del Sol se presenta como uno de los bancos más innovadores con servicios, productos y beneficios que se ajustan a la medida de cada cliente de forma ágil.** Con el registro más rápido del mercado, el banco suma procesos intuitivos diseñados para que los usuarios no necesiten acudir a una sucursal, ni firmar papeles, o hacer largas filas donde se pierde tiempo. La oferta comercial de lanzamiento del banco incluye los siguientes productos y servicios:

- Apertura de cuenta al instante (en sólo 2 minutos), 100% online y sin costo.
- Caja de ahorro en pesos remunerada.
- Tarjeta de débito virtual para compras por internet.
- Visa Débito contactless internacional.
- Transferencias inmediatas en sólo 2 pasos.
- Pago de servicios (Más de 4500 incluyendo AFIP).
- Recarga de celular y tarjetas de transporte.
- Plazos fijos.
- Atención al cliente personalizada a través de 4 canales distintos y con horario extendido

Con el objetivo de garantizar a sus clientes el portfolio de productos financieros más completo y la mejor experiencia de usuario, próximamente **Banco del Sol** estará sumando a su cartera de productos desde la aplicación: tarjeta de crédito, préstamos personales, caja de ahorro en dólares, compra/venta de divisa extranjera, cuenta corriente, inversiones, seguros y nuevos beneficios locales así como también oferta completa para PyMEs.

Si bien la aplicación ya está disponible para cualquier argentino que desee ser cliente, el banco va a desembarcar en el interior por etapas, con acciones comerciales focalizadas, en ciudades del interior del país con menos de 100.000 habitantes y, de ahí en más, el banco continuará expandiéndose a ciudades cada vez más grandes, hasta llegar a las capitales de provincia para completar su presencia en todo el país.

COVID 19 - Estrategia digital de Swiss Medical Seguros en 25 acciones para seguir acompañando a sus Clientes



• **Swiss Medical Seguros** viene transitando una fuerte transformación digital desde hace varios años, pero definitivamente esta situación aceleró todos los procesos. **Lograron la continuidad de las operaciones gracias a la planificación comercial y la de inversiones que el grupo viene desarrollando en innovación.** Dicha estrategia busca acercar la compañía al cliente final como forma de tangibilizar su servicio y, así, generar mayor confianza.

- Desde el **área Comercial** realizaron:
1. Bonificaciones a clientes e incentivos a Productores para pólizas de auto, combinado familiar, integral de comercio, consorcio y AP.
 2. Bonificación de la primera cuota para sus TR con tarjeta de crédito.
 3. Campaña de incentivo a Productores en nuevos negocios de autos. Desde el **área de Operaciones** gestionaron:
 4. Endosos automáticos de cambio de conducto de pago, generando el descuento correspondiente en póliza.
 5. Extensión de cobertura de asistencia domiciliar, mecánica y remolque para las pólizas que tuvieran una cuota vencida en medios de pago Convenio Productor a Pago Fácil.
 6. Mantenimiento del servicio habitual de Atención al Cliente en todos sus canales.
 7. Botón de pago para pagar de forma online los rechazos de tarjeta de crédito o pago de cuotas a vencer o vencidas.
 8. Herramienta dentro de la Oficina Virtual y la App de Clientes para solicitar turnos de atención personalizada, una vez finalizado el período de aislamiento. En **Cobranzas**, para la primera etapa de la cuarentena implementaron:
 9. Postergación de los vencimientos de cuota de Pago Fácil / Rapipago y Bapro.
 10. Modificación de las fechas de vencimientos de Convenio de Productor.
 11. Aplicación de la cobranza con envío de la liquidación y fotos de los cheques.
 12. Habilitación de transferencias a la cuenta corriente.
 13. Cobranza interactiva en las sucursales del Banco Santander a nivel país. En **Siniestros** garantizaron:
 14. Continuidad de atención de siniestros en tiempo y forma, sin alterar tiempos de respuesta.
 15. Utilización de herramientas tecnológicas para agilizar la liquidación de siniestros, como la App SMG de Video Peritación. Desde **Suscripción del ramo Praxis Médica**:
 16. Otorgaron cobertura por COVID-19 en todas sus pólizas.
 17. Extendieron la cobertura bajo la modalidad Telemedicina sin costo adicional. Desde **Suscripción del ramo Caución**:
 18. Incorporaron la firma digital a sus pólizas de caución, con la misma validez jurídica, autenticidad e integridad que la firma tradicional. Así agilizaron el proceso de emisión y despacho y permitieron acceder a la póliza por cualquier dispositivo electrónico, entre otros beneficios.
 - En **Suscripción y Prevención de ART** trabajaron para:
 19. Ajustar alícuotas de contratos, previa evaluación.
 20. Incorporar en la Oficina Virtual todas las normativas vigentes de Seguridad e Higiene que deben cumplimentar las empresas.
 21. Subir en el Campus virtual Cursos e información sobre Coronavirus para clientes.
 22. Notificar a todos sus clientes las obligaciones en prevención por Coronavirus. En la división de **Vida y Retiro**:
 23. Potenciaron la Oficina Virtual para productores.
 24. Incorporaron las modalidades de contratación sin firma, acreditando identidad con video y contacto telefónico.
 25. Disponibilizaron en la Oficina Virtual solicitudes de producto Life Planning, Amatisa y Zafiro en formularios editables. «Los cambios realizados por la transformación digital nos dejan ahora en la tarea de seguir planificando la 'nueva realidad' que ya estamos experimentando, y continuando con la mayoría de las herramientas de gestión y comunicación que ya hemos implementado, para contar con servicios más ágiles y cercanos a la realidad de los asegurados, atendiendo a necesidades particulares de cada segmento», destacaron desde **Swiss Medical Seguros**.

