Año 28 - Nº 681

Buenos Aires, 2º Quincena Diciembre 2020

informe
operadores de mercado

Escribe Gabriel Mysler

CEO de Innovation@Reach

El Futuro del Seguro es Hoy

APRENDIZAJES QUE MARCARÁN EL FUTURO DEL SEGURO

Escribe *Gabriel Mysler*

2020, ¿Un año para olvidar o un año para No olvidar?

El Covid aceleró muchas decisiones procrastinadas por años. Muchos modelos de negocio, hasta hoy exitosos, deberán ser revisados. El mundo es más fluido y exigente. Muchos cambios que trajo la Pandemia se quedarán y profundizarán. Identificar cuáles son estas tendencias y las tensiones sociales que las generan, repensar nuestro negocio y sostener nuestras fortalezas será vital para transformar nuestras propuestas de valor y nuestras empresas a futuro. La revolución llegó al Seguro, eso es seguro. Gabriel Mysler enumera 15 valores para una nueva era, conceptos a los que debemos prestar atención para transformar la industria del Seguro y llevarla a un camino de transformación y evolución.

Escribe **Gabriel Mysler**
CEO de Innovation@Reach

Mysler. *«Claramente 2020 fue un año que no debemos olvidar. Aprendimos el valor de la previsión y el significado de lo imprevisto... Desde el Seguro comprendimos que no es suficiente con mirar el número de pólizas emitidas y el resultado técnico: temas como reputación, experiencia del cliente, flexibilidad, escucha, visión e innovación son igualmente importantes... La mejor manera de cerrar este período con un final feliz, será haber aprendido no una, sino muchas lecciones».*

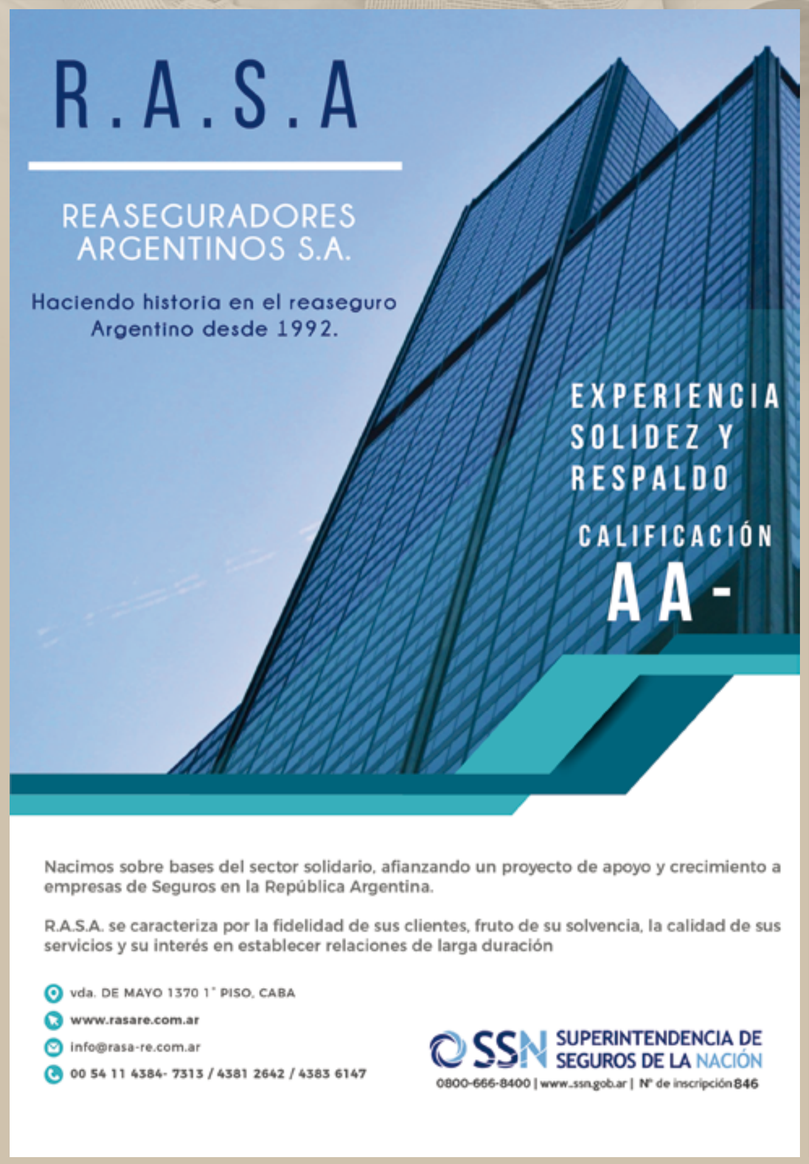
Algunos aprendizajes que marcarán el futuro del Seguro

