



informe

operadores de mercado



Entrevista a Juan Ignacio Perucchi

Gerente General de LIBRA Seguros



«Vamos por nuevos ramos»

SIMPLE



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

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

Escribinos a: info@afianzadora.com.ar



Escaneá para conocer más.



AFIANZADORA
SEGUROS DE CAUCIÓN

Innovación y transformación en la manera de hacer negocios, el ADN de LIBRA

Juan Ignacio Perucchi, flamante Gerente General de LIBRA Seguros, tiene el desafío de llevar adelante un ambicioso plan de crecimiento de la Compañía, cuyos pilares principales son la fidelización y aumento de la producción de sus PAS, a partir de un servicio de excelencia y un modelo de negocio muy atractivo; el aumento de la cobertura geográfica hacia el interior del país; y el ingreso de Libra en nuevos ramos, donde el significativo superávit del último ejercicio económico la impulsa a ingresar en los próximos días al ramo de Personas -ya presentado a la SSN- y, en el corto plazo, a incorporar otros Riesgos Patrimoniales que actualmente no opera. Esta oferta integral tendrá un alto impacto en el crecimiento de la Aseguradora.



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

Q vda. DE MAYO 1370 1° PISO, CABA

W www.rasare.com.ar

E info@rasa-re.com.ar

T 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



Perucchi. «Para el ejercicio 2020 /2021 y a partir de un agresivo plan de negocios, prevemos un crecimiento aún mayor que el del ejercicio anterior, por ejemplo, nuestro objetivo es estar en el top 5 del ranking en captación de mercados».

Entrevista al **Dr. Juan Ignacio Perucchi**, flamante **Gerente General de Libra Seguros**.
- ¿Cuál es su trayectoria en Seguros y de qué manera se transformó recientemente en el nuevo Gerente General de LIBRA?

- Desde mis 18 años estoy vinculado al mercado asegurador, tanto en el ámbito privado como público.

En el privado me desempeñé en *Boston Seguros* y *San Cristóbal* en las áreas técnicas y comerciales, luego abrí mi estudio relacionado al asesoramiento al mercado asegurador en temáticas jurídicas y fraude.

Y en lo público fui *Gerente Técnico* y *Normativo* de la SSN, lo que me permitió tener un pulso y visión global sobre el mercado.

Mi vínculo con **Libra** se inicia cuando retomo la actividad privada a través de mi estudio y me contrata la compañía en el asesoramiento jurídico en la prevención, detección y combate del fraude.

Recientemente, **Gabriel Bussola** y los accionistas me ofrecen asumir como *Gerente General* de la compañía para llevar adelante un ambicioso plan de crecimiento.

Es un desafío con el que me siento totalmente identificado ya que comparto con la empresa su visión sobre el mercado asegurador, su ADN e impronta y los objetivos que tienen como compañía.

- ¿Cuáles serían las principales características en tu rol como Gerente General de Libra?

- Vamos a trabajar en profundizar los procesos de gestión de cada área de la compañía, en revertir los resultados técnicos en los ramos que actualmente operamos, que si bien es una problemática que afecta a todo el mercado, desde **Libra** lo abordaremos muy seriamente para no depender tanto de los resultados financieros. ➡



ESCUDO SEGUROS
Una buena decisión

NUESTROS PRODUCTOS

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



www.escudoseguros.com.ar

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



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

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN



➡ Esos procesos de gestión están orientados a una mejor *performance* de la compañía haciendo eje en nuestros PAS y asegurados para agilizar la capacidad de respuesta y administración de carteras.

Otro eje importante de mi rol es llevar adelante un detallado seguimiento de la siniestralidad a los efectos de la detección, prevención y, sobre todo, el combate del fraude. Todo esto obviamente haciendo partícipes y alineando a todos los equipos de la compañía para cumplir esos objetivos.

- ¿Cuál es el plan de crecimiento 2020 / 2021?

- En el último año hemos tenido un crecimiento muy importante. Según la estadística publicada por la Superintendencia de Seguros de la Nación, nos ubicamos en el **tercer puesto de las compañías que más crecieron en vehículos expuestos a riesgo**. Creímos un 93% de Junio 2019 a Junio 2019 y ocupamos el **puesto 14 en el ranking de captación de mercado**. Estas cifras demuestran lo rápido que hemos crecido teniendo en cuenta que tan solo hace un año y medio que operamos en el ramo Automotores. Vale aclarar, que somos **la segunda compañía en crecimiento de Vehículos Expuestos a Riesgo dentro de las que trabajan con Productores Asesores de Seguros** y eso demuestra el compromiso recíproco entre nuestra compañía y el canal de venta e intermediación natural de seguros.

Para el ejercicio 2020 /2021 y a partir de un agresivo plan de negocios, prevemos un crecimiento aún mayor que el del ejercicio anterior, por ejemplo, **nuestro objetivo es estar en el top 5 del ranking en captación de mercado**.

- ¿En qué pilares se va a sostener ese crecimiento?

- Los principales pilares son la fidelización y aumento de la producción de nuestros PAS, a partir, como señalé anteriormente, de tener un servicio de excelencia y un modelo de negocio muy atractivo, que no se basa solamente en ofrecer buenas comisiones sino en la propuesta de valor que ponemos a su disposición para transformarnos en la primera opción para nuestros PAS.

Otro eje es el crecimiento en nuestra cobertura geográfica hacia el interior del país, a partir de un apoyo y respuesta directa en cada zona a través de nuestras agencias y representantes. Esto se explica porque entendemos que muchas cosas se pueden resolver desde la digitalización y desde nuestra central pero entendemos que la intervención humana también agiliza y presenta diferenciales que muchas veces reclaman los PAS del interior.

La otra palanca de crecimiento es el **ingreso de Libra en nuevos ramos**.

Nuestro último ejercicio económico tuvo un superávit muy significativo lo que nos impulsa a ingresar en los

PROTAGONISTAS

próximos días al ramo de personas (ya presentado a la SSN) y, en el corto plazo, incorporar otros riesgos patrimoniales que actualmente no operamos.

Esta oferta más integral tendrá un alto impacto en el crecimiento de la compañía y es algo que nuestros PAS nos venían reclamando.

- **Al momento de ingreso a esos nuevos ramos, ¿cuál es la característica y modelo de oferta que piensan llevar adelante?**

- **Libra tiene en su ADN la innovación y transformación en la manera de hacer negocios**, ese es nuestro modelo de oferta, es por ello que en cada ramo que actúa tiene una propuesta tradicional de producto pero siempre debe ir acompañado de un producto diferenciador, innovador y disruptivo como es el caso de **Orange Time** en autos. Es decir, en góndola tendremos los productos ya conocidos pero junto a ellos, y en cada ramo, habrá un producto adaptado a las necesidades del mercado y a los nuevos hábitos de los asegurados.

Por ejemplo, en los seguros de salud vamos a presentar coberturas por Covid 19 con diferenciales respecto a la competencia y así en cada tipo de cobertura.

- ¿Cuál es el rol de los PAS en Libra?

- Para nosotros su rol es central, esto no es una simple declamación sino que está plasmado en la cotidianidad y en como apalancamos nuestro negocio desde la intermediación de los PAS y en la participación que le damos en toda iniciativa de negocios.

Tal es el caso de **Libra OnLine**, donde toda contratación directa se asigna a Productores de nuestra cartera, es decir, el 100% de nuestra producción está intermediada.

- ¿Qué herramienta de soporte les ofrecen a los Productores?

- Estamos en un proceso de **mejora continua en términos de digitalización** para facilitar, agilizar y hacer más eficiente la operación con nosotros.

Ofrecemos una **capacitación constante sobre la operativa y productos** y también un soporte comercial a través de un Kit comunicacional, de forma tal que ellos puedan estar en contacto con sus asegurados, promoviendo beneficios y nuevos productos.

- ¿Cuál ha sido la experiencia y los resultados obtenidos por Orange Time? ¿Y cuáles son los próximos pasos respecto a este producto?

- Estamos muy satisfechos con la *performance* de **Orange Time**. El mercado lo percibió como un producto muy adaptado al contexto, los PAS lo vieron como una herramienta ➡



¿Sos Productor de Seguros? Intégrity 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 Intégrity Champions**.
- Sumamos a más de 200 productores en cada una de las **capacitaciones** del programa anual **Intégrity 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 Intégrity Seguros.
Sé parte vos también.

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



Desde 1898 un Progreso Seguro...

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

Nº de inscripción en SSN: 21 Progreso 0112 La Territorial 0000
Atención al asegurado: 0800-666-8400
Organismo de control: www.argentina.gob.ar/ssn
SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

PROTAGONISTAS

➡ de retención y fidelización de cartera y es muy valorado por los asegurados. Por ejemplo, en el mes de septiembre **el ahorro promedio fue del 32% del valor de la póliza.**

Desde su lanzamiento en Abril, observamos un fuerte incremento en las altas de PAS que se interesan en comercializar el producto.

Lo que ya veíamos en las tendencias internacionales sobre productos *On Demand* se cristalizó en **Orange Time**. Creíamos fuertemente en este producto, el cual veníamos desarrollando hace un tiempo, pero la pandemia aceleró los tiempos y fue muy bien aceptado por el mercado.

Hoy la oferta de **Orange Time** se ubica en los principales centros urbanos. En el corto plazo, estamos habilitando otras zonas del país en función de la cobertura que podemos dar para la instalación del dispositivo que mide el tiempo de uso.



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

VISA Débito

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

Nº de inscripción en SSN 0163 | Atención al asegurado 0800-666-8400 | Organismo de control www.argentina.gob.ar/ssn

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

- ¿Cuál es la política de la compañía respecto a la prevención, detección y combate del fraude en seguros y por qué lo consideran una temática relevante?

- Como te comentaba anteriormente, uno de nuestros focos de trabajo es la temática del fraude y en este sentido la prevención, detección y combate del mismo es muy importante, y aún más en tiempos de crisis donde el fraude se incrementa, de allí la necesidad de tener una **política muy activa** en este sentido.

No puede haber mejora en los resultados técnicos si no se aborda la problemática del fraude, tampoco alcanza con prevenir y detectar sino que se debe llevar al plano de la denuncia para que dicha política sea verdaderamente eficaz.

- ¿Cuál será la sinergia y el *feedback* entre su Gerencia General y las áreas Comercial e Institucional de la Compañía?

- Es característica de Libra -y la mía en particular- la sinergia entre las áreas y equipos. La escucha y la libertad de acción siempre enriquecen el producto final desarrollado.

Toda la compañía está alineada en ese sentido y **mi rol es el de contener, analizar y hacer seguimiento de las implementaciones y propuestas de mejora.** 📌

Publicación especializada de aparición quincenal
AÑO 28 / Nº 677 - Octubre 2020 - Día del Seguro

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 Vilariño, Raúl Herrera, Juan Pablo Chevallier-Boutell, Walter Wörner.

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 Houlder, 25 de Mayo 489 6º, CABA » 0800-345-0085



Unir al equipo a la distancia, cuando se trata de *home office*

A consecuencia de la pandemia, las compañías de seguros –al igual otras empresas– han tenido que adaptarse para poder seguir operando. El teletrabajo o el denominado *home office* vino a salvaguardar tanto los puestos de trabajo de los empleados como la continuidad de la actividad del mercado. En el medio, el parlamento argentino votó una ley que regula el empleo a distancia. Esta nueva configuración laboral ¿llegó para quedarse? Beneficios y riesgos analizados por Alan Roggau, Gerente de Capital Humano del Grupo Sancor Seguros; Pablo Tablon, Gerente de Recursos Humanos de Triunfo Seguros; y, Rubén Schonfeld, Coordinador Capital Humano de Río Uruguay Seguros.

Escribe **Aníbal Cejas**

Rápidamente, cuando el Gobierno impuso una estricta cuarentena por la pandemia del Covid-19, las aseguradoras adoptaron el teletrabajo. En muchos casos, de un día para el otro. Las inversiones tecnológicas previas a la pandemia fueron un salvavidas. Los operadores que no habían avanzado tanto, tuvieron que ponerse al día igual de rápido.

Meses después, más precisamente el 14 de agosto del corriente año, se oficializó la sanción de la **Ley N° 27.555** de teletrabajo, la cual modificó la **Ley de Contrato de Trabajo** para regular los derechos y obligaciones de las partes en la relación laboral que se desarrolla a distancia.

Ahora, cada vez son más los rubros habilitados a volver a funcionar de manera presencial con los protocolos pertinentes, y la modalidad del aislamiento preventivo tiene diferentes características en las distintas jurisdicciones del país. En



este marco, ¿en qué medida las compañías seguirán sosteniendo en el tiempo la modalidad de *home office*?

La ley

En el senado una mayoría de 40 votos frente a 30 rechazos hizo ley un texto que para algunos es difícil de implementar.

Si bien el objetivo de esta nota no es analizar la llamada '**ley de teletrabajo**', sus contenidos importan porque es el

marco en el cual se desenvuelven las relaciones de trabajo en el sector asegurador.

La ley establece:

- Igualdad de remuneración, capacitación y acceso a oportunidades para quienes trabajan remoto y presencial.
- Derecho a teletrabajar durante el primer año de adopción o nacimiento de un hijo (para la pareja no gestante).
- Acuerdo voluntario para iniciar teletrabajo.
- Descanso adecuado para el teletrabajador.
- Criterios de medición, evaluación y control por voluntad de las partes.
- El teletrabajador tiene que tener un ambiente de trabajo sano y seguro, elementos de protección personal, y asistencia médica.
- Los medios físicos e informáticos deben ser provistos por el empleador. Si el empleado usa los propios, debe haber una compensación del empleador.

Repensar el modelo

Desde el **Grupo Sancor Seguros**, Alan Roggau, Gerente de Capital Humano, cuenta que el teletrabajo tuvo muy buenos resultados en la compañía. «Si bien era una modalidad que se venía instalando de a poco, el contexto aceleró el proceso. De todos modos, entendemos que de continuar con esta forma de trabajo en un futuro post pandemia, debemos diseñar políticas adaptadas a esa nueva situación. De hecho, estamos avanzando en repensar el modo de trabajo para lo que se viene.

Nuestro foco siempre está en la experiencia de las personas, entendiendo que el éxito del negocio depende en gran medida de quienes llevan adelante la operación diaria; por tal motivo, asegurar el bienestar y las mejores condiciones laborales es nuestra prioridad y sobre esa premisa, definiremos el mejor esquema de trabajo a futuro».

Por su parte, Rubén Schonfeld, Coordinador Capital Humano de Río Uruguay Seguros, explica que el teletrabajo es y será esencialmente su modo de operar, tanto a nivel del *back office* y de los procesos administrativos, como también gran parte del vínculo con los productores y asegurados: «Estamos creciendo en nuestra penetración en los distintos segmentos del mercado asegurador a través de canales» ➔

#1 vos



SEGUROMETAL
COOPERATIVA DE SEGUROS LTDA.

En 60 años cambiaron muchas cosas.

Pero el valor de la palabra sigue siendo el mismo de siempre.

Nº de inscripción en SSN: 0286

Atención al asegurado: 0800-666-8400

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

SSN | SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

2 GRUPO ASEGURADOR
La segunda
LO PRIMERO SOS VOS

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

Atención al asegurado
0800-666-8400

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

SSN | SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN



➤ digitales. Para poder sostener esta decisión, estamos reforzando tecnológicamente nuestros procesos y creciendo en inversiones en el hardware necesario para este tipo de operación. También estamos estudiando los requerimientos ergonómicos y de infraestructura que requiere nuestro personal para adaptarse al teletrabajo, así como su conectividad.