Importante contribución de Seguros Rivadavia al Hospital de Niños de Córdoba



• En esta ocasión, la Aseguradora concretó una nueva y significativa donación para el **Hospital de Niños de la Santísima Trinidad de la ciudad de Córdoba**, la cual consistió en un Ecógrafo Doppler fijo con tres transductores, para la realización de elastografías. El equipo de última generación, valuado en alrededor de un millón y medio de pesos, será destinado al **Servicio de Diagnóstico por Imágenes** del mencionado nosocomio, donde se da cobertura a pacientes tanto de la provincia de Córdoba, como de centros de salud municipales y provincias aledañas, con derivaciones de estudios de alta complejidad. El acto de entrega se llevó a cabo el pasado 14 de agosto, donde participaron en representación del Hospital, su **Sub Director, Dr. Marcelo Argüello; la Dra. Marina Chiesa, Jefa del Servicio de Imágenes; y la Dra. Mariana Cottani.** Por su parte, en representación de Seguros Rivadavia asistieron el **Sr. Franco Ávila, Conductor del Centro de Atención Córdoba; el Sr. Pedro Sanseverinatti, Ejecutivo Comercial de la zona**, junto a otros colaboradores de la compañía. Este fundamental aporte se suma a aquellas donaciones que viene realizando **Seguros Rivadavia** en diversos hospitales y centros de asistencia médica de todo el país, como así también a la atención habitual de su Fundación en lo que respecta a pedidos de alimentos, indumentaria y otros artículos de primera necesidad para la niñez carentada. La **Fundación Raúl Vazquez** fue creada el 14 de julio de 1983, siendo sus principales aportantes **Seguros Rivadavia** y sus empleados. Su misión principal es brindar asistencia a la niñez más postergada, dando prioridad a sus necesidades de salud y educación.

Grupo BAIONI



<http://www.grupobaioni.com>



RUS continúa donando alimentos a los comedores locales

El pasado viernes 14 de agosto, **Río Uruguay Seguros (RUS)** continuó con la donación de alimentos a los comedores y merenderos de Concepción del Uruguay, iniciativa del Consejo de Administración que fue concretada por el capital humano de la empresa en el marco de su estrategia de responsabilidad social. En esta oportunidad también se regalaron juguetes por conmemorarse el Día del Niño. Los lugares visitados fueron «**Nahuel Jazmín**» que funciona en el Barrio 96 viviendas; «**Mi Esperanza**» del Barrio Villa Sol Norte; «**Sonrisitas**» del Barrio La Tablada; «**Carita Negra**» del Barrio Mataderos; el **CIC** del Barrio 30 de Octubre; el **comedor y merendero del «Club Almagro»**; el del «**Club Sporting**»; y el del **Barrio La Quilmes**. Cada uno de ellos recibió packs de fideos, arroz, leche, polenta y salsa de tomates en cantidades necesarias, según el funcionamiento de cada comedor y merendero. Asimismo y dado los festejos por el Día del Niño, celebrado el domingo 16 de agosto, se les entregaron juguetes a los chicos que concurren diariamente.

Por su origen solidario y cooperativo, **Río Uruguay Seguros** está siempre presente con acciones y proyectos que buscan el bienestar de la comunidad uruguayense que le dio origen. Cabe mencionar que tanto el **Consejo de Administración** de la empresa como el **Comité de RSRUS** agradecen el compromiso de quienes participaron en esta iniciativa: **Alejandro Castillo, Diego Frontoni, Juan Tea, Ana Mardon, Nadia Pereyra, Paula Dascoli, Jacqueline Suárez Thome, Patricia Aguilar, Jonathan Rodríguez Brun, Andrés Fiorotto, Cynthia Citi, Eduardo Kindermesch, Mariela Pessi, Julieta Osgier, Romina Campbell, Cristina Pereyra, Daniela Blanc, Belén Gómez y Silvana Vazón.**

Colón Seguros invita al evento ITC - DIA World Tour 2020 Capítulo Latinoamericano junto a LAIF

El evento que se lleva a cabo de manera online el 15 de septiembre a las 11 horas, **ITC - DIA World Tour 2020**, reunirá a emprendedores del área de tecnología, inversores y ejecutivos de la industria de seguros. Sumado a ello, se presentará un **panel de «thought leadership»** donde los mayores exponentes internacionales de insurtech y seguros expondrán su visión de la actualidad y el futuro del negocio.