Y de repente, todo se dio vuelta. Todo se aceleró a velocidades siderales y quedamos paralizados. Algo sucedía muy lejos y lo mirábamos con recelo e indiferencia. Había comenzado a aletear una mariposa en Wuhan y pocos creyeron que podía generar un viento que diera la vuelta al mundo… En una ciudad que jamás habíamos oído nombrar, pero con miles de años de historia y que fue por poco tiempo capital de China en 1927, se generó un huracán de consecuencias imprevistas.

Al principio queríamos creer que el aislamiento era por unas semanas nada más, que era una gripe nueva, que pronto superaríamos la pesadilla despertando nuevamente al mundo que creíamos conocer… Pero no, el mal sueño seguía y las semanas se volvieron meses, largos meses. Definitivamente, no era una gripecita.

El mundo que creíamos conocer era realmente incierto, volátil y ambiguo. El concepto VICA que había acuñado la escuela de guerra norteamericana en la guerra fría, había desembarcado en nuestras playas y era tan real como difícil de asimilar.

Muchas veces el miedo nos mueve a reaccionar, nos llena de adrenalina y respondemos al estímulo. Pero si el susto es demasiado grande, si el golpe es demasiado fuerte, el miedo se vuelve pánico y el pánico nos paraliza. El mayor riesgo es la parálisis, la incapacidad de analizar opciones y tomar decisiones. Luego de un tiempo inicial de incredulidad y optimismo casi infantil, al ver que la pandemia lejos de ➤



autolimitarse se extendía, a cada quien le llegó el vértigo y el pánico. Muchos quedaron paralizados por el *shock*, la falta de certezas y lo poco claro del horizonte.

Insurtech

Cuando en 2019 comencé a dictar el programa ejecutivo *«Insurtech, disrupción digital en Seguros»* en la Universidad Católica Argentina, muchas compañías de seguro y *brokers* me miraron con recelo. *«Estás yendo un poco rápido Gabriel* -me decían-, *esto es para start ups. Todavía falta un tiempo largo para que nosotros apliquemos y necesitemos esto».*

En la segunda edición del programa, en abril 2020 (en medio de la pandemia y en edición virtual, claro está) duplicamos la matrícula del año anterior. Aseguradoras y productores ya ***habían comenzado a mirar la innovación y la transformación digital como una necesidad urgente***, no como una posibilidad que había que ir analizando para el futuro. ***El futuro era hoy. Insurtech, la suma de tecnología y seguro, era el camino a seguir.*** En la tercera edición del programa en 2021, seguramente seremos muchísimos más las aseguradoras, *brokers* y proveedores de la industria del seguro los que compartamos este posgrado.

El *Covid* aceleró muchas decisiones procrastinadas por años, la pandemia nos volvió mas dinámicos y flexibles, pero por sobre todo más humildes ante lo incierto y lo desconocido. Este es el paso inicial y necesario para un cambio profundo que nos llevará a una superación exponencial.

Sin lugar a dudas, ***muchos modelos de negocio, hasta hoy exitosos, deberán ser revisados***. Que algo haya funcionado, no garantiza su éxito futuro. El mundo es más fluido y exigente. Muchos cambios que trajo la Pandemia se quedarán y profundizarán. Identificar cuáles son estas tendencias y las tensiones sociales que las generan, repensar nuestro negocio y sostener nuestras fortalezas será vital para transformar nuestras propuestas de valor y nuestras empresas a futuro. ***La revolución llegó al Seguro, eso es seguro.***

Aquellos que no querían subirse al «arca», aquellos que decían que la lluvia iba a tardar mucho en llegar y que no sería tanta, se apuraron a subir cuando las gotas se transformaban en tormenta y el agua no dejaba de caer. El mundo había cambiado, ya no alcanzaban las viejas respuestas. Nos habían cambiado las preguntas. El filósofo catalán *Jorge Wagensberg* decía que ***cambiar las respuestas es evolución, pero cambiar las preguntas es revolución***. La revolución había comenzado.

15 Valores para una nueva era

Esta revolución nos obliga a recalcular, nos invita a reaprender y a repensar todo. Qué quedará y qué cambiará. Qué es vital y qué es superfluo. Qué es pasado y qué es futuro. Estas son algunas de las líneas de pensamiento para estos nuevos tiempos que, sin dudas, serán interesantes y muy desafiantes.