Hemos diseñado un modelo de trabajo en los distintos procesos y equipos para buscar la mayor vinculación posible, manteniendo la agilidad y la calidad de la tarea y de los resultados. Estamos trabajando en un rediseño del modelo de comunicación interna y de los espacios virtuales de encuentro, así como garantizar la presencialidad en aquellos eventos que lo requieran».

En concordancia, **Pablo Tablon, Gerente de Recursos Humanos de Triunfo Seguros**, también comenta que el teletrabajo llegó para quedarse en su compañía: «Desde que comenzó la cuarentena pudimos ver que esta modalidad fue productiva y positiva. Gran parte de las posiciones podrían estar bajo esa modalidad. Estamos considerando una forma de trabajo

mixta para las posiciones técnicas y 100% presencial para las posiciones que requieren atención al cliente. Siempre teniendo en cuenta el espacio físico donde se desempeña el teletrabajo, evitando la propia casa que se superpone con las responsabilidades familiares, y que esto a muchos les jugó en contra.

Es importante que se defina el horario de la jornada bajo teletrabajo, los objetivos y seguimientos, para no llegar a un full office. Sin dudas, las disposiciones gubernamentales nos darán los parámetros para manejar a los grupos de riesgo una vez finalizada la pandemia».

Desafíos

Consultamos a los especialistas acerca de cuáles fueron los problemas o desafíos que provocó el teletrabajo y cómo sortearon las dificultades.

Al respecto, Roggau afirmó: «En nuestro caso, principalmente podemos hablar de desafíos, ya que el teletrabajo se presentó como una oportunidad de agilizar los planes de despliegue que



▲ Alan Roggau, Gerente de Capital Humano de Grupo Sancor Seguros

nos encontrábamos llevando adelante. Además, nos permitió aprovechar al máximo las diferentes soluciones tecnológicas y continuar operando sin inconvenientes.

La comunicación con y entre los equipos fue el principal objetivo, en ese sentido los primeros días de implementación del teletrabajo pusimos a disposición diversos canales de soporte para asegurar que todas las herramientas funcionen adecuadamente.

En cuanto a las soluciones, específicamente contamos con 'Cisco Webex Teams' para mantener a todos los colaboradores comunicados. Por otro lado, se comenzaron a utilizar con mayor frecuencia las herramientas destinadas a eventos de comunicación masivos como 'Cisco Webex Meetings' y 'Cisco Webex Events'.

Como Organización, impulsamos el trabajo colaborativo; por lo tanto, esta situación favoreció además la adopción de herramientas que potencian la construcción en equipo».

Desde Río Uruguay, Schonfeld destacó que la comunicación fue el gran desafío en el trabajo a distancia, cómo mantener el vínculo con las personas estando en cuarentena y en medio de la confusión y desorientación generada en los primeros días de la misma. Además dijo: «Somos una empresa que tiene unidades de negocio en todo el país, lo que implica realidades distintas, tanto en la distribución geográfica, en la variedad cultural como en las posibilidades de conectividad. Fue vital encontrar el modo de seguimiento de la tarea, siendo que estábamos acostumbrados a hacerlo en parte a través de conversaciones presenciales.

RUS ya estaba en proceso de digitalización, planteada como política de la empresa hace tiempo y públicamente en septiembre de 2019; todo el trabajo realizado previamente a la cuarentena nos permitió estar más preparados de lo que pensábamos para el teletrabajo. Fuimos tomando los casos regionales uno por uno, para encontrar soluciones específicas y aplicamos las soluciones



▲ Rubén Schonfeld, Coordinador Capital Humano de Río Uruguay Seguros

generales donde fue posible hacerlo para dar respuesta a las necesidades. Tuvimos la oportunidad tempranamente de diseñar protocolos variados para generar una respuesta homogénea a los problemas más habituales en pandemia y cuarentena. Nos ocupamos también, de contener al personal a través de contactos con cada uno y ayudar a disminuir la sensación de aislamiento.

Los equipos de trabajo debieron aprender a vincularse a través de plataformas, y los líderes a coordinar reuniones virtuales, aunque aún nos falta mayor entrenamiento. El otro gran desafío fue que todos recibieran información actualizada de lo que sucedía en la empresa, con lo que se generaron muchas comunicaciones internas, encuentros para difundir avances. Además, desde Capital Humano lanzamos relevamientos sistemáticos en distintos momentos para conocer cómo estaba la gente en determinados temas y qué pensaban de cómo estaba funcionando la empresa. De esa forma fuimos recibiendo en forma ordenada información que ayudó a guiar nuestro trabajo».

Cerrando la rueda, Tablon expresó que el principal problema fue la conectividad y la migración de los procedimientos a plataforma digitales: «Si bien, esta modalidad de teletrabajo implicó trabajar de forma remota, es una forma particular de trabajo pura y exclusivamente desde casa, por lo que muchos debieron organizar sus rutinas familiares para cumplir tanto con el trabajo como con el cuidado de hijos y tareas escolares.

Cada equipo de trabajo acudió a metodologías digitales para el seguimiento de tareas y comunicación, como grupos de Whatsapp, videollamadas, Google Meet, Zoom, entre otros. No



▲ Pablo Tablon, Gerente de Recursos Humanos de Triunfo Seguros

se estipuló a nivel general una metodología, sino que cada equipo definió la periodicidad y el medio a utilizar».

Herramientas de liderazgo

Para cerrar, relevamos las herramientas de liderazgo que tanto los supervisores, los jefes como así también los gerentes de las compañías entrevistadas utilizaron para manejarse con sus colaboradores durante este particular contexto.

En el Grupo Sancor Seguros, Roggau, contó que el rol de los líderes fue clave en este contexto: «Desde el primer momento los acompañamos brindándoles las herramientas que necesitaban para afrontar esta nueva situación. Asimismo, nos ocupamos del desarrollo de habilidades para la gestión en el marco de esta modalidad y de brindar el soporte técnico necesario para el aprovechamiento de las soluciones tecnológicas.

A esto sumamos la puesta en marcha de un nuevo proceso de gestión del desempeño basado en objetivos, para que los líderes puedan administrar los esfuerzos de sus equipos de un modo más enfocado, teniendo en cuenta las diferentes realidades que se presentan con esta modalidad de trabajo. Consideramos que el teletrabajo exigió nuevas habilidades, pero que también impulsó una nueva manera de gestionar y de entender la productividad».

Tablon, resumió que en Triunfo, «hoy en día la empatía, la planificación, distribución de tareas y retroalimentación son la clave para mantener al equipo unido desde la distancia».



Finalmente, Schonfeld concluyó: «El liderazgo de los equipos no varía en su naturaleza, pero sí en su implementación cuando de teletrabajo se trata. En ese sentido, aprender a coordinar reuniones virtuales, desarrollar la habilidad de la escucha y la empatía a través de la pantalla, al igual que la persuasión, la contención y la generación de entusiasmo son las competencias que deben practicar y desarrollar los líderes en cualquiera de los niveles jerárquicos que se tratase.

La gestión en la virtualidad requiere, por otra parte, contar con habilidades y métodos de planificación, determinación de indicadores y disciplina de seguimiento mucho más afiatados que en lo presencial. Los sistemas deben ayudar en este sentido, dar respuesta a la inmediatez que se requiere para monitorear el teletrabajo. Además, todos los elementos tecnológicos antes mencionados son absolutamente fundamentales para que exista esa continuidad de trabajo entre los líderes y sus colaboradores».

Más Herramientas. Mejor Servicio

Cambiamos el modo, pero no el Compromiso con nuestros **PRODUCTORES**

FEDERACION PATRONAL SEGUROS S.A.

www.fedpat.com.ar

Instagram Facebook Twitter LinkedIn

Nº de inscripción en SSN 726

Atención al asegurado 0800-666-8400

Organismo de control

www.argentina.gob.ar/ssn

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACION

tpc seguros

¡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!

TPC Productores DISPONIBLE EN Google play

Av. Corrientes 316 - 6º C1043AAQ, Buenos Aires, Argentina | Tel. (+5411) 4876 5300

www.tpcseguros.com - info@tpcseguros.com - 0800 222 2872

Buscamos en

Facebook Twitter LinkedIn YouTube TPC Seguros

Nº de inscripción en SSN 0741

Atención al asegurado 0800-666-8400

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

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACION



El Comité Asegurador celebró el Día del Seguro

Mediante una reunión virtual, AVIRA, UART, AACS y ADIRA, puntualizaron sobre los desafíos del sector y pusieron de relieve el trabajo conjunto. La celebración contó con la presencia de Diego Bastourre, Secretario de Finanzas de la Nación y de Adriana Guida, Superintendente de Seguros de la Nación.

Escribe **Aníbal Cejas**

En primer término, **Diego Bastourre, Secretario de Finanzas de la Nación**, afirmó: «La actividad aseguradora se basa en la confianza entre las empresas y sus clientes y el rol del Estado es velar porque la protección que las compañías brindan sea la mejor posible.

Queremos que el seguro llegue a todos, que sea inclusivo, sea federal, pero también queremos que sus costos sean accesibles y que se protejan fuertemente los derechos de los consumidores.

El mercado asegurador es importante a la hora de contribuir al crecimiento económico y seguramente jugará un rol relevante en la Argentina de la post pandemia.



El sector ha acompañado la estrategia del gobierno nacional, ha apostado fuertemente al desarrollo del mercado de capitales nacional.

Conocemos y sabemos la importancia que tiene la industria y la actividad aseguradora en Argentina, y por eso vamos a acompañar aquellas iniciativas que propendan a impulsar el crecimiento del sector. En particular, nos parece relevante toda agenda que contribuya a las políticas de inclusión, de educación y de promoción de la cultura aseguradora».

A continuación, la **Act. Mirta Adriana Guida, Superintendente de Seguros de la Nación**, señaló: «El momento histórico en el que me ha tocado ejercer la tarea de Superintendente

era inimaginable. Nuestra actividad, que se especializa en medir y calcular riesgos, se encuentra hoy como toda la sociedad, enfrentada con una pandemia imposible de predecir y cuyo costo por el momento es difícil de calcular.

En estas difíciles circunstancias con las que nos toca convivir quiero reiterar mi agradecimiento a ADIRA, a la Asociación Argentina de Compañías de Seguros, AVIRA y a la UART y a todos los integrantes del sector que desde el primer instante ofrecieron y brindaron su más amplia colaboración.

En especial, quiero agradecer profundamente a los empleados de la Superintendencia de Seguros. Siempre supe que la Superintendencia era una creadora de talentos, lo que no imaginaba era cuán grande era también su espíritu de sacrificio y colaboración.

A los integrantes del mercado les pido que sumen sus esfuerzos para alcanzar un mercado solvente, debemos recuperar su prestigio con primas suficientes, con reservas adecuadas, con pagos puntuales de siniestros, con intermediarios capacitados y comprometidos en los procesos tecnológicos, al servicio de los asegurados la sociedad toda.

Necesitamos crear un mercado en el que la gente confíe y se sientan amparados. Sé que cuento con la colaboración de la inmensa mayoría de las aseguradoras. Los convoco entonces a dar los primeros pasos para construir un mercado de seguros que sea un orgullo para nuestro país y al servicio de las generaciones futuras».



Desafíos del sector

Después, **Gonzalo Santos, Presidente de la Asociación Argentina de Compañías de Seguros (AACS)**, manifestó: «Un agradecimiento muy grande para todos los colaboradores de esta industria aseguradora. 2020 es uno de los años más desafiantes que nos ha tocado vivir como industria. Eso claramente nos ha afectado y nada hubiésemos podido hacer sin el esfuerzo y la dedicación y el compromiso de todos los que conforman esta industria. Por eso, brindo un especial agradecimiento a ➤»

La transformación es nuestro objetivo...

El producto es Orange Time

Somos actitud que transforma.

LIBRA
Compañía de Seguros

¿Estás buscando una **propuesta** diferente?

invali

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



una mesa de transformación digital para poder lograr estos objetivos. También estamos desarrollando un cambio en la plataforma de capacitación para ayudar a las personas, al talento humano, a transformarse, a adquirir nuevas competencias que son las que necesita esta industria para transformarse.

El principal desafío que tenemos como industria es esa transformación.

Quiero aprovechar también para agradecer a los presidentes y a los directores ejecutivos de las otras cámaras. Este fue un año en el cual trabajamos muy bien en forma conjunta. Nos ayuda muchísimo a ganar representatividad y ser mucho más relevantes en el mercado.

Un fuerte abrazo a todos los colaboradores en este día, con la convicción de que vamos a salir adelante, que tendremos un 2021 desafiante, sin lugar a dudas, producto de lo que estamos viviendo en el 2020, pero con la convicción de que vendremos con un camino de recuperación que necesitamos y del cual nosotros vamos a ser protagonistas desde la industria de aseguradoras».

Más adelante, habló **Alejandro Simón, Presidente de Aseguradoras del Interior de la República Argentina (ADIRA)**. Cabe destacar que al día siguiente, se produjo la renovación de autoridades de **ADIRA**, sucediendo a Simón el **Dr. Juan Carlos Mosquera**, del **Grupo Asegurador La Segunda**.

Simón puntualizó: «Nunca trabajamos de manera tan positiva y tan mancomunada como lo hemos hecho en este año tan extraño, tan desafiante, marcado por una pandemia que nos sorprendió a todos en la Argentina y en el mundo.

El trabajo realizado para la puesta en marcha de protocolos de regreso a la actividad y, en general, de defensa de los intereses del sector es un ejemplo de cómo se puede trabajar en pos de un mercado más consolidado y que sirva mejor a los propósitos y a los intereses de todos los actores que conforman el mercado asegurador.



Esta celebración virtual es un ejemplo de la imagen de unidad que el mercado asegurador tiene que mostrar de manera de poder hacer frente a la agenda que el mercado necesita en un contexto tan desafiante como el que vivimos actualmente. Desafíos que son, como bien decía Gonzalo, muchos: en el corto plazo por supuesto un entorno macroeconómico muy volátil, con una caída drástica en el nivel de actividad, con una aceleración de la inflación y con una presión significativa sobre el tipo de cambio. Todo eso va a ejercer que el sector asegurador se enfoque en poder sobrellevar estas contingencias manteniendo el mismo nivel de servicio que nos caracteriza a lo largo de las muchas décadas y años que el sector asegurador se desarrolla, desde incluso la época de los albores de la patria.

También es fundamental hacer frente a las tendencias oportunistas que se generan en diferentes espectros, o dentro del espectro de la política de nuestro país, donde se busca atacar la caja del sector asegurador con nuevos impuestos. En ese sentido, hemos trabajado bien y nos sentimos muy respaldados por el Ministerio de Economía, y la Superintendencia de Seguros de la Nación, llevando cordura respecto del papel de la industria aseguradora. Si bien manejamos muchos recursos financieros, esos recursos no nos pertenecen, sino que son los necesarios para enfrentar las obligaciones que debemos afrontar.»

Juan Carlos Mosquera es el nuevo Presidente de ADIRA

Fue designado en la asamblea anual de Aseguradores del Interior de la República Argentina, realizada el pasado jueves 22. El Director de Operaciones de La Segunda dijo que la elección ratifica el posicionamiento y reconocimiento de la empresa en el mercado asegurador.

En el marco de la **Asamblea Anual** de **Aseguradoras del Interior de la República Argentina (ADIRA)**, realizada el pasado jueves 22, el **Dr. Juan Carlos Mosquera (Grupo Asegurador La Segunda)** fue designado nuevo presidente por un período de cuatro años. Estará acompañado por **Diego Guaita (San Cristóbal Seguros)** como **Vicepresidente**; el **presidente saliente Alejandro Simón (Grupo Sancor Seguros)** como **Secretario**; y **Jorge Ferro (Cooperación Seguros)** como **Tesorero**.