«En **Colón** estamos muy contentos de ser parte del fondo **LAIF**. Nuestro **CEO & Founder, Eduardo Iglesias**, tuvo la visión tres años atrás de construir el primer fondo corporativo de Insurtech de Latinoamérica. El fondo tiene como objetivo ser un catalizador de la innovación y el desarrollo de startups que generen valor a la industria de seguros», destacaron desde la Aseguradora. Al respecto, **Eduardo Iglesias**, dijo: «Nos enorgullece ser **Partner Oficial** de **Insuretech Connect** y de **DIA** como organizador del capítulo América Latina del **World Tour**. Una de las actividades destacadas, será seleccionar las cuatro startups de insurtech más innovadoras de la región. Desde nuestros inicios, uno de nuestros objetivos ha sido potenciar el desarrollo del ecosistema emprendedor. Esta alianza con **ITC** de Estados Unidos y **DIA** de Europa, nos permite contribuir para que cada día más start-ups logren mayor visibilidad y construyan relaciones de negocios más sólidas. Y así impulsamos el desarrollo de las insurtechs en el país».

El **Capítulo Latinoamericano** es parte del **World Tour** que tendrá 35 capítulos comenzando el 1 de septiembre con Australia y finalizará el 18 de septiembre con los países Nórdicos, para luego finalizar en **ITC Global** que se iniciará el 21 y finalizará el 23 del mismo mes y donde se presentarán los ganadores de las todas competencias alrededor del mundo. Para más información ver <https://insuretechconnect.com/worldtour>

Sancor Seguros Brasil refuerza, hoy más que nunca, el compromiso con la Sustentabilidad

Habiendo concluido la elaboración de este **Tercer Reporte de Sustentabilidad** en medio de la pandemia causada por el **Covid-19**, **Sancor Seguros Brasil** considera importante reforzar la necesidad de seguir trabajando sobre el bien común, comprometidos con los desafíos mundiales y sin perder el enfoque hacia el cuidado del planeta. Su accionar en este sentido se ve reflejado en este documento.

Sancor Seguros Brasil ha trabajado sus prioridades estratégicas relativas a la sustentabilidad a través de un nuevo ejercicio de Materialidad. Fruto de ello, han actualizado los temas materiales primordiales, en respuesta a los cambios permanentes del contexto mundial y local y a las tendencias para la industria. La innovación en el desarrollo de productos y servicios, y la transparencia y claridad en su comunicación, las inversiones con criterios sustentables, la orientación a la experiencia de los clientes, la gestión de los riesgos cibernéticos, la adaptación de estrategias y productos al cambio climático y la inclusión de grupos vulnerables son temas sensibles para la organización y para sus grupos de interés, y su gestión ayuda a prevenir riesgos en la operación. Este Reporte se elaboró en el marco del **Proceso de RSE** que el **Grupo Sancor Seguros**, de Argentina, lleva adelante desde hace 15 años. Para su realización participaron empleados de todas las áreas de **Sancor Seguros Brasil**, con el fin de reflejar de forma transparente y sistematizada la gestión económica, social y ambiental del negocio. Para su elaboración se siguen iniciativas y estándares internacionales de sustentabilidad como los **Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)** y su herramienta **SDG Compass**, los lineamientos de **Global Reporting Initiative (Estándares GRI)**, la **Norma Internacional de Responsabilidad Social ISO 26000** de Responsabilidad Social y los **10 Principios del Pacto Global de Naciones Unidas**, los **Derechos del Niño** y **Principios Empresariales (UNICEF - Pacto Global)** y la **Serie AA1000** de AccountAbility. Más información en <https://www.sancorsegueros.com.br/RSE>

Breves de Informe

Grupo Provincia en 180 días: los logros de gestión pese a los desafíos de la pandemia



En seis meses de trabajo, de los cuales más de la mitad del periodo transcurrió durante la pandemia, se implementaron nuevas herramientas de pago, canales de comunicación, coberturas de seguro y líneas especiales de leasing. **Grupo Provincia** cumplió 180 días de trabajo conjunto entre las empresas de servicios financieros que lo conforman y el **Banco Provincia**, bajo la conducción del **presidente Juan Cuattromo**. En seis meses se concretaron grandes objetivos de desarrollo productivo articulados a las políticas estratégicas del **Gobierno de la Provincia de Buenos Aires**, a través del compromiso con la transparencia en la gestión. «Ante una coyuntura de emergencia sanitaria tan inesperada como compleja, las empresas del **Grupo Provincia** generaron soluciones innovadoras para el sector productivo, las familias y distintos organismos públicos y privados», destacó Cuattromo. Y añadió: «Nuestro objetivo es que el Banco y el Grupo trabajen de forma articulada para impulsar el desarrollo económico y hacerle más simple la vida a los y las bonaerenses».