Estos son algunos de los conceptos a los que creo que debemos prestar atención para transformar la industria del Seguro y llevarla a un camino de transformación y evolución que el mundo necesita y espera.

1. Cliente digital

El cliente hoy es digital: quiere interacción, inmediatez, sencillez y ubicuidad. No es objeto y sí es sujeto, exige ser escuchado e involucrado en las decisiones. Una póliza puede ser el moño de una transacción, pero lo central es resolver el punto de dolor del cliente. Un cliente que se vuelve asegurado cuando podemos ofrecerle una solución que se adapte a sus necesidades y a su estilo.

2. Ser digital

Ser digital no es más una opción del menú. Es el menú mismo. La utilización de las nuevas tecnologías disruptivas para conocer mejor al cliente y servirlo con mayor precisión, el uso del *Big Data*, *IoT* y la simplificación de procesos y la minimización de los trámites y burocracia, muchas veces frustrantes para el asegurado, son parte del nuevo mantra. Ser digital no es tener una APP y permitir la póliza digital, es necesario hacer digital todo el proceso y transformar la empresa digitalmente para poder integrarnos con solvencia con clientes, productores, aseguradores y proveedores.

3. Omnicanalidad

El ***cliente de Seguros*** no es diferente a cualquier otro: ***quiere ser atendido por diferentes canales de modo consistente y unificado*** y nos exige una atención dedicada 24/7/365. Tal como nosotros exigimos ese servicio de otros productos, también se espera esto del Seguro. La fuerte incursión de *start-ups* y tecnológicas en el mundo del Seguro tiene que ver muchas veces con la experiencia de atención, la flexibilidad de plataformas y la consistencia y coherencia de la comunicación y servicio bajo todas ellas.

4. CX

La experiencia del cliente es central. La experiencia de la compra y del uso del Seguro no es una cuestión secundaria. Hoy es central. Convertir el Seguro de mal necesario a bien deseado tendrá que ver con el diseño del recorrido de compra, el equilibrado *'fit'* entre la propuesta de valor y los puntos de dolor, y la resolución de conflictos de manera justa y eficiente.

5. Agilidad

Ser ágiles no es sólo ser rápidos, es ser adaptables al cambio. Implica ser capaces de fluir con el cambio y no resistirse a él, adoptar metodologías ágiles y una mentalidad de crecimiento que promueva la creatividad, la entrega de resultados y la mejora permanente en base al *feedback* y a la escucha activa de nuestros clientes.

6. El cliente al centro

El foco no está en el producto o el servicio que tenemos. No se trata de tener un producto y salir a buscar clientes, ***se trata de tener clientes y ofrecer soluciones, experiencias y repuestas a nuestros clientes. El foco está en el Cliente***. El cliente del Seguro pide ser escuchado e involucrado en las decisiones, pide ser parte del proceso y no mero espectador. Es una revolución similar a la que propuso Copérnico hace 500 años!

7. Ecosistemas

Siempre dijimos que la unión hace la fuerza, hoy es más indiscutible aun este principio: ***la unión hace a la supervivencia***. Conectar con otros, *«APIficarnos»*, generar alianzas y trabajo cooperativo dentro y fuera de la empresa. Aseguradoras, proveedores de tecnología, productores y *start-ups* deben generar espacios de cooperación y complementarización. ***Un ecosistema nos habla de interdependencia*** y un hábitat en común que todos los integrantes compartimos.

8. Menos conformismo

Elon Musk, el creador de *Tesla* y *SpaceX* decía que tres cosas debés preguntarte para poder innovar: ¿Lo intentaste?, ¿Lo podés mejorar? ¿No estás demasiado tiempo en reuniones? Éstas pueden ser guías interesantes para evitar el convencernos que ya hemos hecho o dado todo y recordar que la mejora aun es posible. Musk nos insinúa que ***si la innovación no puede ser radical, sí puede ser incremental.*** Evolucionar también es una actitud.