Mosquera es abogado y tiene una trayectoria de 27 años en **La Segunda**. Ocupó las gerencias de Recursos Humanos y ART, y actualmente está a cargo de la Dirección de Operaciones.

«Es muy importante para La Segunda ocupar hoy este lugar porque ratifica el posicionamiento y reconocimiento que como empresa tenemos en el mercado asegurador. Nuestra empresa es una asociada sumamente activa en el seno de ADIRA y sus funcionarios siempre han participado desde distintos lugares para aportar la experiencia y el conocimiento que tenemos en la actividad aseguradora», señaló Mosquera en relación a lo que significa para el Grupo la presidencia de la entidad. «Nombres de la talla de Hugo Tallone y Alberto Grimaldi han ocupado esta posición con anterioridad y siempre han contribuido al crecimiento de la cámara y del sector», añadió.

En cuanto al hecho de haber sido elegido por sus pares, lo sintió como «un enorme reconocimiento personal y profesional y, a la vez, como un gran desafío. En estos momentos tan especiales que nos tocan vivir -remarcó el ejecutivo-, se valora muchísimo que gente con la que compartimos diferentes cuestiones nos haga sentir su afecto y su apoyo para enfrentar todo lo que se viene hacia adelante. Es un gran voto de confianza».

Precisamente con respecto a su próxima gestión, Mosquera planteó que trabajará para «seguir posicionando a ADIRA como un ámbito reconocido por sus aportes de valor a la actividad aseguradora e influir positivamente en quienes toman decisiones importantes vinculadas al sector, como son el gobierno, reguladores, medios de comunicación, y lograr mayor conciencia aseguradora de parte de todos los sectores de la sociedad en general. Eso, siempre, acompañado por un equipo que es reconocido por su alta capacidad técnica».

21 DE OCTUBRE DÍA DEL TRABAJADOR DE SEGUROS

En esta nueva celebración, **saludamos fraternalmente a todos los trabajadores de seguros con un especial y profundo reconocimiento al compromiso asumido para que la actividad aseguradora continúe funcionando regularmente**, a pesar de las limitaciones operativas y funcionales derivadas de la actual crisis sanitaria.

En estas difíciles circunstancias, **nuestras instituciones continúan redoblando esfuerzos para estar más cerca que nunca de los afiliados y de sus familias y cumpliendo, en tiempo y forma, con todas las prestaciones y beneficios que les corresponden**.

Desde la Unidad, la Solidaridad y la Organización les deseamos un muy...

¡¡¡Feliz Día Compañeros!!!

Gabriela N. Pérez
SECRETARÍA
DE PRENSA

Jorge A. Sola
SECRETARIO
GREMIAL

Raúl A. Martínez
SECRETARIO
GENERAL

Sindicato del Seguro
de la República Argentina



OSSEG
CÁMARA SOCIAL DE SEGUROS



HACÉ CLICK EN AUTOGESTIÓN

En Provincia ART te aseguramos que puedas realizar todas tus gestiones siempre que lo necesites. Con nuestros canales digitales sólo tenés que elegir dónde hacer click.

www.provinciart.com.ar/canalesdeatencion



CENTRAL DE SERVICIOS EN LÍNEA

La plataforma web con todas las funcionalidades de autogestión.
www.provinciart.com.ar

APP PROVINCIAART

Todas las operaciones que necesitás están en tu celular.
www.provinciart.com.ar/appclientes

APP MI ART

De uso exclusivo para la gestión de trámites asociados a accidentes de trabajo o enfermedades laborales.
www.provinciart.com.ar/miart

CHAT WEB

Atención personalizada en línea, de lunes a viernes, de 8 a 20 hs.

WHATSAPP CORPORATIVO

Consultas frecuentes, de lunes a viernes, de 8 a 20 hs.

TURNOS ONLINE

Solicitud web de turnos para trámites en nuestras sucursales.
www.provinciart.com.ar/turnos

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

Grupo Provincia

Provincia ART



➤ En el largo plazo, por supuesto debemos cooperar para el progreso del sector asegurador, cooperar en la autorregulación y preservación del mercado, más allá de lo que hacen las entidades regulatorias y la Superintendencia de Seguros de la Nación. Somos 170 aseguradoras, siempre hay alguno que por una cuestión de desesperación o de convicción incluso, va a sacar los pies del plato y va a actuar de manera antitécnica, y es importante que las propias fuerzas del sector asegurador actúen, más allá de que también lo haga el organismo regulador, y para eso es fundamental la unión del sector en su conjunto. Por supuesto, y también lo mencionaba Gonzalo, el desarrollo de servicios que sean útiles al mercado en su conjunto, protocolos de comunicación, sistemas de información, programas antifraude, todas iniciativas que representen una inversión muy costosa.

Por supuesto, también tenemos el desafío del desarrollo digital y la necesidad de una mayor eficiencia de todos los actores de la cadena, liquidadores, abogados, productores asesores, con quienes tenemos un deber moral por haber sido ellos quienes favorecieron el desarrollo de todas las empresas a las cuales nosotros representamos. Hay que acompañarlos en el abordaje de los desafíos digitales que el ahora presenta.

Por primera vez en mucho tiempo, una persona que viene de las entrañas del sector asegurador, encabeza el organismo de control y eso nos deja muy contentos, muy tranquilos.

Tanto la Superintendente como la Vicesuperintendente, dos mujeres, muestran a las claras que el desafío de la igualdad de género está presente en el mercado asegurador en su conjunto y con extraordinarios ejemplos como los que tenemos en el organismo de control.

Por supuesto, hay otros desafíos vinculados al desarrollo de la actividad económica, al rol del seguro como inversor institucional de relevancia, que debe servir para apoyar el desarrollo de la economía en general y de la economía real en particular».

Acto seguido, **Mauricio Zanatta, Presidente de la Asociación Civil de Aseguradores de Vida y Retiro de la República Argentina (AVIRA)**, indicó: «Es muy importante poder transmitir los siguientes mensajes.



El primero tiene que ver con la unidad de todas las cámaras que forman parte de la industria aseguradora. El trabajo en conjunto nos permite optimizar y brindar mayor excelencia al mercado de seguros.

En segundo lugar, hemos trabajado en conjunto con los entes regulatorios que nos han permitido avanzar durante estos últimos meses. La agenda que se generó desde marzo en adelante por la pandemia, no era la prevista, pero nos adaptamos rápidamente como para poder dar las soluciones necesarias.

Desde hace mucho tiempo, la gran mayoría de los actores del mercado vienen trabajando en diferentes procesos de modernización. Eso nos ha permitido seguir operando de manera normal.

Obviamente, tenemos muchos desafíos por delante. Estos desafíos están atados básicamente a tratar de entender la experiencia del cliente. Estos últimos siete meses nos han permitido estar mucho más cerca de nuestros clientes. La pandemia nos ha dejado muchísimas enseñanzas y oportunidades que debemos capitalizar.

Es muy importante el rol que jugamos como inversor institucional en el mercado argentino, y también lo es la obligación que tenemos de generar conciencia aseguradora. Cuando hablamos de conciencia aseguradora, hablamos de la enorme diferencia que hay entre tener un seguro o no tener un seguro para cubrir nuestros bienes, para cubrir nuestra vida, para protegernos hacia el futuro.

Todos los actores estamos trabajando mancomunadamente. Los empleados del sector seguros tienen un compromiso enorme con esta actividad que llevamos adelante, y que con el correr del tiempo hemos logrado interrelacionarnos con los diferentes actores que nos permiten ir formando estos ecosistemas donde lo que se busca es el ganar-ganar.

Envío un muy fuerte abrazo y saludo para todos los que forman parte de esta industria, de la industria del seguro, tanto a los actores principales como a los actores periféricos que tenemos, más allá de compañías de productores, de reguladores, de empleados de las compañías. Hay un montón de instituciones con las que interactuamos, hay un montón de empresas que son proveedoras nuestras y que yo las siento como también parte de esta industria, entonces vaya mi fuerza para todos ellos».

Es importante destacar que días después del evento virtual del Día del Seguro, las 42 compañías que integran AVIRA eligieron por unanimidad a **María Inés Guzzi**, Gerente General de Swiss Medical Seguros, División Vida y Retiro, como **nueva Presidente de la Cámara**, en reemplazo de Mauricio Zanatta.

Para finalizar, **Mara Bettiol, Presidente de la Unión de Aseguradoras de Riesgos del Trabajo (UART)**, destacó: «Envío mi agradecimiento a toda la comunidad aseguradora que ha permitido que en unas condiciones tan especiales pudiéramos seguir sosteniendo el servicio de nuestros clientes, de las empresas, y la atención de los trabajadores.

La particularidad que tuvo ART en este caso es la incorporación, a través de un decreto de necesidad y urgencia, de la patología COVID como enfermedad profesional no listada, para que las ART brinden cobertura con cargo al fondo fiduciario de enfermedades profesionales para todos aquellos trabajadores esenciales. Es decir, se brinda una cobertura especial dentro de este marco de la pandemia a todos aquellos que tuvieron la misión de cuidarnos durante esta cuarentena. La verdad es que significó una revolución cualitativa y cuantitativa también.

Cualitativa en el sentido de que las ARTs normalmente estamos habituadas a trabajar con cuestiones de índole traumatológica, vinculadas a los accidentes. La pandemia generó que tuviéramos que cambiar muchos de los staff de las compañías, fortalecer esas estructuras, incorporando, además de los traumatólogos, a todos aquellos epidemiólogos, psicólogos y demás, que tienen capacidad de atención de esta patología, y también cuantitativa, porque empezó a adquirir cada vez mayor importancia, donde la cantidad de casos COVID pasó casi a duplicar a los casos NO COVID, con lo cual, de pronto en dos o tres meses se duplicó la cantidad de casos a atender, y cualquiera puede saber lo que esto representa en una estructura. Pudimos enfrentarlo, gracias a la buena participación y a la tarea que han hecho ambos organismos de control, articulando ➤

María Inés Guzzi es la nueva Presidente de AVIRA

Por unanimidad, las 42 compañías que integran **AVIRA, Asociación Civil de Aseguradores de Vida y Retiro de la República Argentina**, en la Asamblea Anual, eligieron a **María Inés Guzzi**, Gerente General de Swiss Medical Seguros, División Vida y Retiro, como **Presidente de la Cámara**.

La acompañarán **Irene Capusselli** (Orígenes Seguros de Retiro SA) como **Vicepresidente Ira**; **Fabián Hilsenrat** (Binaria Seguros de Vida SA) en el cargo de **Vicepresidente 2º**. La **Secretaría** será ejercida por **Sebastián Gutiérrez** (Galicia Seguros SA), y la **Prosecretaría** por **Mauricio Zanatta** (Prudential Seguros SA), mientras que la **Tesorería** será conducida por **Gabriel Chauhan** (BBVA Consolidar Seguros SA), junto a **Carlos Bargiela** (MetLife Seguros SA) en la **Protesorería**. Las **vocalías** las ejercerán **Adriana Reinaldo** (Caja de Seguros SA), **Walter Buonomassa** (Credicoop Cia. de Seguros de Retiro SA), **Hernán Wagener** (HSBC Seguros de Vida SA), **Diego Guaita** (San Cristóbal Seguros de Retiro SA) y **Fabio Rossi** (Zurich Internacional Life). **Alejandro Massa** continuará en el cargo de **Director Ejecutivo**.

«Agradezco sinceramente el reconocimiento de mis colegas. Y los convoco a seguir trabajando juntos, como siempre, pero más aún en un momento tan excepcional como el que estamos atravesando, que demandó una reingeniería profunda y acelerada de nuestra industria. El desafío que tenemos por delante es enorme, pero las oportunidades que se nos presentan también, en un contexto que, pandemia mediante, demostró a la sociedad la importancia de contar con coberturas de Vida y de Retiro. En este campo fértil de la opinión pública, necesitamos fortalecer las acciones de generación de conciencia aseguradora, mientras que en colaboración con los organismos reguladores y las demás cámaras aseguradoras, construimos el mejor escenario para el desarrollo del sector en beneficio de nuestra economía y del bienestar de la comunidad toda», declaró **María Inés Guzzi**, al asumir formalmente su cargo. ■



Seguros
ORBIS

CON
**ORBIS
SEGUROS**

MI CASA ESTA SEGURA

DIEGO SCHWARTZMAN

OFICINA DE ASISTENCIA AL SEGURO: La compañía de seguros dispone de un Servicio de Atención al asegurado que atiende las consultas y reclamos que presenten los tomadores de seguros, asegurados, beneficiarios y demás interesados. En caso de que el asegurado no pueda acudir personalmente al servicio, podrá comunicarse con la Superintendencia de Seguros de la Nación por teléfono al 0800-665-8400, correo electrónico al atencion@orbisseguros.com.ar o a través de Internet al www.orbisseguros.com.ar.

WWW.ORBISEGUROS.COM.AR

Nº de inscripción en SSN: 0878

Atención al asegurado: 0800-665-8400

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

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

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

GALENO

GALENO
SEGUROS

GALENO
ART

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

Servicios al Productor:
0800-333-7784

Nº de inscripción en SSN: 0878

Atención al asegurado: 0800-665-8400

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

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN



» con todos los actores sociales vinculados a este sistema: cámaras empresarias, sindicatos, provincias.

Entre los temas a fortalecer de nuestro sistema remarco, por un lado, que toda la cobertura que está plasmada en las leyes, en las normas, en los contratos tengan su correlato en los hechos. Es necesario, en primer lugar, que se termine de conformar la reforma, que se termine de poner en práctica la Ley 27.348. Esa fue la opción de toda la comunidad productiva, de empresarios, de trabajadores, de todo el arco político que eligió priorizar la prevención, priorizar las prestaciones, priorizar el funcionamiento de este sistema sin esa litigiosidad exacerbada. Y para que eso sea así, es necesario que por un lado se constituya a los Cuerpos Médicos Forenses previstos en esa norma en el ámbito judicial. Es decir, que los peritos cobren en función de su trabajo realizado y no en el porcentaje peritado y, a la vez, que utilicen el baremo como vara de medición. Esto hace a la equidad. Esto



va en beneficio de la comunidad trabajadora, de la comunidad empleadora, en definitiva de la comunidad productiva.

Por otro lado, es importante en nuestro sistema fortalecer el financiamiento, para que sigamos consiguiendo los logros que hasta ahora hemos conseguido todos juntos, cada uno en su rol. La cobertura COVID se financia con el Fondo Fiduciario de Enfermedades Profesionales y necesita ser refondeado.

La cobertura NO COVID también tiene que ser fortalecida, ya que este sistema arrastra una infratarificación crónica producto de la litigiosidad. La litigiosidad que no ha parado de crecer de los años anteriores y eso hizo que fuera muy difícil prever a dónde íbamos a terminar.

Y finalmente, esta pandemia nos ha enseñado que la globalización, el mundo globalizado, es inexorable y en este sentido la competitividad, el crecimiento, el avance en todas esas variables requiere de certidumbres, requiere del sector asegurador como inversores institucionales, a los efectos de otorgar certidumbre en un mundo tan cargado de incertidumbre. Esto sea para el desarrollo normal y habitual de las empresas y también para la protección de aquellos colectivos más vulnerables».