Las aseguradoras de **Grupo Provincia** acompañaron a las Pymes en este contexto adverso con diferentes herramientas. **Provincia ART**, como aseguradora de riesgos número uno en épocas a nivel país, determinó la suspensión temporal de la rescisión de contratos y de los incrementos de tarifas, una medida que alcanzó a más de 11.800 empresas que emplean a casi 96.000 trabajadores y trabajadoras de todo el territorio nacional; implementó nuevos canales de atención para atender siniestros y brindó capacitaciones virtuales enfocadas en el nuevo contexto laboral. **Provincia ART** es la **ART de los trabajadores y trabajadoras esenciales del área metropolitana, cubre al personal de seguridad, educación y salud de toda la región**. Por esto, se llevó a cabo un programa de donación de elementos de protección de personal y productos de higiene y desinfección para empresas del sector público y privado clientes del Conurbano. La pandemia por Covid-19 no impidió que las **empresas de Grupo Provincia** estén cerca de la comunidad bonaerense. Desde **Provincia Seguros** se realizó una serie de acciones e iniciativas para aliviar los compromisos de su cartera de clientes mediante beneficios, durante el periodo del ASPO, que varían entre **descuentos, que llegan al 30%, y prórrogas de vencimientos**. Por su parte, **Provincia Vida** presentó un **seguro de renovación anual y automática del capital asegurado**. Y se implementó el «**Botón de Pagos online**», una herramienta de **Provincia NET** para abonar impuestos y servicios municipales y provinciales con todas las tarjetas de débito de la **Red Link** y **Banelco** sin necesidad de salir de casa.

Los desafíos persisten y **Grupo Provincia** sigue atento a las necesidades de las y los bonaerenses. Por medio de **Provincia Leasing**, y en trabajo articulado con el Banco de la Provincia de Buenos Aires, se firmaron convenios con gobiernos locales para la adquisición de bienes de capital destinados a mitigar los efectos de la crisis por Covid-19 mediante una **línea especial de leasing que contempla \$ 1000 millones**. «Con esta línea especial financiamos desde mayo, a más de 40 municipios de la provincia de Buenos Aires por \$ 700 millones», subrayó Cuattromo. Esta suma facilitó la compra de equipamiento y vehículos para favorecer el sistema sanitario, así como también el de barrido, limpieza y seguridad de los partidos. A su vez, **Provincia NET** en conjunto con el Ministerio de Producción de la Provincia de Buenos Aires desarrollaron una solución digital para fomentar la compra en comercios de cercanía y **presentaron la plataforma «Comercios Abiertos»**, un buscador de locales que realizan entregas a domicilio en el partido. Y se reforzó el equipo de atención de la línea 148, la línea de atención rápida para las personas que hayan viajado a los países con circulación del virus, o que hayan tenido contacto con una persona infectada. Pese a la incertidumbre que generó en los mercados globales la pandemia por Coronavirus y a la volatilidad previa al acuerdo con los acreedores por el canje de deuda, **Provincia Fondos** logró destacarse en el ranking de la Cámara de Fondos Comunes de Inversión: **se convirtió en el tercer fondo con más crecimiento**. Es que en julio el volumen de patrimonios administrados por Provincia Fondos superó los \$ 24.400 millones, un aumento del 160% respecto de diciembre pasado. Esta gestión, además, desde su imponente cuenta con la responsabilidad social de concientizar y abordar estrategias para suprimir toda forma de violencia laboral basada en el género y la orientación sexual, tanto en el ámbito interno como en el servicio que se brinda al público y en las políticas comerciales. Por esto, se están actualizando los códigos de ética de cada compañía para que incluyan un protocolo de acción institucional para la prevención. Y se firmó un convenio entre **Provincia Seguros**, la **Fundación Banco Provincia** y el **Ministerio de las Mujeres, Políticas de Género, y Diversidad Sexual de la provincia de Buenos Aires** para facilitar el seguro de caución a 10 personas trans que comenzarán a trabajar en el sector público bonaerense bajo el marco de la **Ley Diana Sacayán**. Al respecto, Cuattromo comentó: «El objetivo fue ofrecerles a los integrantes de este colectivo, habitualmente excluido y discriminado, una herramienta que les facilite el acceso a la vivienda».

MetLife impulsa el aprendizaje basado en inteligencia artificial entre sus colaboradores

Durante esta etapa de aislamiento, la compañía registró un incremento del 113% en el uso por parte de sus colaboradores de **MyLearning**, una herramienta de educación digital que ofrece contenidos de capacitación ejecutiva personalizados a medida de la formación, intereses y tareas que desempeña cada colaborador.

La compañía estableció un acuerdo con **Coursera**, la plataforma que ofrece cursos, certificados y títulos online de las universidades más importantes del mundo. Como parte de la reconversión digital de todas sus operaciones, **MetLife** promueve entre sus colaboradores la utilización de **MyLearning**, una plataforma de aprendizaje que utiliza inteligencia artificial y propone a la medida de cada usuario contenidos diseñados para desarrollar habilidades tanto digitales y tecnológicas como emocionales y humanas. Entre marzo y junio de este año, la cantidad de usuarios activos de esta herramienta creció un 113%.