9. Prevención e identificación temprana de riesgos

El Seguro pasará en estos próximos años a ser un socio en la prevención y detección temprana de riesgos y no solo el pagador de última instancia. El Seguro debe trabajar en conjunto con las personas y las tecnologías para preservar vidas, bienestar, patrimonio, operatividad, sustentabilidad y continuidad de las empresas y las personas.

informe operadores de mercado

Publicación especializada de aparición quincenal
AÑO 28 / Nº 681 - Diciembre 2020

REDACCIÓN, PUBLICIDAD Y SUSCRIPCIONES
Tucumán 1946, Piso 3°, 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
Analía 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

ISO 9001 BUREAU VERITAS Certification

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

Nº de inscripción en SSN 0040
Atención al asegurado 0800-666-8400
Organismo de control www.argentina.gob.ar/ssn
SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

10. Flexibilidad

Si la única constante es el cambio, entonces debemos fluir con este cambio y no resistirnos a él. Buscar el balance entre innovación y burocracia, entre lo nuevo y lo tradicional, nos dará la flexibilidad necesaria. ***La flexibilidad nos permite escuchar otras opiniones y adoptar posiciones menos dogmáticas.***

11. Reputación

Ya no se trata solo de lo que yo digo, publicito o comunico que soy o que representa mi empresa. Ahora ***es vital lograr tener una buena reputación en redes: importa lo que la gente y nuestros clientes piensan y dicen de nosotros.*** La reputación se construye cada segundo, con cada experiencia y con cada interacción. Nuestros clientes hablan de nosotros, nos califican y nos valoran. ***La reputación es dinámica y representa un altísimo porcentaje de nuestras probabilidades de vender y prosperar.***

12. Mirar desde adentro y desde afuera

No alcanza con nuestro «ojo clínico». Si bien es vital la autocrítica y la permanente evaluación de resultados y estrategias, se vuelve vital salir de la cámara de eco en la que muchas veces vivimos y contratar observadores que puedan ver con otros ojos, si no más imparciales, al menos no tan comprometidos emocionalmente con nuestra organización y su dinámica. ***Es necesario pedir ayuda para poder saber lo que no sabemos que no sabemos.***

13. Talento y Capital Humano

En tiempos de tecnología e Inteligencia Artificial, en tiempos de inmediatez y necesidad de agilidad y flexibilidad, el poder de adaptarse al cambio y evolucionar a la velocidad del entorno requiere talentos, capacidades, habilidades, destrezas y conocimientos que debemos motivar, atraer, potenciar y retener. ***Gestionar el Capital Humano es clave para el presente y futuro de nuestras organizaciones***.

14. Cultura Organizacional

No hay fuerza más poderosa que la inercia. Cambiar el rumbo y el estilo de las organizaciones implica identificar aquellas conductas o creencias que están fuertemente arraigadas en la empresa y que son anclas que no permiten mover el barco. ***Trabajar en la identificación de la cultura de las organizaciones para ajustarla a la agilidad y flexibilidad necesarias***, sin perder el propósito ni sus valores, es una prioridad impostergable.

15. Empecinamiento terapéutico

Muchas veces nos convencemos que si la solución propuesta no da el resultado esperado, solo es cuestión de aumentar la dosis de la medicina. No nos permitimos pensar que nos equivocamos en el diagnóstico, sino que afirmamos que la cantidad de pastillas administradas no eran suficientes, que la dosis no era la correcta. ***No siempre es cuestión de esforzarse más o de intentar más, a veces hay que hacer cosas diferentes.*** El empecinamiento terapéutico parte de la premisa que el diagnóstico y la prescripción son las correctas y que, o la dosis era la incorrecta o fue administrada mal.

¿Final feliz?

Claramente 2020 fue un año que no debemos olvidar. Aprendimos el valor de la previsión y el significado de lo imprevisto. Nos cuestionamos sobre lo que creíamos saber y nos recuestionamos sobre las cosas que venimos menospreciando o procrastinando.

Desde lo estratégico, entendimos que la agilidad no es una moda: es una necesidad. Desde lo social entendimos que la cadena se corta siempre por el eslabón más delgado. ***Desde el Seguro comprendimos que no es suficiente con mirar el número de pólizas emitidas y el resultado técnico***: temas como reputación, experiencia del cliente, flexibilidad, escucha, visión e innovación son igualmente importantes.

Desde lo organizacional, aprendimos a repensar el tiempo y el valor de las reuniones presenciales y virtuales. Desde el liderazgo, aprendimos la necesidad de tener la humildad de decir *«no sé»*. Desde lo sanitario, aprendimos que no se puede hacer en el corto plazo, lo que no se programa correctamente en el largo plazo.

La economía se resintió fuertemente, muchos perdieron amigos y familiares queridos e irremplazables, se perdieron abrazos, palabras, encuentros… ***La mejor manera de cerrar este período con un final feliz, será haber aprendido no una, sino muchas lecciones.*** Olvidar lo que aprendimos sería el peor error que podríamos cometer y esa sería la verdadera desgracia.