La UART anuncia su 10° Congreso de Seguridad y Salud Ocupacional 2020

Se realizará el miércoles 11 de noviembre a las 9 AM a través de la Plataforma Zoom



La UART, Unión de Aseguradoras de Riesgos del Trabajo, anunció el 10° Congreso de Seguridad y Salud Ocupacional 2020, a realizarse el próximo miércoles 11 de noviembre a las 9 AM vía Zoom. La actividad es gratuita con cupos limitados y requiere preinscripción en: www.uartprevenir.org.ar

El encuentro virtual, a realizarse en el marco del 10° aniversario del Programa Prevenir, contará con una muy amplia variedad de temas y oradores locales e internacionales. La apertura estará a cargo de la Lic. Mara Bettiol, Presidente de UART, acompañada por el Gerente General de la SRT el Lic. Marcelo Domínguez. Se contará también con los aportes de un grupo de notables especialistas: el Dr. Manuel Fernando Pérez Viloria (Colombia), exponiendo sobre «Protocolos de bioseguridad para el retorno al trabajo»; el Ing. Gabriel Ferrero, quien disertará sobre «Mejores prácticas para un retorno seguro y efectivo» y el Lic. Cristian Conejeros, con una esclarecedora exposición sobre el «Manejo de crisis en pandemia». Luego de una pausa activa, se presentarán casos de tecnología en prevención a través del Ing. Mariano Focaraccio, «EPP digital», y el Ing. Rodolfo Giro a cargo del «Entrenamiento con Realidad Aumentada para celulares». El cierre del evento estará en manos del Lic. Cesc Garriga Pons, desde España, exponiendo sobre «Gamificación como herramienta de prevención». La conducción del evento estará en manos de Mariana Arias.

Más información: www.uartprevenir.org.ar
Por consultas hola@uartprevenir.org.ar

➤ Consultá con tu
PRODUCTOR ASESOR
DE SEGUROS



Argentina

¿Está sonando una alarma?,
decime que no es la de mi

AUTO



QUÉ TEMA, ¿NO? A menos que tengas
un **NUEVO SEGURO DE AUTOS** que
te respalde siempre.

EXPERTA
SEGUROS

AUTOS

#LaCajaCelebra

ELEGÍ UN SEGURO

QUE TE ACOMPAÑE SIEMPRE

21 DE OCTUBRE DÍA DEL SEGURO



LOS SEGUROS SON EMITIDOS POR CAJA DE SEGUROS S.A. FITZ ROY 957 (C1414CHI) C.A.B.A. CUIT 30-66320562-1. MATRÍCULA 1.214 SSN. LA IMAGEN DE LA FIGURA HUMANA HA SIDO RETOCADA Y/O MODIFICADA DIGITALMENTE.

Nº de inscripción en SSN
501

Atención al asegurado
0800-666-8400

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



SSN SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN



Los Productores de Seguros analizan la situación actual de la intermediación

Productores Asesores de Seguros y Brokers, de distintas zonas geográficas de nuestro país, relatan sus experiencias y acciones acerca del impacto de la pandemia y cuarentena en su actividad de intermediación, los cambios implementados a raíz del ASPO, la continuidad laboral y el modo home office, la respuesta de las Compañías de Seguros y cómo llegar a nuevos clientes en este escenario inusual.

Escribe **Dra. Gabriela Álvarez**

La situación que atraviesa nuestro país, desde el punto de vista económico y sanitario, debido a la pandemia y la cuarentena, generó una innumerable cantidad de cambios en la forma de hacer negocios, los hábitos de trabajo, las ventas, la manera de llegar a nuevos clientes y contener a los ya existentes. El mercado asegurador ha sabido estar a la altura de las circunstancias, adaptando rápidamente todos los actores de su sistema laboral para poder hacer frente a esta nueva normalidad. Desde compañías, hasta productores, brokers, y los mismos asegurados han sabido sobrellevar la situación en forma exitosa. Por ello, para esta nueva edición hemos conversado con productores asesores de seguros de diferentes ubicaciones del país, con el fin de que nos cuenten sus experiencias y cómo lograron salir adelante a pesar de todo lo ocurrido.

Siguiendo este objetivo, hemos preparado un cuestionario sobre los temas de interés, y les transmitimos las respuestas de diferentes productores relatando -sin más ni menos- sus experiencias a la hora de vender seguros y mantener clientes durante esta época tan anormal.



Impacto de la pandemia y cuarentena

Consultamos a los productores acerca del **impacto que provocó la pandemia y la cuarentena** en el desarrollo de la actividad de intermediación.

En relación a este punto, **Leonardo Iglesias Correa, productor de la firma Bohm Asesores de Seguros** ubicada en Santiago del Estero, nos comentó que su estrategia estuvo basada principalmente en acentuar los procesos de digitalización con los clientes. «Si bien, nuestra política de trabajo

siempre fue orientada a los recursos tecnológicos (certificado y póliza digital, Apps, mail, WhatsApp, débito automático de cuotas), como en todo proceso, hay quienes les toma un poco más de tiempo o incluso son un poco reacios a adaptarse, sobre todo a dejar el papel».

En el caso de **Martín Pereyra, productor de la firma que lleva su nombre**, afirmó que, en su caso, la cuarentena que se aplicó en La Rioja Capital por la pandemia, afectó disminuyendo las ventas, pero esto no fue motivo para no poder trabajar. «Desde hace tiempo venimos trabajando de manera digital, ya sea generando contactos por redes sociales y concretando vía WhatsApp. Gracias a Dios, todos mis clientes se amoldaron a esta nueva modalidad de trabajo».

Darío Subat, Socio Gerente de CRV Bróker SRL, en su turno explicó que los Productores Asesores y las Aseguradoras «han demostrado la vocación de servicio para enfrentar la situación, estar al lado de nuestros Clientes, utilizando nuevas herramientas tecnológicas, así como una gran flexibilidad para acompañar la problemática económica y sanitaria que la situación amerita».

Coincidiendo con lo dicho anteriormente, **Adrián Bruno, productor asesor de seguros de la firma que lleva su nombre** en Ushuaia, Tierra del Fuego, nos relata que «desde el inicio de la cuarentena en el mes de marzo, y respondiendo a las obligaciones de la responsabilidad sanitaria, en forma inmediata continuamos brindando servicio en forma integral a nuestros asegurados mediante home office, no habiéndose afectado el servicio».

Diego Musso, productor asesor de seguros en la firma que lleva su nombre ubicada en Córdoba, nos aporta que «en general, pandemia y cuarentena han cambiado rotundamente los hábitos de consumo de la gente. O mejor dicho, aceleraron un proceso que venía ocurriendo hace años con digitalización de relaciones, consumos y demás cuestiones de la vida cotidiana, que ahora avanzó abruptamente. La pandemia, primeramente, ocasionó temor y paralización en la gente, que con el transcurso del tiempo se fue superando, y entendiendo que la vida, de alguna manera debía continuar. La cuarentena hizo que la gente buscara canales alternativos para poder seguir con su vida social y económica». ➡



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



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



▲ Leonardo Iglesias Correa, productor de Bohm Asesores de Seguros

➡ **Julián Emiliano Ayué, productor de seguros** de la Empresa Familiar **Ayué Productores Asesores de Seguros** ubicada en Junín, Provincia de Buenos Aires, señaló que «al poseer una relación cercana y presencial con la mayoría de nuestros clientes, tuvimos la posibilidad de adecuar nuestro procedimiento de múltiples maneras según el caso. La confianza mutua que tenemos con los asegurados nos permitió resolver cada caso en su justa manera, ya sea para el acercamiento de las pólizas, para los pagos y para los siniestros. Esto último sería el lado positivo a resaltar. El negativo sería que, claramente, el impacto económico se notó (sigue presente) y trae la consecuente anulación de pólizas que no hubieran sucedido».

Cambios implementados en el Periodo

Seguidamente, consultamos a los productores de seguros acerca de los **cambios que este nuevo período los obligó a implementar** para superar la situación.

En línea con lo mencionado, **Leonardo Iglesias Correa** comentó que «el mayor porcentaje de nuestra cartera de clientes venía siendo atendida por los canales digitales, por lo que al tener las oficinas cerradas en la primera etapa de cuarentena, todos esos procesos los realizamos en forma virtual sin ningún inconveniente, migrando a quienes no lo habían hecho aún, que por

suerte era la menor parte. Reforzamos el contacto con los clientes, manteniéndolos informados acerca de novedades y consultas por publicaciones que se emitían por distintos medios, llevándoles tranquilidad y demostrando nuestra presencia y el respaldo de las compañías, especialmente en aquellos clientes a los que la situación que íbamos atravesando los golpeaba con mayor fuerza».

Para **Martín Pereyra**, no fueron cambios bruscos «ya que veníamos implementando la digitalización del trabajo, pero fueron días muy intensos en cuanto a comunicación a través de la virtualidad, ya que tuvimos mucho tiempo en fase I sin poder circular. Comencé a hacer hincapié en las redes sociales, mediante la actualización constante de los estados en mi página de Facebook y de WhatsApp, dando muy buen resultado. En esta cuarentena, las personas tenían más tiempo para ver sus celulares y eso fue lo que intenté utilizar en este periodo. En sus páginas, las compañías con las que trabajo me brindan mucho material publicitario, además, los comerciales de ventas siempre envían novedades en imágenes o videos para compartir».

Dario Subat manifestó que, en su caso, ha recurrido a buscar soluciones tecnológicas «para que nuestro servicio no se resienta. Por otro lado, se ampliaron las vías de comunicación más frecuentes con los Clientes, y hemos profundizado su utilización



▲ Martín Pereyra, productor de seguros de la firma que lleva su nombre

para brindar la mayor información y en el menor tiempo. Nuestro personal ha dado muestras de su compromiso con la Organización y eso también se percibe en la relación con los Clientes».

Ante esta situación, **Adrián Bruno** comenta que «además de trabajar desde nuestros hogares, se estimuló mucho al uso de las herramientas virtuales que están al alcance de los clientes para la autogestión».

En el caso de **Diego Musso**, en particular, comenta que «ya trabajábamos mucho mediante redes sociales, WhatsApp, y mail. Nuestra cartera en general ya se había adaptado a hacer gestiones, pedidos o cotizaciones por redes sociales y, principalmente, por WhatsApp. Fue duro el comienzo de la cuarentena cuando no podíamos ni siquiera ir a trabajar a nuestras oficinas, ya que requirió implementar home office, redistribuyendo las tareas, teléfonos y computadoras. Además, la organización se dificulta cuando no trabajas en el mismo lugar físico para poder coordinar ciertas cosas. Por suerte, somos jóvenes y nos pudimos adaptar rápidamente a estos cambios. Tuvimos también que estar conectados lo máximo posible con nuestros clientes por vías digitales, para poder mantener la relación que nos une y darles la tranquilidad que seguimos brindando el mismo servicio que siempre. Tuvimos que trabajar principalmente con los medios de pago de las pólizas, ya que si bien mucha gente ya pagaba con bancos y tarjetas, había un porcentaje que aun abonaba mediante efectivo».

Julián Ayué, de Ayué Productores Asesores de Seguros, comenta que es una empresa familiar. «El contacto estrecho y cotidiano forjado en situaciones normales generó un plus positivo para la labor que la circunstancia demandó y demanda. A pesar de los contratiempos obvios que tuvimos, pudimos sobrellevar la tarea que se le exige a un Productor de Seguros eficazmente. Los cambios concretos fueron el hoy famoso Home Office y el recurrir a todos los medios de comunicación disponibles: telefonía, whatsapp, redes sociales, correos electrónicos, página web, etc. También fue necesario atender el timbre de nuestras casas y las herramientas indispensables como el barbijo y el spray con alcohol al 70% en nuestros vehículos».

Continuidad laboral y cambios que llegaron para quedarse

La consulta que les hicimos a los productores consistió en conocer ¿cómo vislumbra la **continuidad de la actividad cuando la pandemia termine** y qué cambios piensa que llegaron para quedarse?

Leonardo Iglesias Correa estimó que los cambios que generará esta pandemia, «además de la implementación de la tecnología, es resaltar la figura de un Productor Asesor de Seguros que en situaciones como ésta, como lo es en los siniestros, tiene una proximidad y vinculación más marcada sobre el cliente y lo que atraviesa en esas situaciones».

Martín Pereyra relató que «en mi caso particular, creo que la gente sintió la necesidad de estar cara a cara con un productor asesor, dado que, mediante una charla en persona es mucho ➡»



▲ Dario Subat, Socio Gerente de GRV Bróker SRL

En SMSV Seguros potenciamos su estrategia comercial.

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

Sea parte de nuestra
RED DE PRODUCTORES

0 8 1 0 - 9 9 9 - 7 3 4 8
comercial@smsvseguros.com.ar
Av. Córdoba 1345 - Piso 12 (CABA)



Pensamos como Usted, estando junto a Usted.

smsv
COMPAÑÍA DE SEGUROS

www.smsvseguros.com.ar

smsv
ASESORES DE SEGUROS

www.smsvasesores.com.ar

Un seguro para CADA NECESIDAD

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

TU ELECCIÓN SEGURA

0810-8888690

www.hamburgoseguros.com.ar | Hamburg Seguros

Líderes en el Noroeste Argentino

CASA CENTRAL Independencia Nº 56 - PB - (4200) Sgo del Estero (0385) 422-0100 (0385) 421-5569	AGENCIA JUJUY Güemes Nº 1259 (4600) (0388) 423-8200	AGENCIA SALTA España Nº 190 (4400) (0387) 432-7790/92	AGENCIA CATAMARCA Esqui Nº 551 (4700) (0383) 443-5050	AGENCIA LA RIOJA Pelajo B. Luna Nº 227 (5300) (0387) 4464-190/199	AGENCIA TUCUMÁN 24 de Septiembre Nº 660 (4000) (0381) 4100062/63/64
---	---	---	---	---	---

Nº de inscripción en SSN 0333 | Atención al asegurado 0800-666-8400 | www.argentina.gob.ar/ssn | Organismo de control SSN | SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN



«> más fácil para el cliente plantear sus dudas, pero no debemos olvidar que la digitalización se implementó y vino para quedarse, para volverse parte esencial de nuestra actividad, simplificando y dando respuestas rápidas a nuestros clientes que, debido a su trabajo o falta de tiempo, no podían hacer el seguro de manera presencial».

Darío Subat argumentó que desde el punto de vista operativo de la Organización, «creemos que la vuelta a las oficinas será paulatina y controlada, procurando priorizar la salud de nuestros colaboradores. El sistema de Home Office creemos seguirá en el futuro, tal vez no en la forma actual, pero sí en forma parcial dependiendo la función de cada colaborador dentro de la Organización. Las reuniones con Clientes y Aseguradoras creemos que, descubiertos los beneficios de las reuniones virtuales, llegaron para quedarse aunque no reemplazarán totalmente a las reuniones presenciales. Desde el punto de vista de los Clientes, la situación económica prima y mucho, pero vemos que con gran esfuerzo, la gran mayoría no quiere perder protección asegurativa».

Adrián Bruno manifestó que «como consecuencia de la pandemia, creo que se aceleraron procesos de la digitalización que estaban en carpeta, pero la realidad hizo que se tengan que poner en práctica en forma inmediata y, como consecuencia, se ha visto un cambio de hábito y de aceptación por parte del consumidor, es decir, más predispuesto a contratar u operar de manera virtual.

Independientemente, creo que el rol del productor asesor continuará siendo una profesión muy relevante».