MyLearning permite generar una comunidad de conocimiento dentro de la empresa, nutrida por líderes y colaboradores que intercambian y comparten conocimiento desde cualquier lugar. Los contenidos se ordenan en diferentes áreas temáticas como **Capacitación en Inteligencia Emocional**, para equilibrar las propias emociones y estar al tanto de las emociones de los demás en un entorno que cambia constantemente; **Comunicación Eficaz en el Mundo Digital**; **Automatización Digital** para conocer sus ventajas y cómo se aplica en la vida real; e **Influencia como fuerza positiva y persuasiva** que puede cambiar las acciones, las mentalidades y los comportamientos de los demás.

A partir de la elaboración de un perfil propio, los usuarios pueden gestionar sus preferencias de aprendizaje y medir cómo evoluciona su formación. El sistema incluye cursos y materiales exclusivos de algunas de las universidades más prestigiosas del mundo, e incluye capacitaciones en video con instructores líderes de opinión nacionales e internacionales, así como accesos a exclusivas bibliotecas virtuales.

Cada semana, los usuarios reciben un reporte sobre los avances alcanzados y sugerencias de temáticas. «Con este sistema de formación on demand, que se retroalimenta y enriquece a partir del uso que se le brinde, la capacitación depende exclusivamente de nosotros mismos, de nuestro interés y compromiso en crecer y formarnos cada vez más para ser mejores en lo que hacemos», comentó **Federico Crespi, Director de Recursos Humanos de MetLife Argentina & Uruguay**. Y agregó: «Brindamos total libertad a nuestros colaboradores a la hora de elegir en qué temas capacitarse y cómo administrar los tiempos de aprendizaje. Esta libertad implica por supuesto una mayor responsabilidad. La constancia y regularidad son claves». Según el relevamiento que realizó la compañía, dentro de las temáticas más buscadas se destacan aquellos contenidos vinculados a la comunicación en el mundo digital, cómo adquirir agilidad y flexibilidad en el trabajo, cómo influenciar a otras personas con un propósito y capacitaciones sobre inteligencia emocional.

LIBRA: Orange Time avanza y transforma el Mercado

El producto estrella de la compañía viene desarrollando una performance que ha superado las expectativas de la propia empresa. En pos de aportar al mercado

asegurador un elemento transformador en la oferta de productos, **Orange Time** ha tenido una gran aceptación entre los Productores Asesores y asegurados. Una reciente encuesta sobre PAS llevada a cabo por **Cimas Strategy Group** arrojó una evaluación positiva sobre el producto del 92%. El éxito de **Orange Time** se centra en ser el primer seguro por tiempo de uso, por la innovación que conlleva y en la posibilidad de generar un ahorro importante a un precio justo, preservando siempre los resultados técnicos. **Libra** realizó una importante inversión publicitaria para dar a conocer al mercado en general su novedosa propuesta, resultando ello un gran soporte para la comercialización de **Orange Time** por parte de los PAS. Los Productores siguen capacitándose en el producto y en cómo comunicarlo, para ello se les entrega un **Kit de comunicación**. Esta herramienta ha sido muy bien recibida por sus aliados comerciales, ya que les facilita la captación de nuevos clientes y fideliza la actual cartera. «Nuestro objetivo de negocio es ser un factor de transformación en la industria, nos guía un principio rector, 'decimos lo que pensamos y hacemos lo que decimos', en ese sentido fuimos los primeros en lanzar un producto con las características de **Orange Time** y ya otras empresas están avanzando en ese sentido, lo cual nos alegra, ya que si todos nos alineamos a las nuevas demandas de los consumidores, logremos una real reconversión y un mayor tamaño del mercado asegurador», dijo Nicolás Cofiño, Gerente General de **Libra Seguros**.

Orbis Seguros continúa capacitando PAS

La última semana, **Orbis Seguros** continuó con su programa de **capacitación para PAS del norte del país**, en especial de las provincias de Salta y Chaco. El tema desarrollado en esta oportunidad fue «**Aprovechando y generando oportunidades con nuestra cartera de clientes y nuestras relaciones**». Fue un encuentro ameno en el que cada uno compartió su visión respecto al impacto que tuvo la nueva forma de trabajar con motivo de la pandemia y las barreras que tuvieron que superar para adaptarse y seguir generando negocios. El concepto más importante en el que coincidieron fue el de estar cerca de los clientes para fortalecer los lazos de confianza, incrementando las posibilidades de ventas cruzadas. «En **Orbis Seguros** pensamos que nuestros PAS son parte esencial de nuestra estructura comercial, por lo que ponemos todo nuestro esfuerzo para apoyarlos en su trabajo y mantenerlos motivados para conseguir los mejores resultados», concluyeron desde la Aseguradora.



Fresco, auténtico y saludable



Historia
B-Fresh nace de la inquietud, entusiasmo, foco e innovación de los jóvenes hermanos Ferraro, Martín y Clara. Luego de recibirse como administrador, Martín viajó a Boston a realizar estudios de inglés por seis meses. Allí tuvo la visión de crear un emprendimiento propio con el foco en la comida saludable. Cuando Martín regresó de Estados Unidos, los hermanos comenzaron vendiendo frutos secos, legumbres, y semillas a conocidos. Pero querían apostar más alto. Con la misma misión de emprender, decidieron embarcarse en el proyecto de crear una **tienda natural y orgánica de productos locales e importados**. Así nació **B-Fresh**, para aportar valor a la salud integral de las personas y del medio ambiente, priorizando el vínculo con sus clientes y la innovación constante en la nutrición y la gastronomía.