Si la mentalidad ágil que pregonamos va a instalarse entre nosotros, hagamos de cada experiencia una oportunidad de aprendizaje. Sin duda, ***hemos perdido mucho en este 2020, no perdamos también la memoria. En nosotros está darle a esta historia un final feliz.***

AMERICAL
REINSURANCE SOLUTIONS

Global Reinsurance Brokers

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

Buenos Aires Office
Manuela Saenz 323, Suite 517
Buenos Aires Plaza, Puerto Madero
C1107BPA, CABA, Argentina
Phone: +54 11 5217 9751
contact@americalre.com
www.americalre.com

Opinan *Norberto Cipollatti / Franco Melgarejo*

Pandemia, Cuarentena y Postpandemia desde la óptica de los PAS

Los productores asesores nos comentan cómo vivieron este tiempo, cómo se adaptaron a las nuevas exigencias, qué preocupaciones y ocupaciones les generó esta pandemia, cómo lo pudieron resolver y qué respuesta recibieron por parte de las aseguradoras en el desarrollo de la actividad. Si algo dejaron en claro la pandemia y cuarentena es que los productores asesores son indispensables para el desarrollo de la actividad, y la tecnología, lejos de reemplazarlos, los ayuda a desempeñarse mejor en su labor.

Escribe **Dra. Gabriela Álvarez**

Las épocas actuales están marcadas por el uso de la tecnología desde que nos levantamos hasta que nos acostamos. Cualquier acción que realizamos hoy en día requiere el uso de la tecnología, que ha venido para facilitar las cosas y, en el aspecto laboral, hizo posible el llamado trabajo remoto o *home office*, que permitió que las empresas puedan seguir funcionando con un personal mucho más reducido en sus oficinas, con la baja de costos que ello implica. Si vamos más allá, hay empresas que se modernizaron tanto que ya ni oficinas necesitan, todos sus empleados trabajan desde sus domicilios, la interacción con el cliente es netamente *on line* y no requieren ni oficina, ni alquiler, ni impuestos, ni gastos adicionales, lo que reduce considerablemente el costo del negocio.

En el ámbito asegurador, hace ya varios años que se viene planteando el tema de la venta de seguros y el asesoramiento por parte de los agentes institorios y las redes sociales, y muchas veces se puso en duda si el rol del productor quedaría rezagado a partir del desarrollo de estas nuevas herramientas que facilitan la compra de seguros. Fue tema de innumerables charlas el lugar que las redes sociales ocuparían y dónde quedarían situados los productores asesores de seguros dentro del negocio asegurador. Afortunadamente, la conclusión a la que se arribó fue siempre la misma, los productores son indispensables para el desarrollo de la actividad, y la tecnología lejos de reemplazarlos, los ayudaría a desempeñarse mejor en su labor. Les permite llegar a más clientes, de una forma más rápida, mantener conexión constantemente con sus clientes 24 x 7 y asesorarlos de forma adecuada, facilitando el desarrollo de los procesos.

La pandemia -y en nuestro país puntualmente la cuarentena- generó dos tipos de efectos principales dentro del sector:

Por un lado aceleró los procesos de utilización de la tecnología en todos los ámbitos, tanto para los productores como para las compañías de seguros. Ambos debieron desarrollar al máximo su potencial, adecuando sus sistemas para el trabajo remoto, actualizando las herramientas tecnológicas para un uso útil y adecuado para las diferentes necesidades que iban surgiendo, instaló definitivamente el home office como una alternativa más, muy útil a la hora de pensar en la contratación de empleados y la forma de llevar a cabo el trabajo requerido. En tan sólo un par de meses, todo debió adecuarse a la nueva realidad, sin presencialidad y con la necesidad de continuar con la operatoria común y corriente.

Por otro lado, la pandemia echó por tierra todo tipo de discusión acerca del rol de los productores y la tecnología. Terminó con una discusión que permaneció durante años, obligándonos a elegir entre uno u otro, y nos mostró que ambos son igual de necesarios para lograr el funcionamiento del proceso. Los productores supieron estar a la altura de las circunstancias, asesorando a sus clientes ante las eventualidades que iban ocurriendo, transmitiéndoles tranquilidad ante cada siniestro, ofreciéndoles formas de pago cuando salir a la calle era prácticamente imposible, e incluso aprovechando la ocasión y las circunstancias para atraer a nuevos clientes y mostrarles la importancia de contar con una compañía de seguros que les brinde respaldo y cobertura ante la ocurrencia de lo inesperado. Ambos supieron complementarse para dar lo mejor de sí, aún en una situación tan alarmante e inesperada como la que nos tocó vivir este año que ya casi termina, una situación de muchísima incertidumbre sumada a los inconvenientes económicos que a todos nos tocó pasar o al menos escuchar.