En opinión de **Diego Musso**, la actividad seguirá evolucionando hacia medios digitales, pero cada vez más rápidamente. «Aún nos queda la fortaleza que ante siniestros, el cliente cuenta con la tranquilidad que por detrás hay un productor de seguros que lo asesora, contiene y orienta en el momento que más lo necesita. Esto no lo debemos perder. Sacando esta última cuestión, creo que no se va a retroceder en este avance de relaciones digitales, y que como intermediarios debemos adaptarnos, y tener una actitud proactiva para no quedar fuera de esta corriente, que



▲Adrián Bruno, productor de seguros de la firma que lleva su nombre

cada vez se profundizará más a medida que las decisiones sean tomadas por las nuevas generaciones que están aún más proclives al uso de estas herramientas».

Julián Ayué nos comentó que todo el aparataje tecnológico que sirve para sobrellevar este momento llegó para quedarse. «Si es que la pandemia termina, los desafíos de los Productores de Seguros son los mismos que teníamos y que a razón del virus se aceleraron. Seguir dando batalla, como siempre, a la competencia desigual que otros sectores económicos poderosos nos proponen. Intentar dotarnos de todas las herramientas posibles, nuevas y clásicas, para que el asegurable comprenda que la mejor alternativa que tiene a la hora de contratar una Póliza de Seguro es a través del único intermediario que se forma para ello: el PAS».

Respuestas de las Compañías de Seguros

Consultamos a los productores acerca de la **respuesta** que habían recibido **por parte de las Aseguradoras** durante este momento de pandemia.

Leonardo Iglesias Correa sostuvo que «dado que trabajamos con compañías de primera línea, todas ellas han estado a la altura de las circunstancias y brindando la respuesta esperada por nosotros como intermediarios, y finalmente a los clientes».

Para **Martín Pereyra**, «las compañías tomaron cartas en el asunto de manera inmediata, en especial las compañías con las que trabajo como Rivadavia, Mapfre y San Cristóbal, dieron muchas soluciones para poder acompañarnos y facilitar la concreción de ventas. También se vieron obligadas a explotar las publicidades en formato digital aptas para redes sociales.

Y lo más importante fue retener a clientes, ya que muchos solicitaron descuentos o directamente la baja. Y las compañías



▲Diego Musso, productor de seguros de la firma que lleva su nombre

tuvieron que ajustarse a la situación económica de los clientes para evitar la caída masiva de pólizas».

Coincidiendo con lo mencionado hasta ahora, **Darío Subat** manifestó que «el Grupo Asegurador en el cual volcamos las operaciones de seguros, ha dado una respuesta de altísimo nivel frente a la situación suscitada. Por supuesto que, muchas veces no es lo mismo coordinar aspectos in situ que cada uno en su hogar, pero creo que la conjunción Aseguradora-Organización se responde desde el primer día de la cuarentena con la mayor eficiencia y agilidad posible».

En la misma línea, **Adrián Bruno** señaló que «desde nuestro lugar compartimos con la Aseguradora diferentes realidades vinculadas a lo que hace al desarrollo económico de cada región y que se han visto afectadas en diferentes escalas, obteniendo respuesta satisfactoria, realizando trabajos en forma conjunta para preservar nuestras carteras y acompañar a los clientes».

Asimismo, **Diego Musso** coincidió en que también las compañías han tenido que adaptarse. «Por un lado, han colaborado en varias cuestiones para que la actividad del intermediario en medio de la cuarentena no se vea afectada, brindando otro tipo de canales de atención, kits digitales de marketing, promoción de modalidades de cobro digitales, etc. Se pudo observar también que las compañías han aumentado su exposición y oferta en redes sociales, y tienen mucha más presencia directa frente al mercado. Habría que analizar en el futuro cómo se



▲Julián Ayué, productor de Ayué Productores Asesores de Seguros

conjugará esa exposición con la actividad intermediadora del productor asesor de seguros».

Acto seguido, **Julián Ayué** argumentó que, en su caso, «en especial con 'La Equitativa', compañía argentina centenaria que tiene nuestra misma idiosincrasia, fue de entendimiento total. Es otro pilar de confianza que nos sirvió para que el daño de la pandemia fuera el menor posible. Además de algunos acuerdos, aceleraron los cambios tecnológicos que venían implementando y



así permitieron que el trabajo pueda ser llevado adelante casi sin dificultad. La voz de los asegurables nos indica que las Compañías que no priorizan la intermediación del PAS han tenido dificultades, sus asegurados no sabían hacia quién dirigirse, por ejemplo. Y creo que algunas Aseguradoras descubrieron en nosotros un valor que no advertían».

La tarea más difícil... Llegar a nuevos Clientes

La última pregunta, consistió en cómo abordaron durante este periodo la **difícil tarea de conseguir nuevos clientes**.

Según la experiencia de **Leonardo Iglesias Correa**, «la comunicación con nuestros clientes se intensificó a través de los medios que ya veníamos implementando (mail y WhatsApp). Recomendaciones, acompañamiento consultando cómo iba afectando la pandemia y cómo iban adecuándose para poder hacerle frente con alguna implementación sobre su actividad, amoldando las coberturas o reemplazando las contratadas oportunamente por nuevas según la situación que atravesaba. Realmente ha sido -y seguimos en ella- una tarea ardua y de aprendizaje para todos, incluyendo el mercado asegurador. Esta situación, y las medidas adoptadas, nos han permitido afianzar los vínculos con nuestros clientes. Estos, a través de sus recomendaciones, también nos han permitido generar nuevos clientes, además de los generados con nuestros recursos de comercialización, permitiendo compensar algunas bajas que, como en otras actividades, nuestra actividad también las ha sufrido».

En el caso de **Martín Pereyra**, explicó que en este tiempo de pandemia y cuarentena «nuestra actividad para atraer nuevos clientes fue un poco más complicada de lo normal, ya que hay coberturas como, por ejemplo, un integral de comercio de una maderera que tiene alto riesgo y no se podía dar cobertura sin antes visitar el lugar y ver las condiciones básicas de seguridad teniendo en cuenta los protocolos de bioseguridad al hacer las visitas programadas. Pero, en general, se hizo un esfuerzo mayor para darnos a conocer publicitando en las redes sociales, aprovechando las promociones o descuentos de temporadas para poder captar la atención de nuevos clientes. Y una ventaja particular en mi caso

es que tengo una agencia de Pago Fácil en mi oficina con gran caudal de gente, a la cual siempre se le comenta algo relacionado a los seguros».

Acto seguido, **Darío Subat** afirmó que su fortaleza está en la trayectoria «y en la confianza de nuestros Clientes, los cuales nos recomiendan a sus amigos, familiares, clientes, proveedores. Asimismo, hemos incrementado nuestra presencia en redes sociales, de la mano de una empresa de Comunicación que trabaja mucho y, por otro lado, vemos que la consulta por geolocalización es un elemento que nos trae también nuevos clientes».

Más adelante, **Adrián Bruno** comentó que «se ha trabajado con más persistencia sobre nuestras redes sociales, pero desde que salimos del ASPO (Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio) y pudimos regresar a nuestras oficinas, continuamos operando de la forma tradicional».

Diego Musso, en respuesta a esta cuestión, remarcó que «puntualmente estamos ante una situación macroeconómica que hace que el mercado deje de expandirse como los últimos años, y es tarea fundamental llegar a nuevos clientes y además mantener los existentes. Ante esta situación y la cuarentena, ha habido muchas amenazas y posibilidades, teniendo en cuenta que a veces la imposibilidad de generar una atención de calidad hace que el cliente esté abierto a nuevas posibilidades, además de recibir constantemente en redes sociales ofertas de todo tipo. Nosotros estamos tratando de mejorar nuestra presencia también en estos medios, además de tratar de contactar nuevos clientes por canales alternativos muchas veces sin posibilidad de hacer una reunión cara a cara».

Finalmente, **Julián Ayué** comentó que «tal vez es el punto más crítico por encontrarse uno (el productor y/o el asegurable) ante una situación inexplorada y una perspectiva de alarma. Tampoco tuvimos una política ofensiva hacia tal cuestión. Diría que no fue un escenario como para 'salir a pescar en un lago tan turbio'. Casi todos los esfuerzos fueron dirigidos a estar cerca del asegurado».

aacms
ASOCIACION ARGENTINA DE COOPERATIVAS
Y MUTUALIDADES DE SEGUROS

stop loss
bureau de reaseguros s.a.

rasa
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

ALBACAUCION
ALBA COMPAÑÍA ARGENTINA DE SEGUROS S.A.

**Estamos donde tus
proyectos nos necesitan**

Buenos Aires | La Plata | Córdoba | Neuquén | Posadas | Tucumán
Sgo. Del Estero | Resistencia | Mendoza | Rosario | Santa Fe
Centro Comercial Online 0810-220-9411 www.albacaucion.com.ar

Seguinos en

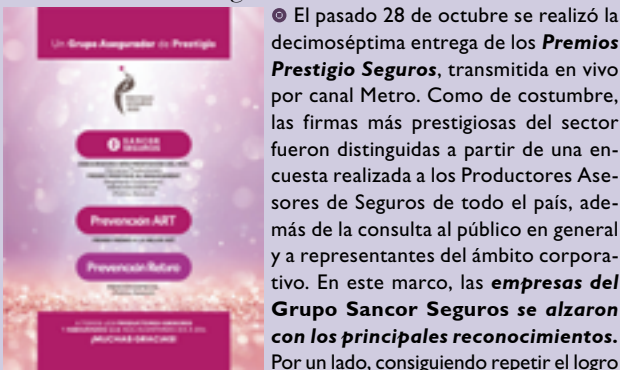


Inscripción en SSN | Atención al Asegurado
N° 0329 | 0800-666-8400

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

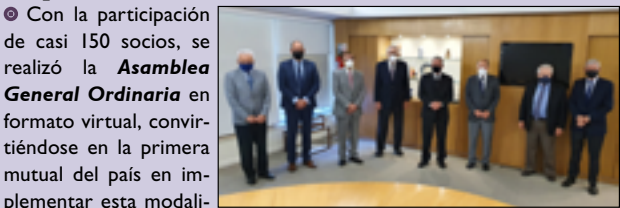
SSN SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN

El Grupo Sancor Seguros fue protagonista en los Premios Prestigio 2020



El pasado 28 de octubre se realizó la decimoséptima entrega de los **Premios Prestigio Seguros**, transmitida en vivo por canal Metro. Como de costumbre, las firmas más prestigiosas del sector fueron distinguidas a partir de una encuesta realizada a los Productores Asesores de Seguros de todo el país, además de la consulta al público en general y a representantes del ámbito corporativo. En este marco, las **empresas del Grupo Sancor Seguros se alzaron con los principales reconocimientos**. Por un lado, consiguiendo repetir el logro de años anteriores, **Sancor Seguros** obtuvo el **Primer Premio** otorgado por decisión de los Productores Asesores, que la eligieron como la **Aseguradora más prestigiosa del país**, y recibió una **Mención Especial mediante el voto del público general**. Además, fue galardonada con el **Premio Prestigio al Management**, elegido por el segmento corporativo. Por otra parte, y como ya es costumbre, **Prevención ART** (líder del mercado con una participación superior al 20%) recibió el **Primer Premio a la Mejor ART**, mientras que **Prevención Retiro**, a solo un año del comienzo de sus operaciones, se hizo acreedora de una **Mención Especial**. «Recibir estos galardones en el año de nuestro 75° Aniversario y en este momento tan complejo que nos toca atravesar como sociedad es motivo de gran orgullo para nosotros, por cuanto es el reconocimiento a toda una trayectoria construida sobre pilares como la excelencia en la prestación del servicio, la atención personalizada, el desarrollo de productos de primer nivel y la orientación a la mejora continua», manifestaron desde la firma. Con estos reconocimientos, el **Grupo Sancor Seguros** continúa fortaleciendo su liderazgo del mercado asegurador argentino y una sólida reputación construida junto a sus más de 9.000 Productores Asesores de Seguros en todo el país.

Grupo San Cristóbal renovó su Junta Directiva



Con la participación de casi 150 socios, se realizó la **Asamblea General Ordinaria** en formato virtual, convirtiéndose en la primera mutual del país en implementar esta modalidad. Durante la Asamblea General Ordinaria del Lunes 26 de octubre, que contó con la participación virtual de casi 150 socios, **Grupo San Cristóbal** renovó su **Junta Directiva** para los próximos tres años y designó como **presidente a Osvaldo Nicolás Bossicovich**. «Vamos a administrar esta mutual a la manera de una empresa moderna, con objetivos precisos y ambiciosos, y con el espíritu solidario que fue el origen de su creación», expresó Bossicovich, que estará acompañado por **Juan Salvador Tommasi** y **Ricardo Isidoro Silberstein**, **vicepresidentes primero y segundo**, respectivamente. Los **vocales titulares** serán Jorge Ramón Borsani, José Antonio Nanni, Eneas Alberto Collada, Diego Nicolás Marcos y Jorge Luis Esteban Aimaretti; los **suplentes**, Héctor Perucchi y Humberto Santoni, y los **fiscalizadores**, Daniel Gallo, Osvaldo Pringles y Sergio Roldán. «Se podría decir que es una continuidad de gestión porque a toda la organización nos une el propósito de hacer que nuestros clientes estén seguros, cuidando su bienestar y patrimonio, esmerándonos por entender sus necesidades, ayudándolos a tener éxito y superando sus expectativas», explicó **Osvaldo Bossicovich**. Por su parte, el **presidente saliente, Darío Rubén Trapé**, señaló: «Finalizo mi mandato con la satisfacción del deber cumplido, cuando expresaba que iba a plantar tantos árboles como fueran necesarios, aún sabiendo que no iba a disfrutar de su sombra, porque serían los pilares fundamentales para el crecimiento de nuestra empresa en los próximos años». Con la presencia de veedores del Instituto Nacional de Asociativismo y Economía Social (INAES) y de la Dirección de Cooperativas y Mutuales de la provincia de Santa Fe, en el acto además se trató la aprobación de la Memoria y Balance del Ejercicio N°80 de San Cristóbal Seguros, la designación del Director Independiente y la evaluación de lo actuado en Prevención de Lavados de Activos y Financiamiento del Terrorismo.



Desde 1975 comprometidos con la Excelencia

FARAGÓ & CORRALES

A B O G A D O S

WWW.ESTUDIOFARAGO.COM.AR

TEL/FAX: (5411) 5032-3683

Breves de Informe

Allianz Argentina lanza su nuevo sitio web

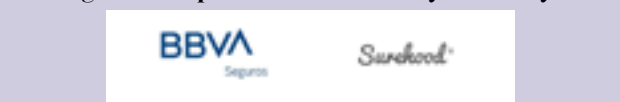
Con la participación de casi 150 socios, se realizó la **Asamblea General Ordinaria** en formato virtual, convirtiéndose en la primera mutual del país en implementar esta modalidad. Durante la Asamblea General Ordinaria del Lunes 26 de octubre, que contó con la participación virtual de casi 150 socios, **Grupo San Cristóbal** renovó su **Junta Directiva** para los próximos tres años y designó como **presidente a Osvaldo Nicolás Bossicovich**. «Vamos a administrar esta mutual a la manera de una empresa moderna, con objetivos precisos y ambiciosos, y con el espíritu solidario que fue el origen de su creación», expresó Bossicovich, que estará acompañado por **Juan Salvador Tommasi** y **Ricardo Isidoro Silberstein**, **vicepresidentes primero y segundo**, respectivamente. Los **vocales titulares** serán Jorge Ramón Borsani, José Antonio Nanni, Eneas Alberto Collada, Diego Nicolás Marcos y Jorge Luis Esteban Aimaretti; los **suplentes**, Héctor Perucchi y Humberto Santoni, y los **fiscalizadores**, Daniel Gallo, Osvaldo Pringles y Sergio Roldán. «Se podría decir que es una continuidad de gestión porque a toda la organización nos une el propósito de hacer que nuestros clientes estén seguros, cuidando su bienestar y patrimonio, esmerándonos por entender sus necesidades, ayudándolos a tener éxito y superando sus expectativas», explicó **Osvaldo Bossicovich**. Por su parte, el **presidente saliente, Darío Rubén Trapé**, señaló: «Finalizo mi mandato con la satisfacción del deber cumplido, cuando expresaba que iba a plantar tantos árboles como fueran necesarios, aún sabiendo que no iba a disfrutar de su sombra, porque serían los pilares fundamentales para el crecimiento de nuestra empresa en los próximos años». Con la presencia de veedores del Instituto Nacional de Asociativismo y Economía Social (INAES) y de la Dirección de Cooperativas y Mutuales de la provincia de Santa Fe, en el acto además se trató la aprobación de la Memoria y Balance del Ejercicio N°80 de San Cristóbal Seguros, la designación del Director Independiente y la evaluación de lo actuado en Prevención de Lavados de Activos y Financiamiento del Terrorismo.