Concepto

La misión de **B-Fresh** es generar valor desde la innovación constante en la producción artesanal de alimentos nutricionales, sin conservantes ni aditivos, y especialmente cuidados. Buscan salud inspirados en un estilo de vida equilibrado, en conjunto con el concepto de 'tienda' para generar una **experiencia B-Fresh**.

Buscan ser líderes en la alimentación saludable desde lo nutricional, y reconocidos por la oferta de alimentos sanos y equilibrados nutricionalmente. Quieren concientizar a la sociedad tanto en la salud física, mental y espiritual, como en el cuidado del medio ambiente, reduciendo el uso de materiales dañinos como el plástico, a la vez que instalan un estilo de vida nutricionalmente integrado.

Nombre

El nombre surge en la época en que Martín

ficha técnica

NOMBRE	B-FRESH Café / Tienda / Huerta
DOMICILIO	Cervino 3542, Palermo Chico CABA, Argentina
TELÉFONO	(011) 5040 7816
ESPECIALIDAD	Cocina saludable y cosmopolita / Almacén
DUENOS	Martin y Clara Ferraro
CHEF	Victoria Rucci
VIARIOS	Delivery / Restaurant / Almacén
HORARIOS	Lunes a Viernes de 8:30 a 20 horas. Domingo de 10 a 20 horas.

estuvo viviendo un tiempo en Boston. Ya en el 2017, antes de irse, tenía la idea de armar al volver algo del estilo de un almacén combinado con restaurante, que representara la clase de vida que llevaba. En Boston, solía frecuentar un lugar de este tipo, que en su nombre tenía la palabra «*Fresh*». A Martín le gustó y decidió usarla en su proyecto. Cuando regresó a Buenos Aires, junto a su hermana Clara decidieron incorporarlo al nombre y le agregaron la letra 'B', para darle el significado de la palabra 'Be', que en inglés

significa «ser», pero sin la E, para representar el concepto de «ser fresco», «ser auténtico» y lo que genera la comida en el cuerpo cuando se consume este tipo de alimentos. Así surgió «**B-Fresh**».

Decoración

El cuñado del dueño es arquitecto, y junto con un socio diseñador industrial armaron el concepto de lo que estaban buscando. Siempre con materiales naturales fieles a su filosofía. Su decoración está basada en hierro y madera, muchas plantas en el patio y una huerta.

El ambiente relajado, joven, amigable, acogedor, invita al bienestar de alimentarse nutricionalmente rico y sano. La madera, la luz cálida, el verde, los detalles, la disposición de los productos en la tienda y la delicadeza de los platos, todo es una expresión de un estilo de vida integrado.

Ambiente

El perfil de público de **B-Fresh** está dado por hombres y mujeres de 18 a 65 años. El rango es amplio, aunque el **target** son principalmente las mujeres de entre 25 y 45 años. El cliente habitué promedio ronda los 30 años y se caracteriza por invertir en vida saludable. Se trata de personas que se cuidan y que ponen el foco en su alimentación diaria, buscando equilibrio entre nutrición y comida cuidada y orgánica. ➡



Experiencia B-Fresh en cocina sana, rica y nutritiva



salsa de frutos rojos. Crocante de mascabo, crocante de chocolate y nueces, ciruelas pasas y salsa de frutos rojos.

Además, **B-Fresh** brinda novedosos **jugos** prensados en frío y *Smoothies*, blends de té y exclusivas variedades de café de especialidad como el *Café de fruto de algarroba* y *café de fruto de higo*.

Bodegas

En **B-Fresh** empezaron ofreciendo vinos de la bodega *Ernesto Catena* y cada vez fueron incorporando otras. En el local están armando un lugar especial para los vinos, que consiste en una cava más grande y mejor armada. Hoy en día tienen una refrigerada, pero quieren darle más protagonismo. Trabajan vinos seleccionados especialmente por su forma de elaboración: en ellos se evidencia el cuidado de la naturaleza desde el cultivo de las vides hasta el embotellado del jugo de la uva fermentada. Son vinos de distintas regiones de Argentina que remiten a los métodos ancestrales de producción natural, orgánica, biodinámica y de baja intervención.

Con una amplia línea disponible, se destacan vinos blancos, rosados y tintos de bodegas argentinas como *Stella Grinita*, *Escala Humana*, *Passionate Wines*, *Dominio de montaña*, *Canopus*, *Pielhueso*, *Las Payas*, *Chacra* y varias más.

Negocio

Antes de la cuarentena iniciaron con su proyecto **«Célula»**, la cocina de **B-Fresh**,



preparando productos de elaboración propia. La idea era producir más alimentos que permitan que la gente termine su cocción en casa. Viandas envasadas al vacío, budines, panes, postres, medallones de hamburguesas veganas, quesos, etc. Están próximos a lanzar dulce de leche vegano a base de porotos, castañas de cajú y maní. Hace poco también presentaron el *Kefir*. Antes de la pandemia, estaba previsto una reforma en el local para agrandar el restaurant, por lo que la idea es formalizarlo apenas todo termine. La aceptación del público es buena con esta mutación y transformación de ser un poco más almacén, manteniendo igualmente la estructura y lo que esto conlleva.