Y quién mejor para comentarnos desde adentro lo que les tocó vivir que los mismos productores de seguros que debieron afrontarla. En esta breve encuesta nos comentan cómo vivieron este tiempo, cómo se adaptaron a las nuevas exigencias, qué preocupaciones y ocupaciones les generó esta pandemia, cómo lo pudieron resolver y qué respuesta recibieron por parte de las aseguradoras en el desarrollo de la actividad. ➔

Respuestas de los Productores Asesores

En esta oportunidad, contamos con la participación de **Norberto Cipollatti, *Presidente de S&C Broker de Seguros*** con oficinas en Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Parque Leloir, Córdoba y Bahía Blanca; y de **Franco Melgarejo, *Productor Asesor de Seguros independiente***, oriundo de la Provincia de Córdoba.

Impacto de la pandemia y cuarentena

- ¿Qué impacto provocó la pandemia y la cuarentena en el desarrollo de la actividad de intermediación?

Norberto Cipollatti, desde su experiencia como ***Presidente de S&C Broker de Seguros***, nos comenta que el principal impacto que notaron es el incremento en el uso, tanto para la comunicación como para la comercialización de las herramientas virtuales. *«Si bien ya se venía comenzando a utilizar mucho más, esta situación particular, hizo que rápidamente, todos los actores busquemos el soporte en éstas».*

Sin embargo, **Franco Melgarejo**, ***Productor Asesor de Seguros independiente***, nos aportó una visión de la realidad que le tocó vivir enfocada desde otra óptica. En su caso, explicó: *«Me demandó una gran cantidad de tiempo, ya que debía ver precios y coberturas de muchos clientes que veían reducidos sus ingresos o aprovechaban la situación para tratar de obtener descuentos».*

Desde ya hay clientes de todo tipo, pero mucha gente debió afrontar esta situación sin trabajo, con empresas cerradas -algunas temporalmente y otras en forma definitiva- y eso obviamente provocó un gran impacto sobre la economía hogareña y los seguros no son ajenos a esa realidad. Ante la necesidad de reducir costos, el seguro de un vehículo que al principio, al menos prácticamente, no se usaba, carecía de sentido y era un costo más a sostener. Ello provocó que varias compañías de seguros salieran al mercado con una agresiva campaña de reducción de cuotas a la mitad para el caso de vehículos que no se utilizaban.

▲**Norberto Cipollatti**, *Presidente de S&C Broker de Seguros*

Cambios que debieron implementar

- ¿Qué cambios debieron implementar para llevar adelante este período?

En opinión de **Norberto Cipollatti**, los principales cambios se dieron en tres áreas:

«El primero en repensar la forma en la que veníamos trabajando en las oficinas, re acomodar los procesos y circuitos, y adaptarlos, no solo a las nuevas normas de convivencia sino también a las herramientas de soporte y gestión.

En segundo lugar, cambiaron las vías de comunicación con nuestros productores y asegurados, se acentuaron las vías virtuales y, obviamente, el canal presencial desapareció.

Por último, y no menos importante, cambió la manera de comercializar, principalmente en riesgos que requieren o requerían cierto proceso relacionado a las entrevistas personales, reuniones grupales, etc».

Desde la óptica de **Franco Melgarejo**, *«el principal cambio que nos dejó la pandemia consistió en estar dispuesto a perder rentabilidad en función de mantener clientes.*

La situación obligó a muchos asegurados a dar de baja sus pólizas por imposibilidad de abonarlas. La cantidad de negocios que cerraron en esta cuarentena son seguros menos que se cobran y mantener al cliente se volvió realmente complicado durante este período».

Continuidad de la actividad

- ¿Cómo vislumbra la continuidad de la actividad cuando la pandemia termine y qué cambios piensa que llegaron para quedarse?