La **startup Surehood.com**, de la mano de **BBVA Seguros**, estará presente por primera vez en este evento que arranca el lunes 2 de noviembre, presentando su novedosa propuesta de comunidad de seguros virtual, con ofertas y contenidos exclusivos. **BBVA Seguros**, compañía líder en el mercado asegurador en Argentina, acompañará a la **insurtech SureHood** en el **CyberMonday 2020**, a realizarse entre el 2 y 4 de noviembre próximo, donde presentará su plataforma online (<https://www.surehood.com>) con ofertas y beneficios exclusivos para el evento. **¿Qué es SureHood?** Se trata de una comunidad virtual que busca las mejores propuestas de seguros del mercado para la protección de los bienes, usando para ello inteligencia artificial. Esta novedosa propuesta en Latinoamérica se sustenta en cuatro pilares: **simpleza, agilidad, sustentabilidad y transparencia**. **Surehood.com** le acerca a sus miembros una amplia oferta de seguros patrimoniales de las principales compañías del sector, buscando siempre que todos sepan exactamente lo que están asegurando. Además, les brinda una experiencia inmediata tanto en asesoramiento como en liquidación. «Para poder pertenecer al club de beneficios tenés que tener una póliza vigente por lo menos por un año, con lo cual podrás ofrecer tus productos y servicios a los demás miembros de la Comunidad a través de nuestras redes sociales», explica **Mariana Paz, Product Owner & CEO de Surehood.com**. En línea con el espíritu colaborativo de esta iniciativa, la startup dona el 5% de sus ingresos anuales a entidades benéficas propuestas por la comunidad y para proteger entre todos a quienes más lo necesitan.

Provincia Vida lanzó +Actual, un seguro con ajuste por CER

Con el fin de ampliar las opciones de cobertura, llegó **+Actual**, una nueva alternativa que ofrece la renovación anual automática y ajustable. **Provincia Vida** lanzó un nuevo producto, **+Actual**, un seguro con cobertura por fallecimiento por cualquier causa, cuya principal característica es la **renovación anual y de forma automática del capital asegurado** por medio del **Coefficiente de Estabilización de Referencia (CER)**. **+Actual**, como seguro temporario anual renovable, está pensado para personas de entre 20 y 64 años y dispone de un amparo familiar en caso de fallecimiento, contratado a **Provincia Seguros**, con una cobertura para el titular, y otra por cónyuge o por hijo. Además de tener el respaldo de **Grupo Provincia**, el producto cuenta con los beneficios de ser inembargable y deducible del impuesto a las ganancias. **Mariela Ricciuti, Presidenta de Provincia Vida**, señaló: «En Provincia Vida buscamos ampliar nuestro portfolio de productos, por eso sumamos a nuestra oferta un seguro accesible y práctico». En esa línea, agregó: «Estamos atentos a las sugerencias que llegan desde los canales de venta, dado que el objetivo final es satisfacer las necesidades de las y los bonaerenses al momento de tomar un seguro de vida». La cotización y contratación de **+Actual** se encuentra disponible en las sucursales del Banco Provincia; a través de las y los productores asesores de seguros y en la web <https://bit.ly/2ZWsyGI>. Para más información ingresar en las redes sociales: Twitter @ProvinciaVida y Facebook <https://www.facebook.com/ProvinciaVida>.

BBVA Seguros acompaña a Surehood en el CyberMonday 2020

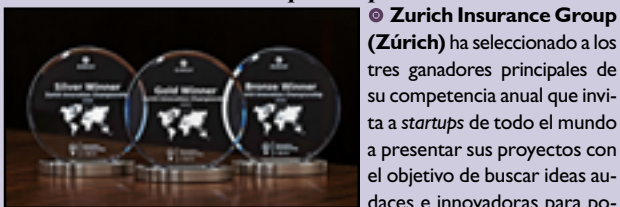


La **startup Surehood.com**, de la mano de **BBVA Seguros**, estará presente por primera vez en este evento que arranca el lunes 2 de noviembre, presentando su novedosa propuesta de comunidad de seguros virtual, con ofertas y contenidos exclusivos. **BBVA Seguros**, compañía líder en el mercado asegurador en Argentina, acompañará a la **insurtech SureHood** en el **CyberMonday 2020**, a realizarse entre el 2 y 4 de noviembre próximo, donde presentará su plataforma online (<https://www.surehood.com>) con ofertas y beneficios exclusivos para el evento. **¿Qué es SureHood?** Se trata de una comunidad virtual que busca las mejores propuestas de seguros del mercado para la protección de los bienes, usando para ello inteligencia artificial. Esta novedosa propuesta en Latinoamérica se sustenta en cuatro pilares: **simpleza, agilidad, sustentabilidad y transparencia**. **Surehood.com** le acerca a sus miembros una amplia oferta de seguros patrimoniales de las principales compañías del sector, buscando siempre que todos sepan exactamente lo que están asegurando. Además, les brinda una experiencia inmediata tanto en asesoramiento como en liquidación. «Para poder pertenecer al club de beneficios tenés que tener una póliza vigente por lo menos por un año, con lo cual podrás ofrecer tus productos y servicios a los demás miembros de la Comunidad a través de nuestras redes sociales», explica **Mariana Paz, Product Owner & CEO de Surehood.com**. En línea con el espíritu colaborativo de esta iniciativa, la startup dona el 5% de sus ingresos anuales a entidades benéficas propuestas por la comunidad y para proteger entre todos a quienes más lo necesitan.

Afianzadora: Desafíos y encrucijadas del Mercado Asegurador

La coyuntura económica no da tregua. Nos encontramos ante el momento más disruptivo del mercado asegurador argentino, donde **todo indica que la industria se concentrará en una menor cantidad de jugadores**, buscando un mayor volumen de negocio. Sin embargo, y a pesar de ser un nicho conservador, se avizoran cambios significativos en las elecciones y preferencias de los clientes. Las compañías deben descifrar esta nueva realidad lo más pronto posible a través de los ojos del Productor Asesor de Seguros, principal fuente de información y socio estratégico de las aseguradoras. La relación con el cliente empieza a trascender su contacto con el producto transaccionado: aparece una visión integral con la marca elegida que se identifica con la experiencia del cliente dando paso a un nuevo paradigma. Los propósitos de las marcas pasan a jugar un rol principal, porque los clientes y los colaboradores (empleados) quieren conocer el 'backstage' de lo que consume/producen respectivamente. Parece resurgir una fuerte vocación de buscar 'sentido' a nuestras acciones, que genera un inmenso desafío dentro de las organizaciones, aún con muchas contradicciones por resolver. Los marcos regulatorios parecen avanzar sobre la actividad ya sea a nivel sectorial (SSN) o general, buscando el complejo equilibrio entre Estado y mercado, binomio que será el responsable de generar condiciones de reactivación económica luego del 'golpe Covid-19'. Los obligados y bruscos cambios en la manera de trabajar y las nuevas aptitudes que ya está requiriendo esta nueva normalidad, han puesto a todos en un lugar de mucha incomodidad, acelerando el cambio y abriendo algunas oportunidades que buscan disminuir la brecha de las necesarias habilidades IT que exige este nuevo mundo. El concepto de sustentabilidad, que avanza saludablemente en la refundación del capitalismo, aparece como vital para garantizar la continuidad de la empresa como agente de cambio en la nueva economía. Si bien la rentabilidad no deja ser prioridad, es sumamente necesario adaptarnos a los tiempos que corren. **Los datos y su correcta lectura son la llave de las oportunidades** que traerá algunos grises entre la confidencialidad y los potentes avances de la Inteligencia artificial. Un nuevo mundo de negocios se está redefiniendo y **Afianzadora se encuentra firme en el camino de la innovación**. Hoy más que nunca es importante ampliar nuestros horizontes, ser flexibles y apostar a la sustentabilidad para integrar al negocio tanto el aspecto social como ambiental. **#CulturaAfianzadora** - Fuente: **Afianzadora** - Seguros de Caución - <http://www.afianzadora.com.ar/>

Una start-up de procesamiento de siniestros gana el Zurich Innovation Championship 2020



Zurich Insurance Group (Zürich) ha seleccionado a los tres ganadores principales de su competencia anual que invita a **startups** de todo el mundo a presentar sus proyectos con el objetivo de buscar ideas audaces e innovadoras para poder desarrollarlas en conjunto y así proteger a las próximas generaciones. El ganador de **premio de oro** en la segunda edición del **Zurich Innovation Championship** fue para **ClaimFlo**, una plataforma de procesamiento de reclamaciones de propiedad y accidentes desarrollada por la **fintech Safekeep**, con sede en Nueva York. Zurich nombró a dos ganadores con el **premio de plata: Pops! Diabetes Care**, que ofrece una nueva forma de evaluar los niveles de azúcar en sangre, y **Jupiter Intelligence**, cuya herramienta de modelado tiene en cuenta el cambio climático en curso. Las soluciones de los ganadores están alineadas con el compromiso que tiene Zurich en obtener una comprensión profunda del análisis de datos y la creación de soluciones digitales que aporten valor al negocio y a los clientes. Todas las propuestas surgieron de la etapa inicial del concurso que comenzó en 2019 con más de 1.350 participantes.

«La amplitud de ideas presentadas durante el Zurich Innovation Championship de este año ha sido muy impresionante», dijo **Stuart Domingos, Head of Group Innovation en Zurich**. «Esperamos profundizar nuestro trabajo con los ganadores y continuarlo con los otros finalistas, explorando soluciones para nuestros clientes, nuestras comunidades y nuestro negocio, teniendo en cuenta un futuro más sostenible y eficiente». Los ganadores, que fueron nombrados después de hacer sus presentaciones finales al **Comité Ejecutivo del Grupo Zurich**, fueron elegidos entre ocho empresas seleccionadas a principios de este año para trabajar con Zurich en una fase de «Prueba de concepto». Una mayor exposición pública y el reconocimiento del liderazgo del Grupo Zurich que también beneficiará a los finalistas y ganadores. Si bien los finalistas restantes no estuvieron en el podio de los ganadores, su trabajo no ha sido poco reconocido. Las nuevas empresas están desarrollando una gama de posibles soluciones que abordan problemas que Zurich considera potencialmente importantes para su negocio y sus clientes individuales. Los otros cinco finalistas fueron: **Mellow**. Con sede en Hong Kong, ha desarrollado una aplicación personal e interactiva para niños y padres que desarrolla hábitos de dinero y enseña conocimientos financieros a través del aprendizaje diario práctico. La aplicación se combina con una tarjeta prepaga para que los niños digitalicen el dinero de bolsillo, controlen los gastos y los ahorros y brinden a los padres una forma de recompensar los comportamientos positivos.

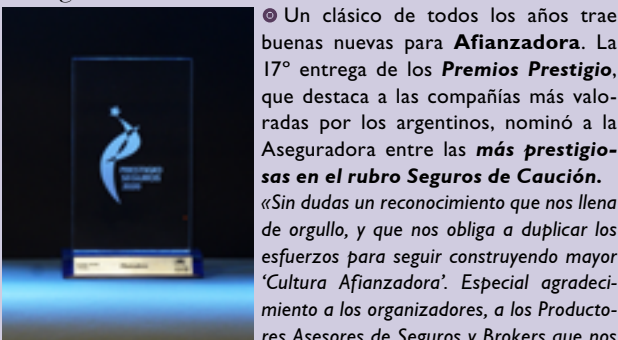
Parametrix. Ha introducido un modelo de seguro paramétrico para empresas que dependen de la tecnología. La cobertura basada en índices se paga automáticamente cuando el servicio cae por debajo de ciertos parámetros. Se cubren las interrupciones de la nube, las fallas de la red, las fallas del sistema de terceros y otros peligros que pueden causar tiempo de inactividad del servicio de TI. **Wenalyze**. Las aseguradoras a menudo reciben información inexacta sobre las pequeñas y medianas empresas que los suscriptores deben verificar manualmente. Wenalyze, con sede en España, proporciona una solución que utiliza big data, aprendizaje automático y comparación de datos para verificar la información e identificar las necesidades de seguros. **DeepAgro**. Este finalista de Argentina utiliza tecnología que incluye un aprendizaje profundo, minería de datos e Internet de las cosas para desarrollar sistemas de detección de malezas y otros productos agrícolas. El sistema de la empresa realiza una aplicación selectiva de herbicidas que matan las malas hierbas entre los cultivos de soja. De esta forma, permite ahorros de hasta un 70% de agroquímicos, dependiendo de la cantidad de maleza que haya en el lote, y así genera un menor impacto en el medio ambiente. **DESCIFRA**. Este finalista con sede en México brinda un servicio que revela micro mercados para empresas. Usando big data, aprendizaje automático y análisis de inteligencia geoespacial, DESCIFRA crea tablas, gráficos, mapas y otras herramientas para predecir escenarios basados en la ubicación e impulsar la toma de decisiones.

Integrity Seguros le dio la bienvenida a sus nuevos productores

La compañía realizó el antelutino **Welcome Day** del año y el primero en formato virtual. Más de 70 PAS participaron del encuentro. El evento, con el que **Integrity Seguros** le da la bienvenida a sus nuevos productores, se realizó online a través de la **Plataforma Teams**. La jornada se llevó a cabo el jueves 24 de septiembre. **Edgardo Narbais, CEO**, y **David Rey Goitia, Presidente de Integrity Seguros Argentina**, dieron la bienvenida a los nuevos productores de la compañía. Tras hacer un breve recorrido sobre el nacimiento y performance actual de Integrity, cedieron la palabra a los principales funcionarios de Técnica, Comercial, Marketing y Sistemas, quienes compartieron las presentaciones de sus respectivos sectores. «En un contexto difícil aprovechamos el año para crecer para adentro invirtiendo en capacitación, procesos y tecnología. Con las puertas abiertas desde el primer día, podemos, junto a ustedes, ser la mejor alternativa del mercado argentino», enfatizó **Edgardo Narbais** en su primer contacto con los nuevos PAS. En el segundo segmento del evento se abrieron cuatro diferentes salas de capacitación virtual, donde se desarrollaron las presentaciones de los productos: **Comercio, Caución, Transporte y AP, Vida y Sepelio**, respectivamente. «Hemos cerrado el balance junio 2020 muy satisfactoriamente y nos enorgullece recibir nuevos Productores en una Compañía tan saludable como es la nuestra», concluyó **David Rey Goitia**.