Gastronomía

Los platos de **B-Fresh** se destacan por no utilizar harinas ni azúcares refinadas. Resaltan los superalimentos y priorizan insumos y materia prima libre de agroquímicos. Los productos que utilizan para la elaboración de los alimentos buscan en el plato final un balance nutricional y enfocado en la salud integral de las personas, ofreciendo un resultado final muy cuidado.

Los platos son elaborados con productos de estación que ofrecen equilibrio y nutrición para disfrutar de una comida rica y, a la vez, saludable. La propuesta incluye preparaciones dulces y saladas de impronta cosmopolita, libres de alimentos refinados, con opciones veganas, vegetarianas, proteicas y sin TACC.

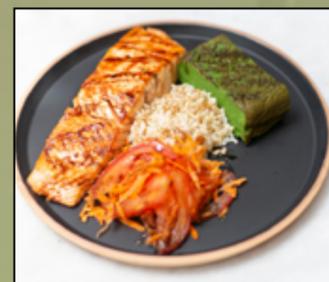
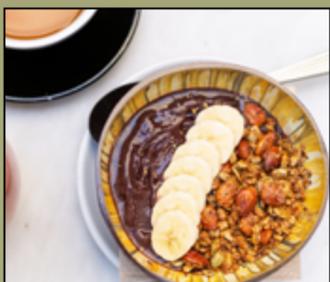
Para **desayunos** y **meriendas**, se destacan las *French Toasts* elaboradas con masa madre y leche de almendras, acompañadas con bananas, frutillas frescas y miel; los *Pancakes* proteicos de avena con frutas frescas, miel y mantequilla de maní; el *Huevo Pastoril* con mostaza Dijon, aromáticas y cebolla morada, acompañado de una tostada integral de masa madre, rodajas de tomate y palta fileteada; y el *Acai Bowl* con granola, avena, semillas, almendras, coco rallado y banana fresca.

A su vez, ofrecen una amplia variedad de **productos de pastelería**, como la *Marquise* de algarroba y maca con almendras *gluten free*; el *Húmido* de naranjas, almendras y harina integral; los *Muffins* de banana, cacao y maní tostado *gluten free*; o los *Alfajores* de

maicena, dulce de leche sin azúcar y coco rallado *gluten free*.

Entre las alternativas para **almuerzos** y **cenar**, se luce el *Sushi Raw* con alga nori, zanahoria y nueces relleno de queso madurado de castañas, guacamole y tomates secos con salsa de maracuyá; el *Curry* de vegetales y garbanzos con arroz integral orgánico; la *Pesca blanca del día* sellada a las finas hierbas con *mousseline* de zanahoria y naranja, vegetales asados y alcaparras; el *Wok de arroz yamani* con tofu y vegetales, salsa de soja, jengibre y semillas de sésamo; y *ensaladas*, como la *Salmon Salad* que lleva una base de verdes, arroz yamani, cilantro fresco, manzana verde asada, zanahorias glaseadas en naranja, nueces y salsa de maracuyá.

Para el **dulce final**, ofrecen **postres** sin azúcar, veganos y libres de gluten, como la *Mousse de palta y chocolate* al 70% con base de maní y ciruelas pasas más una salsa de frutos rojos; el *Flan de leche de almendras* con caramelo de mascabo, crema de coco y dulce de almendras; o *Curd de naranja*, coco y cúrcuma con bananas caramelizadas en mascabo, crema de coco y dulce de almendras, o *Curd de naranja*, coco y cúrcuma con bananas caramelizadas en mascabo. Crocante, mascabo, crocante de chocolate y nueces. Ciruelas pasas, más



Hacemos de las empresas un mejor lugar para trabajar.

Prevención ART

de SANCOR SEGUROS

Cuidando a tu gente. Cuidando a tu empresa.

Contactate con tu Productor Asesor de Seguros o llámá al 0800 5555 278
www.prevencionart.com.ar | info@prevencionart.com.ar





TU TRANQUILIDAD CRECE.

www.galenoseguros.com.ar

informe

operadores de mercado



TU TRANQUILIDAD CRECE.

www.galenoseguros.com.ar

Gabriel Costarella

Casado - 57 Años - 2 Hijos - Signo Escorpio (27/10/1962)