Con respecto a este punto, **Norberto Cipollatti** señaló que *«en cuanto a la continuidad, no tenemos ninguna duda de que saldrá fortalecido el trabajo y el valor agregado del Productor Asesor de Seguros. Esta particular situación confirmó la importancia de tener un productor asesor al lado, e incluso, en este aspecto también fue clave el rol que cumplieron los brokers que nuclean productores, dando soporte constante. En cuanto a los cambios, sin dudas que todo lo que tiene que ver con herramientas virtuales y canales de comunicación y comercialización virtual, vinieron y se quedarán».*

En el caso de **Franco Melgarejo**, nos manifestó que afortunadamente, antes, durante y después de la pandemia, no cambió su operatoria porque desde un inicio realizó casi la totalidad de su actividad *on line.*

Respuesta de las compañías de seguros

- ¿Cuál fue la respuesta de las compañías de seguros ante esta nueva realidad?

Según la experiencia de **Norberto Cipollatti**, la respuesta fue muy buena, en general el mercado se comportó de forma muy madura, se adaptó rápidamente y buscó siempre seguir manteniendo el nivel de respuesta.

Consultado acerca de la respuesta que recibió de las compañías aseguradoras, **Franco Melgarejo** resaltó que se adaptaron mejor que muchos otros ámbitos del país.

Captación de nuevos clientes

- ¿Cómo abordaron durante este período la difícil tarea de llegar a nuevos clientes?

Como *Broker*, **Norberto Cipollatti** comenta que *«el principal canal siempre siguió siendo a través de nuestros productores asesores; al mismo tiempo y de manera paralela, para agregar valor a su tarea, realizamos diferentes acciones en medios digitales, con el espíritu de que esas acciones sirvan de complemento para nuestros Productores Asesores de Seguros».*

Franco Melgarejo, comentando su experiencia, la cual coincide en gran parte con la acción y actitud que tomaron muchos productores de seguros del mercado, como lo hemos ido marcando en notas anteriores, argumentó que *«el acceso a nuevos clientes se redujo considerablemente, concentrándose básicamente en mantener la cartera».*

Conclusiones

Todos estos puntos tratados con los productores, tanto en esta nota como en notas de ediciones anteriores, que venimos realizando hace ya un tiempo, dejaron a la luz la dificultosa y compleja tarea que conlleva la actividad de intermediación en el ámbito asegurador y la importancia de un asesoramiento claro y profesional a los clientes.

Asimismo, la importancia de ampliar la cartera de seguros también queda de manifiesto, tratando de ampliar los típicos rubros que se contratan en seguros en nuestro país como son los seguros obligatorios de automotores o riesgos del trabajo, para dar lugar al crecimiento de nuevas ramas como son los seguros de vida o los seguros de salud que se tornaron tan importantes en los tiempos que vivimos. Previo a la pandemia, la comercialización de seguros giraba en torno a automotores y ART, y aquellos productores que vendían seguros de vida prácticamente se dedicaban casi exclusivamente a ello. Luego de la pandemia, los seguros de vida y salud deberán estar en la cartera de todos los productores, porque formarán parte de la nueva realidad.

Las compañías de seguros supieron acompañar a su canal de ventas, brindándoles herramientas tecnológicas y oportunidades para gestionar sus carteras de la mejor manera posible frente a esta situación excepcional.

La aparición de esta pandemia también fue una oportunidad para el mercado, que pudo respaldar a sus clientes y estar a la altura de las circunstancias, con seguros específicos por *Covid 19* ante el riesgo de contagio, o los seguros de viaje con cobertura de *Covid 19* en otros destinos.

Asimismo, la importancia de asegurar a las personas, sus bienes, su patrimonio y su actividad también cumplió un ➔

▲**Franco Melgarejo**, *Productor Asesor de Seguros independiente*

aacms
ASOCIACION ARGENTINA DE COOPERATIVAS
Y MUTUALIDADES DE SEGUROS

stop loss
bureau de reaseguros s.a.

rasa
Reaseguradores Argentinos SA

FINALOSS S.A.
de Mandatos y Servicios

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

rol fundamental en estos tiempos. Seguros como equipos electrónicos en tránsito, han sido de suma importancia para transferir el riesgo que implica la movilización con esos equipos tecnológicos muchas veces de propiedad de la empresa empleadora y, muchas otras, propiedad de los mismos particulares. Los seguros para teletrabajo o *home office* también cumplieron un rol fundamental, teniendo en cuenta la nueva rutina de las personas y las herramientas utilizadas para desempeñar su labor, brindando coberturas ante el daño o robo de los equipos de trabajo, una cobertura de accidentes personales durante 24 horas, basado principalmente en las jornadas laborales que hoy en día cuentan con horarios más flexibles, lo que requiere que la cobertura se adapte a esa flexibilidad. Se incorporó además el seguro de telemedicina, con el fin de que los clientes tengan acceso a consultas médicas sin moverse de su domicilio.