Breves de Informe

Afianzadora recibió el Premio Prestigio 2020 en Seguros de Caución



Un clásico de todos los años trae buenas nuevas para **Afianzadora**. La 17ª entrega de los **Premios Prestigio**, que destaca a las compañías más valoradas por los argentinos, nominó a la Aseguradora entre las **más prestigiosas en el rubro Seguros de Caución**. «Sin dudas un reconocimiento que nos llena de orgullo, y que nos obliga a duplicar los esfuerzos para seguir construyendo mayor 'Cultura Afianzadora'. Especial agradecimiento a los organizadores, a los Productores Asesores de Seguros y Brokers que nos honran con su elección diaria. Queremos compartir este reconocimiento con toda la comunidad caucionera, especialmente con quienes trabajamos en forma colaborativa para que los proyectos de nuestros clientes estén más protegidos», destacaron desde Afianzadora. **#CulturaAfianzadora** - Fuente: **Afianzadora** - Seguros de Caución - <http://www.afianzadora.com.ar/>

La Perseverancia Seguros es la Primera Compañía del mercado en incorporar el sistema USA de Atención de Siniestros

En **La Perseverancia Seguros** se preocupan permanentemente por la experiencia de sus asegurados, especialmente en la atención de siniestros. Por eso, es la **primera compañía aseguradora del mercado en contar con el sistema OSA (Observatorio de Siniestros de Argentina)**. «Con este sistema, nuestros asegurados en el momento de solicitar asistencia mecánica como consecuencia de haberse producido un siniestro, son atendidos y asistidos por profesionales que les brindan la contención y atención necesaria, realizando el móvil de asistencia el relevamiento del siniestro en tiempo real y formalizando la denuncia administrativa correspondiente», señalaron desde la aseguradora. Y agregaron que: «Hemos comenzado con la implementación del servicio de la Ciudad de Córdoba y lo iremos extendiendo al resto del país».

Este sistema es generador de información, contribuye a la seguridad vial e impacta en la avanzada digital en los reclamos por siniestros, humanizando la tecnología y facilitando la labor del PAS.



Grupo

BAIONI



<http://www.grupobaioni.com>

Atención al asegurado

0800-666-6400

Zurich reconocida con el primer puesto en el ranking de Seguros de Vida en los Premios Prestigio

© Zurich fue elegida como **la empresa número uno en el rubro Vida** y ocupó el **2º lugar en las categorías Retiro y Prestigio Público**. La distinción fue en el marco de la 17º celebración de los **Premios Prestigio Seguros** que reconoce a las mejores compañías aseguradoras de Argentina en criterios de percepción de imagen y reputación de las compañías más prestigiosas. Bajo el lema «*La nueva noche de prestigio seguros*», **Zurich** se destacó, una vez más, entre **las empresas aseguradoras más importantes del país**. «Estamos realmente muy orgullosos de este reconocimiento, que nos coloca un año más entre las compañías líderes del país. Es el resultado de un gran trabajo conjunto entre todo nuestro ecosistema de valor y que se ve reflejado en la respuesta de nuestros clientes. En Zurich abordamos el vínculo con las personas desde una perspectiva integral, una estrategia que se resignifica en estos momentos de incertidumbre sanitaria y económica, cuando la importancia de estar protegidos cobra todavía más valor», aseguró **Adriana Arias, Head of Communications de Zurich Argentina**. Las compañías que conforman el ranking fueron elegidas por Productores Asesores de Seguros, intermediarios entre las compañías y el público, autorizados por la Superintendencia de Seguros de la Nación para asesorar y comercializar los distintos tipos de seguros en Argentina, pero también el ranking es elegido por los propios ejecutivos del mercado asegurador y el público en general. La premiación es organizada por Grupo Sol Comunicaciones junto al Centro de Estudios de Opinión Pública (CEOP Latam) desde ya casi dos década. El objetivo de esta iniciativa es dar visibilidad y acompañar a las compañías más prestigiosas, y seguir compartiendo el accionar del mercado asegurador.

A partir del 27 de octubre, los PAS pueden canjear sus **RUS Coin** a través de la **Tienda RUS**



© Rio Uruguay Seguros (RUS) es la **primera empresa de seguros de Sudamérica en implementar una billetera virtual con su propia criptomoneda basada en Blockchain**. Bajo el nombre de **RUS Coin**, premia a los productores de seguros por sus acciones de digitalización y venta diversificada de seguros. A partir del 27 de octubre y por medio de la **Tienda**

RUS, pueden canjear ese saldo por productos y beneficios. El martes 27 de octubre, **RUS** finalizó la primera etapa del recorrido iniciado en enero cuando lanzó su proyecto **RUS Coin**: una criptomoneda con la que se premia a los productores que acompañan a la empresa en su digitalización y en la venta de seguros de ramas varias.

Desde principios de año, cada productor **RUS** cuenta en su aplicación **RUS PAS** con una billetera virtual, donde puede ver el acumulado de **RUS Coin** y el historial de asignaciones. A partir del 27 de octubre, cuenta también con la **Tienda RUS** para canjear ese saldo por productos y beneficios de la empresa. De esta manera, queda cerrado el circuito de asignación de activos y la posibilidad de canjearlos por tangibles. Para llevar esto adelante, **RUS** cerró una alianza estratégica con **Koibanx**, empresa que se dedica al desarrollo de soluciones integrales en *blockchain*, tanto para sector privado como gubernamental. **Koibanx** es creadora además de una plataforma que ofrece soluciones personalizadas sobre tecnología *blockchain* para el ecosistema financiero, que permiten operaciones más rápidas, seguras y económicas. Su tecnología propia la convierte en la empresa local líder en su industria. Superada esta instancia, que sirvió además como puntapié para la implementación de *Blockchain* en **RUS**, se seguirán con tareas I+D para su implementación en las otras áreas de negocio de la empresa. Asimismo, esta nueva tecnología posibilitará que universidades con las que **RUS** mantiene convenios, a través de su **Universidad Corporativa U-RUS**, se sumen a la investigación y al desarrollo de la plataforma.

Sobre la selección de **Koibanx** para llevar adelante este proyecto, **Andrés Fiorotto, Coordinador de transformación digital de RUS**, comentó: «Fueron elegidos principalmente porque vimos en la empresa no sólo el conocimiento que nos interesaba para poder llevar esto adelante sino también la apertura a compartir ese conocimiento, además de la flexibilidad para adaptarse a las necesidades que tiene RUS puntualmente en cuanto al desarrollo de *Blockchain*, y esto no solo para la empresa sino también para el mercado asegurador en general». Asimismo, Fiorotto agregó que la billetera cripto y este proceso de transformación de la compañía «representa un desafío enorme porque estamos hablando de algo muy novedoso para el mercado en general, es toda una tecnología por descubrir en cuanto a su implementación en el mercado del seguro. Estamos trabajando sin manuales y sin antecedentes, a diferencia de lo que sucede con otras tecnologías. En consecuencia, estamos haciendo nuestro propio acercamiento. En ese sentido, **Koibanx** nos brinda su experiencia para despejar muchas cuestiones que nos permiten ser pioneros en algo completamente innovador». El objetivo final de la alianza entre ambas compañías es brindar mayor identidad comercial a RUS y, al mismo tiempo, favorecer transacciones de valor, transparencia sobre los procesos digitalizados y contribuir a economías circulares.

Breves del Informe

Provincia Seguros lanzó un nuevo sistema de inspección digital para el ramo Automotores

© A raíz del Aislamiento social, preventivo y obligatorio (ASPO) producto de la pandemia, **Provincia Seguros** trabajó en el desarrollo tecnológico de sus servicios y productos a fin de acortar tiempos y darles a sus clientas y clientes la posibilidad de realizar sus trámites de forma digital, sin salir de sus hogares. En este marco, la última actualización se enfocó en las inspecciones vehiculares: **Provincia Seguros** lanzó la iniciativa de **inspección previa 100% digital para el ramo Automotores**. De esta manera, consolidó un canal único de inspecciones previas y respondió a la necesidad de agilizar este proceso en pólizas nuevas. El efecto fue contundente, en las últimas semanas el 80% de las inspecciones se finalizaron dentro de las 24 horas, un porcentaje que alcanza el 90% si se toman las primeras 48 horas.

El circuito se encuentra disponible dentro del módulo de emisión web, donde tanto la cartera asegurada como productoras y productores asesores reciben un *link* a través de un SMS o correo electrónico para capturar y enviar cinco fotos de la unidad de forma sencilla y autogestionable. Con el objetivo de garantizar la autenticidad de las fotos, las mismas deben sacarse en el momento desde el *link* que estará disponible por 72 horas, el cual además cuenta con un aviso recordatorio cada 24 horas en el caso de que no se haya realizado la inspección. El proyecto forma parte de la transformación tecnológica de la compañía, que entiende la importancia de brindar herramientas y soluciones en el contexto actual, acompañando esta realidad con más y mejores alternativas a través de proyectos innovadores que apuntan a los productos, procesos y canales. En este sentido, trabaja para sumar funciones y autogestión a los canales digitales. Hoy, las y los asegurados cuentan con la web **Clientes** y la **App Móvil**, que les permiten autogestionarse de forma simple y rápida. Asimismo, la empresa sigue brindando soporte y atención personalizada a través de su **Call Center** y sus redes sociales. Por su parte, las productoras y los productores tienen a disposición el **Portal PAS**, por el cual pueden gestionar online todo tipo de transacciones y operaciones. También cuenta con servicios web, para aquellos que utilizan plataformas de integración y requieren de servicios para cotizar y emitir. Además, ofrece un servicio de novedades que les permite obtener información de su cartera y tramitarla de forma más eficaz.

San Cristóbal Seguros recibió el premio de Marketing y Comunicación de INESE por su proyecto de Sitios Seguros



© San Cristóbal Seguros, líder en el sector asegurador, fue reconocido por los **Premios de Marketing y Comunicación** entregados por **INESE Insurance School y MKSite** por su proyecto «**Sitios Seguros**». La entrega se llevó a cabo en Madrid, en

el marco del evento **XVI Encuentro de Marketing y Comunicación en el Sector Asegurador (HMCSA20)**, que se realizó del 20 al 22 de octubre y transmitió de manera virtual. Los Premios de Marketing y Comunicación reconocen a las **campañas más destacadas del último año en el sector Seguros**. No solamente premia a la creatividad o el impacto, sino que se evalúan los objetivos y notoriedad alcanzados, además de la innovación y capacidad de transmitir a la audiencia. El fin es apoyar, difundir y reforzar las buenas prácticas en el sector. Por primera vez, en esta edición, pudieron participar compañías de servicios y/o proveedores del sector asegurador de América Latina. La compañía compitió en la categoría «**Mejor campaña dirigida al cliente**» junto a importantes empresas de distintas partes del mundo, y resultó ganadora en la terna por su **proyecto Sitios Seguros**. Esta herramienta, creada en 2019, es un desarrollo tecnológico que permite que un Productor Asesor de Seguros (PAS) pueda generar su propio sitio web en pocos minutos y sin requerir de conocimientos previos. Cada sitio se configura en tiempos similares a los que lleva la creación de un perfil en una red social.

«Estamos muy orgullosos de recibir este galardón por Sitios Seguros, un proyecto que nos permitió subir al canal productor a la Transformación Digital de la compañía e industria en Argentina. Hoy, más de 1.000 PAS de nuestra red tienen la posibilidad de crear y gestionar su propio sitio web, gratuito y customizable, y canalizar todas sus ventas directamente desde allí, además de construir su propia marca», aseguró **Nicolás Renzi, CDO de Grupo San Cristóbal**.

Diseño responsive, un cotizador integrado y formularios de contacto para mail y redes sociales, son algunos de los beneficios. Son sitios totalmente gratuitos para el PAS, que puede customizarlos con su imagen, logo, colores, entre otros elementos, en *co-branding* con **San Cristóbal Seguros**. De esta manera, pueden contar con todo lo necesario para autogestionar sus oportunidades de venta online y atraer nuevos clientes. Entre otras cosas, la herramienta fomenta una mayor comunicación con el cliente final, ofrecen más productos y les permite aparecer en las búsquedas de Google.

La ventaja de **Sitios Seguros** no es solo contar con esta tecnología, sino también con capacitaciones y asesoramiento constante de todo el equipo de **Marketing Digital de San Cristóbal Seguros** para aprender a gestionar ventas y mejorar la presencia digital, herramientas que, en este contexto, son clave para la continuidad de la industria del Seguro.

Comunicación de ADIRA y UART



aspectos incluidos en el nuevo articulado que vulneran el espíritu de la norma (Ley 27.348), con lo cual **resulta incierto el efecto sobre la litigiosidad que asola la economía de la provincia**.

A pesar de la solicitud de los protagonistas del amplio y variado tejido productivo, la demorada adhesión de Santa Fe a la Ley 27.348, tal como fue votada, se aparta de la Ley Nacional en una serie de aspectos, entre los cuales destacamos:

• **Art. 13**, en cuanto al plazo para recurrir los dictámenes de Comisiones Médicas (CCMM), que pasa de 60 días hábiles a 2 años. Esto implica dejar abierta por dos años una instancia de apelación para todos aquellos casos en los que no exista acuerdos. Estos dos años se suman al plazo de dos años que ya fija para ley para iniciar el reclamo conforme la prescripción.

• **Art. 15**, que trata sobre la presentación del trámite ante la CCMM, dependerá de la reglamentación y aplicación práctica, ya que admite distintas lecturas posibles respecto de su cómputo y la documentación necesaria para que la Comisión Médica pueda expedirse. El efecto final se verá en función de cómo se articule el accionar de las CCMM y el posterior paso por la Justicia, para lo cual resulta ineludible la constitución de los Cuerpos Médicos Forenses o peritos médicos en el ámbito del Poder Judicial. Cuanta más unificación de criterios haya entre el tránsito administrativo y el judicial, a través de la aplicación del Baremo de Ley, menor incertidumbre y controversia habrá. Lo contrario ocurrirá ante la disparidad de criterios, que desde ya seguirán alentando la litigiosidad.

«Como siempre desde nuestro sector seguiremos trabajando en pos de un sistema que priorice la prevención y el otorgamiento en tiempo y forma de las prestaciones previstas en la Ley, como forma de brindar certidumbre a las empresas y a los trabajadores amparados por este sistema, con reglas claras y seguridad jurídica, como la mejor forma de trabajar para toda la estructura productiva».

Allianz, nuevamente elegida la marca #1 de seguros a nivel mundial por Best Global Brands

© Por segunda vez consecutiva, **Allianz** se ha convertido en la **principal marca de seguros del mundo**, según el ranking de mejores marcas globales de **Interbrand**. Este logro llega en un momento especialmente incierto para los mercados y las industrias del mundo, que intentan sortear los desafíos impuestos por la pandemia mundial. «Nuestro enfoque en la resiliencia, la integridad y el foco en el cliente está dando sus frutos. Allianz, una vez más, ha sido reconocida como la marca de seguros número uno a nivel mundial, lo cual es una gran noticia y confirma que estamos en el camino correcto», comentó **Oliver Bäte, Chief Executive Officer del Grupo Allianz**.

«Estamos inmensamente orgullosos de ser la marca de seguros número uno y de haber reafirmado nuestro lugar dentro del Top40 Best Global Brands. En solo diez años, Allianz ha pasado del puesto 67 en la lista con un valor de \$4.9 mil millones en 2010, hasta el lugar 39 con un valor de casi \$13 mil millones en 2020. Mientras que la mitad de las marcas en el Top 100 no lograron crecer este año, la valuación de Allianz aumentó en un 7 por ciento a pesar de la crisis», agregó **Christian Deuringer, Head of Brand & Partnerships del Grupo Allianz**. «Nos hemos fijado el objetivo de convertirnos en una de las 25 mejores marcas para 2025».