Gerente Comercial del Canal Brokers de Swiss Medical Seguros

● **UN HOBBY**

Viajar

● **LA JUSTICIA**

Sería lo ideal... A veces utópica

● **SU MAYOR VIRTUD**

Perseverancia

● **LA SEGURIDAD**

Un pendiente de muchos años, que los distintos gobiernos no han resuelto

● **ACTOR Y ACTRIZ**

Sharon Stone y Robert De Niro

● **AVIÓN O BARCO**

Avión

● **VESTIMENTA FORMAL O INFORMAL**

Casual day

● **UN SER QUERIDO**

Mi Familia. Mis amigos

● **UNA ASIGNATURA PENDIENTE**

Hablar fluido Inglés. Para mis viajes

● **LA MENTIRA MÁS GRANDE**

Las promesas de los políticos

● **NO PUEDO DEJAR DE TENER...**

Fe en mí mismo

● **UN RIESGO NO CUBIERTO**

Dar por sentado las cosas

● **LA MUERTE**

Hacia donde vamos. Me inquieta cómo llegaré

● **SU RESTAURANTE FAVORITO PARA CENAR**

Rosa Negra, Martínez

● **ESTAR ENAMORADO ES...**

Disfrutar de la realización de la persona que tenes a tu lado. Que ambos sean parte de la otra persona. Un estado ideal, maravilloso y que te eleva el espíritu

● **UN SECRETO**

Si lo digo, no sería un secreto

● **LA CULPA ES DE...**

Casi siempre es compartida. Y es la que bloquea todo el potencial que tenés para dar

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

Con 3 años, recuerdo estar parado frente a mis padres y pedirles «un hermanito». Resultado: me dieron 3 hermanos

● **ME ARREPIENTO DE**

No haberme arriesgado más de joven en proyectos y aventurarme a viajar más

● **EL FIN DEL MUNDO**

No lo tengo dentro mis pensamientos

● **LA INFLACIÓN**

El gran mal de nuestro querido país, que destruye lenta y silenciosamente nuestro futuro

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

No mezclaría inversiones con afectos

● **EL MATRIMONIO**

Proyecto de Vida

● **TENGO UN COMPROMISO CON...**

Mis principios

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

Definitivamente no. Siempre he tenido en mis equipos de trabajo mujeres que se han comprometido con el trabajo

● **UN PERSONAJE HISTÓRICO**

Da Vinci

● **EN COMIDAS PREFIERO...**

Pastas. Una buena picada

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

Ser confiado

● **DIOS**

El Ser supremo. Creador del universo

● **UN FIN DE SEMANA EN...**

Traful



● **SU BEBIDA PREFERIDA**

Recientemente he adquirido el gusto por el Whisky

● **LE TENGO MIEDO A...**

Que le pase algo malo a mis hijos y seres queridos. Y a no envejecer con salud

● **EL DÓLAR**

La moneda en que los argentinos nos sentimos seguros

● **PROGRAMA PREFERIDO DE TV / CABLE**

Series de Netflix o Amazon

● **EL LUGAR DESEADO PARA VIAJAR**

Reino Unido

● **LA TRAICIÓN**

Algo muy doloroso, más cuando no se espera

● **EL AUTO DESEADO**

BMW

● **LA CORRUPCIÓN**

El gran desafío que tiene este país de combatirla

● **ESCRITOR FAVORITO...**

No tengo un favorito

● **EL PASADO**

Sirve para aprender de los errores, y recordar los buenos momentos vividos

● **MEJOR Y PEOR PELÍCULA**

La mejor argentina, «El Escape». La peor fue «Atómica»

● **PSICOANÁLISIS**

Algo pendiente

● **MI MÚSICO PREFERIDO ES...**

Mark Knopfler

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

«El cerebro del futuro», de Facundo Manes

● **LA MUJER IDEAL**

Compañera de vida

● **UN PROYECTO A FUTURO**

Invertir en viajar

● **EL CLUB DE SUS AMORES**

Boca Juniors

● **EN TEATRO**

Depende el estado de ánimo, a veces que me deje pensando, a veces que me haga reír. Me gustan los musicales

● **EL PERFUME**

Fahrenheit, de Christian Dior

● **UNA CANCIÓN...**

Darling Pretty

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

La sonrisa y la mirada

● **MI PEOR DEFECTO ES**

No tener constancia en la actividad física

● **UNA CONFESIÓN**

No haber estado para despedir a mi abuela Elvira

● **UN MAESTRO**

Por esto días pienso como maestro de vida, en el Dr. Crescenti. Y por supuesto, pienso en mi Padre como Maestro

● **EN DEPORTES PREFIERO...**

El Tenis

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

Que son leales y están siempre

● **¿QUÉ COSA NO PERDONARÍA NUNCA?**

La deslealtad

● **SI VOLVIERA A NACER, SERÍA**

Un viajero aventurero

● **RED SOCIAL PREFERIDA**

Instagram

● **LA INFIDELIDAD**

Tiene su precio

● **EL GRAN AUSENTE**

La concordia a nivel país.

● **MI MODELO PREFERIDA ES...**

Mariana Arias, Sofía Zámolo, Cristina Pérez

● **NO PUEDO**

Ser injusto

● **MARKETING**

Es necesario

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

Una botella de Macallan

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

Soy difícil para relajar, así que una película o serie me ayuda

● **DE NO VIVIR EN ARGENTINA...**

¿QUÉ LUGAR DEL MUNDO ELEGIRÍA?

Madrid, por ser un punto estratégico por la cercanía a los lugares que me gustan



BBVA Seguros

En ese living la viste crecer, aseguralo

Cada parte de tu hogar tiene una historia

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