Para **Allianz**, la posición obtenida es más que una señal alentadora en relación a la **creciente fortaleza y solidez de la marca**. Tiene que ver, además, con el **rol cada vez más importante de Allianz en la vida de las personas**. «Durante el Covid-19 trabajamos muy duro para cumplir nuestra promesa e ir más allá, asumiendo un papel protagónico en la vida de nuestros clientes, nuestros empleados y nuestra comunidad, ayudándolos a proteger su futuro y brindándoles el coraje y la seguridad para atravesar estos tiempos difíciles», afirmó **Serge Raffard, Group Strategy, Marketing, Distribution Officer del Grupo Allianz**. «Nuestro enfoque en el cliente y resiliencia nos permiten compararnos con marcas de todas las industrias. La diversidad de los productos y servicios que ofrecemos a nivel global tuvo un importante impacto durante la pandemia y marcó la diferencia», agregó Raffard.

«Ahora, con el partnership Olímpico que comenzará el 1º de enero de 2021 en todo el mundo, continuaremos apuntando alto. Y esperamos muchos más hits como este».

Interbrand publica anualmente el informe **Best Global Brands**, que tiene como objetivo identificar las 100 marcas más valiosas del mundo. El método de valoración de marca de **Interbrand** fue el primero en recibir la certificación ISO 10668. Para calificar en el ranking las marcas deben cotizar públicamente y tener presencia global. Las marcas son evaluadas en base al beneficio económico; el rol de la marca en cuanto a la influencia que tiene en la decisión de compra; y la fortaleza de la marca, que se establece de acuerdo al desempeño de diez factores internos y externos. Para ver el informe y la clasificación completa de las **Top 100**, con el análisis integral de crecimiento, sector y tendencias de la industria, visitar:

https://www.interbrand.com/thinking/best-global-brands-2020-download/



profile



Sabrosas Pizzas estilo «New York»



Historia
Hell's Pizza nace de la mano de un equipo con amplia experiencia en emprendimientos gastronómicos: **Marcelo Boer**, dueño de *La Mar*; **Matías Cabrera**, especialista en comunicación y organización de eventos; **Danilo Ferráz**, creador de 1893 y Morelia; y **Juan Martín Ferraro**, fundador de *Sushi Club*. Impulsados por el deseo de generar una propuesta nueva que siguiera la tendencia ‘street food’ y que apuntara a un público *millennial*, imponen en Buenos Aires el concepto pizza por porción ‘New York style’. Fue así que, **Hell's Pizza** abrió sus puertas el 7 de diciembre de 2017.

Nombre

Sus dueños eligieron el nombre **Hell´s Pizza** -que significa «pizza del infierno» en inglés- porque querían que remitiera al fuego, a lo caliente, a lo ‘hot’ de sus pizzas que son bien sabrosas, ya que predominan ingredientes rojos y amarillos como el tomate, pepperoni, muzzarella y chiles, y cuya paleta de colores coincide con la del fuego. «*By the slice*» es el concepto **Hell's** de pizza por porción gigante acompañado con cervezas *premium*, sidra tirada y amplia gama de etiquetas de vinos.

Arquitectura & Decoración

El local de la calle **Humboldt 1654** (Palermo)

de chapa y mesada de cuarzo grises. A su izquierda, se apoya la gran cúpula de vidrio donde se disponen las coloridas pizzas, y detrás una gran pizarra luminosa anuncia el menú. En el lateral se alojan las canillas de cerveza artesanal, todas decoradas con divertidos motivos. Dos amplios pasillos a los costados de la barra conducen al salón trasero, ideal para quienes deseen más intimidad o para reuniones de amigos, con cómodos *livings* y mesas altas para compartir. Allí, un llamativo jardín vertical refresca el ambiente que tiene vista al patio externo, con dos mesas grupales rodeadas de plantas, *spot* ideal para disfrutar en esta época del año.

En sus locales se vibra el espíritu de las calles de New York en cada rincón.



ficha técnica

NOMBRE	HELL'S PIZZA
DOMICILIO	Humboldt 1654, Palermo CABA, Argentina
TELÉFONO	(011) 15 5506-2745 (tel contacto)
ESPECIALIDAD	Pizzas estilo americano
CREADOR	Danilo Ferráz
VARIOS	Retiro en Local y Delivery. Medios de pago: Efectivo y todas las tarjetas de crédito y débito
HORARIOS	Abre todos los días de 12 a 24 horas.



Ambiente

En general, a **Hell's Pizza** concurre un público joven, de entre 25 y 40 años, que busca un lugar descontracturado, donde disfrutar de ricas pizzas y buenas cervezas a precios accesibles. «*En Hell´s Pizza se genera un clima social, dado que el público elige nuestro espacio como punto de encuentro con amigos, aunque también nos visitan parejas y turistas que vienen a compartir un grato momento al ritmo del hip hop, funk y soul*», destacan sus dueños.

Gastronomía

El menú de **Hell's Pizza** es protagonizado por ocho variedades de pizzas de estilo americano que, a diferencia de las de estilo local, tienen un mayor tamaño -45 cm de diámetro- y parten de una masa que contiene semolina, cuya particularidad es su largo proceso de levado en frío. Se cocinan en hornos a la piedra especiales, que al tener un techo bien bajo generan más calor, obteniendo como resultado una masa flexible y con mucha presencia.➡

profile profile

HELL'S PIZZA

Ocho variedades de pizza bajo la impronta de Danilo Ferráz



➤ El especialista con larga trayectoria en pizzas, **Danilo Ferráz**, dueño y creador de *1893* y *Morelia*, aportó su impronta y personalidad al menú. Bajo la premisa de que un buen plato surge de un producto de estación de calidad, en su cocina se utilizan ingredientes *premium* como salsa de tomate italiano, quesos de primera línea y vegetales orgánicos de productores locales seleccionados minuciosamente.

Entre las pizzas «*By the slice*» se encuentran la *Lincoln*, clásica de mozzarella; la icónica americana *Obama*, con mozzarella y pepperoni; la *Spicy Hell's*, especialidad de la casa, con jalapeños, mozzarella ahumada, salsa chipotle con la opción de agregarle bacon. Para los fans de los vegetales, hay opciones muy interesantes como la *Popey*, con salsa blanca, espinaca, *cream cheese* y limón; la *Giuliani*, con pomodoro italiana, mozzarella de búfala y albahaca. Como opciones más *gourmet* se puede optar por la *Jackie Kennedy*, con portobellos, cebolla morada, que se puede pedir con o sin panceta y la *Chick Norris*, con salsa barbacoa, pollo, queso cheddar y cebolla morada. Por un valor extra es posible agregarles *toppings* adicionales, entre los que se puede elegir huevo a 63°C, queso de cabra, jalapeños, tomate caramel, entre otros.

La carta se completa con dos opciones de **Postres**, que consisten en una *Cheesecake* o una *Chocotorta*.

Para beber ofrecen cerveza en lata o porrón estilo *Lager*, *Amber Lager*, *Stout*, *IPA* y *Pilsen*.



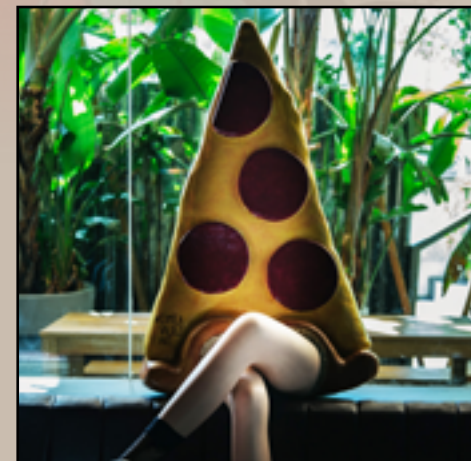
Bebidas

La selección de bebidas se centra en cervezas industriales como *Imperial*, *Miller* y *Heineken*. Además, se ofrecen agua mineral, aguas saborizadas y gaseosas.

Negocio

La estrategia de **Hell's Pizza** es de expansión. En lo que va de 2020, celebraron la apertura de 14 puntos de venta alrededor de CABA, Gran Buenos Aires y el interior del país. Este mes de octubre celebran la apertura de tres nuevos locales en Recoleta, Pilar y Maschwitz. Con la celebración de estas tres aperturas, **Hell's Pizza** actualmente cuenta con 26 puntos de venta operativos contando locales propios y franquicias. Para fin de año se espera la apertura de cuatro locales

más en Boedo, Lanús, Salta y Neuquén. Sus locales se distribuyen por toda la Ciudad de Buenos Aires en barrios como Palermo, La Imprenta, Devoto, Mercado de San Nicolás, Villa del Parque; en el Gran Buenos Aires en la Bahía Grande de Nordelta, Acasusso, Pilar, Lomas de Zamora y La Plata y en el interior del país en lugares como Mar del Plata, Neuquén y San Juan. La aceptación del negocio es muy positiva, relacionado a que ofrecen un producto muy bueno con mucha rotación, sobre todo en este contexto de pandemia, donde el *delivery* es la primera opción de muchos y la pizza, se podría decir es «la reina del *delivery*». Para los años venideros la marca planea expandirse al exterior con formato de franquicias. Ya hay planes para desembarcar en Chile, Paraguay y Uruguay. 📍



Locales Hell's Pizza

Para pedidos online:

www.hells-pizza.com

• Palermo

Humboldt 1654, Palermo - CABA

• La Imprenta

Soldado de la Independencia 1073, Palermo (La Imprenta) - CABA

• Devoto

Asunción 4187, Devoto - CABA

• Mercado de San Nicolás

Av. Córdoba 1750, Centro - CABA

• Bahía Grande de Nordelta

Rincón de Milberg - Buenos Aires

• MDQ

Olavarría 2900 (esquina Castelli), Mar del Plata - Buenos Aires

• San Juan

Av. Libertador Gral. San Martín y Perito Moreno Norte, San Juan.

• La Plata

Calle 10 N° 810 El 48 y 49, La Plata

• Pilar

Pueblo Caamaño, Pilar - Buenos Aires

• Caballito

Pedro Goyena 51, Caballito - CABA

• Villa del Parque

Tinogasta 3218, Villa del Parque - Buenos Aires

• Lomas de Zamora

Bartolomé Mitre 376, Lomas de Zamora - Buenos Aires.



Un Grupo Asegurador de Prestigio



ASEGURADORA MÁS PRESTIGIOSA DEL PAÍS

(Universo Productores).

PREMIO PRESTIGIO AL MANAGEMENT

(Segmento Corporativo).

MENTIÓN ESPECIAL

(Público General).

Prevención ART

PRIMER PREMIO A LA MEJOR ART

Prevención Retiro

MENTIÓN ESPECIAL

(Público General).

A TODOS LOS PRODUCTORES ASESORES
Y PERSONAS ASEGURADAS QUE NOS ACOMPAÑAN DÍA A DÍA:
¡MUCHAS GRACIAS!



TU TRANQUILIDAD CRECE.

www.galenoseguros.com.ar

informe

operadores de mercado



TU TRANQUILIDAD CRECE.

www.galenoseguros.com.ar

Guillermo Vaccaro

Soltero - 33 Años - Signo Cáncer (22-07-1987)

Jefe de Suscripción de Fianzas y Crédito

● UN HOBBY

Jugar al fútbol

● LA JUSTICIA

Un ideal

● SU MAYOR VIRTUD

La perseverancia

● LA SEGURIDAD

Una sensación

● ACTOR Y ACTRIZ

Robert De Niro y Penélope Cruz

● AVIÓN O BARCO

Avión

● VESTIMENTA FORMAL O

INFORMAL

Deportiva

● UN SER QUERIDO

Mi abuelo

● ESTAR ENAMORADO ES...

Una linda etapa

● UNA ASIGNATURA PENDIENTE

Vivir en el exterior

● LA MENTIRA MÁS GRANDE

Los políticos argentinos

● NO PUEDO DEJAR DE TENER...

Sueños

● UN RIESGO NO CUBIERTO

El destino

● LA MUERTE

El fin de todo

● EL MATRIMONIO

Un contrato

● EL DÓLAR

Objeto de deseo

● LA INFLACIÓN

Se tiene que resolver urgente

● ¿EN QUÉ PROYECTO NUNCA INVERTIRÍA DINERO?

Bonos argentinos

● ME ARREPIENTO DE

Nada

● EL PASADO

Aprendizaje

● TENGO UN COMPROMISO CON...

Conmigo mismo

● LOS HOMBRES EN EL TRABAJO

SON MEJORES QUE LAS MUJERES

Falso

● SU RESTAURANTE FAVORITO

PARA CENAR

En casa con amigos

● EL FIN DEL MUNDO

Está más cerca de lo que creemos

● UN SUCESO DE SU NIÑEZ QUE

RECUERDE HASTA HOY

Los domingos en familia (tíos,

primos, abuelos)

● UN PERSONAJE HISTÓRICO

Sarmiento

● EN COMIDAS PREFIERO...

Asado

● ¿QUÉ MALA COSTUMBRE

LE GUSTARÍA DEJAR?

Comerme las uñas

● DIOS

En algo hay que creer

● LA CORRUPCIÓN

Está muy arraigada en nuestra sociedad

● LE TENGO MIEDO A...

Las arañas

● EL LUGAR DESEADO PARA

VIAJAR

Playa

● EN TEATRO

Cualquier cosa menos musicales

● UN FIN DE SEMANA EN...

La naturaleza



● ¿QUÉ COSA NO PERDONARÍA NUNCA?

Nada

● PROGRAMA PREFERIDO DE

TV / CABLE

Los Simpsons

● ESCRITOR FAVORITO

Julio Cortázar

● LA INFIDELIDAD

No se salva nadie

● UNA CANCIÓN

Bohemian Rhapsody - Queen

● LA TRAICIÓN

Es difícil de entender

● SU BEBIDA PREFERIDA

Vino tinto

● EL AUTO DESEADO

Tesla

● PSICOANÁLISIS

Una buena herramienta

● UN PROYECTO A FUTURO

Seguir estudiando

● EL CLUB DE SUS AMORES

Boca Juniors

● SI VOLVIERA A NACER, SERÍA

Exactamente igual

● UN MAESTRO

Mi abuelo

● ¿CUÁL FUE EL ÚLTIMO LIBRO QUE LEYÓ?

Homo Sapiens - Yuval Harari

● MI MÚSICO PREFERIDO ES...

Charly García

● LA MUJER IDEAL

Compañera y divertida

● EL PERFUME

Savage - Dior

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

La cara

● MI MODELO PREFERIDA ES...

Como modelo de liderazgo político,

Angela Merkel

● EN DEPORTES PREFIERO...

Fútbol

● RED SOCIAL PREFERIDA

Twitter

● LA CULPA ES DE...

Los líderes

● MI PEOR DEFECTO ES

Pensar mucho

● MEJOR Y PEOR PELÍCULA

Mejor: Parasite - Peor: Siberia

● ¿QUÉ ES LO QUE MÁS APRECIA

DE SUS AMIGOS?

La incondicionalidad

● NO PUEDO

Rendirme

● MARKETING

Una disciplina muy interesante

● ¿QUÉ REGALO LE GUSTARÍA

RECIBIR?

Cualquiera que sea sorpresa

● ¿QUÉ TÉCNICA DE

RELAJACIÓN TIENE?

Meditación guiada

● DE NO VIVIR EN ARGENTINA...

¿QUÉ LUGAR DEL MUNDO

ELEGIRÍA?

España

CARA
a
CARABBVA
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