Otros seguros que fueron surgiendo con la pandemia, con un gran auge, fueron los seguros para personal de *delivery*, ya que con el tema de la cuarentena, el rol de los motoqueros y personal de *delivery* se tornó sumamente importante, brindando coberturas de accidentes personales.

Los seguros para el personal de salud, la llamada «primera línea» frente a la pandemia, por su rol tan importante durante estos tiempos, fueron también un objetivo de los nuevos productos que desarrollaron las aseguradoras en forma específica para esta profesión.

Por todo ello, y nuevas coberturas que seguirán surgiendo, esta pandemia trajo consigo una enorme oportunidad para los productores asesores de seguros, de ampliar su cartera de trabajo, con los clientes que ya cuentan y con nuevos clientes interesados en contratar estas coberturas. La capacitación en nuevos riesgos y el trabajo en equipo con las herramientas que brindan las aseguradoras, generará la revalorización del trabajo del productor y su rol como agente fundamental en el mercado asegurador.

COMPROMISO PYME.

Nuevos planes y condiciones especiales para mejorar tu propuesta comercial.

Porque sin importar el lugar y el momento, nuestro compromiso es acompañar a las PYMES que generan trabajo y son el motor de la economía de nuestro país. Siempre estuvimos a su lado y hoy más que nunca.

Si necesitás saber más, comunicate con tu ejecutivo/a de cuentas o escribí a comercial@provart.com.ar.

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

Grupo Provincia

Provincia ART

Nº de inscripción en SSN **0621** | Atención al asegurado 0800-666-8400 | **Organismo de control** www.argentina.gob.ar/ssn | SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

Opinan *Iván Ballón / Mariano Bravo / Marcelo Peluso / Juan Ignacio Perucchi*

El Fraude en Seguros en tiempos de Pandemia

El fraude en el seguro tiene consecuencias que van más allá del perjuicio económico para la propia aseguradora, puesto que afecta a la comunidad de asegurados. Al respecto, nos preguntamos: ¿hubo cambios o nuevas modalidades de fraude durante la pandemia? Para responder estos y otros interrogantes, dialogamos con Marcelo Peluso, Jefe de Prevención y Análisis de Fraude de Seguros Rivadavia; Juan Ignacio Perucchi, Gerente General de Libra Seguros; Mariano Bravo, PO Fraude de San Cristóbal Seguros; e Iván Ballón, Gerente de Desarrollo de FRISS.

Escribe **Aníbal Cejas**

En primer término, **Marcelo Peluso, *Jefe de Prevención y Análisis de Fraude de Seguros Rivadavia***, puntualizó: *«Si bien durante el Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio (ASPO) hubo menos detección de fraudes en lo que respecta a choques por daños materiales y lesiones, debido a la merma de siniestros por la prohibición de circular, se mantuvieron estables los casos de robos de vehículos y de ruedas, creciendo en un gran número el fraude por el uso indebido de las unidades que se aseguran para uso particular y se utilizan en realidad para transporte de pasajeros».*

Para **Mariano Bravo, *PO Fraude de San Cristóbal Seguros***, la pandemia supuso oportunidades y desafíos en múltiples áreas dentro de la industria aseguradora. En cuanto a las modalidades de fraude, marcó: *«Existió un aumento en la frecuencia de fraudes de ciertas coberturas, las cuales guardan estrecha relación con la disminución de la actividad económica. Esto nos permitió redirigir los esfuerzos de análisis en relación al contexto, y logramos incrementar la detección de siniestros de daño parcial y robo (total y parcial)».*

Seguidamente, **Juan Ignacio Perucchi, *Gerente General de Libra Seguros***, coincidió en que hubo cambios en las modalidades ya que hubo mucha denuncia de siniestro inexistente, alegada por asegurados y terceros, aprovechándose de la imposibilidad por parte de la compañía de enviar investigadores de fraude y liquidadores de siniestros a hacer el trabajo que corresponde. *«Se trata de causas de fraude que siempre existieron, pero la modalidad fue aprovecharse de la realidad de la pandemia y de la cuarentena* -detalló-. *Venimos viendo que siguen existiendo las modalidades típicas de organizaciones delictivas atrás, de desarmado de un vehículo inventando un siniestro total, falsedad en la declaración del uso real del vehículo, etc.».*

Cerrando la rueda, **Iván Ballón, *Gerente de Desarrollo de FRISS***, destacó: *«En general, hubo una modificación total en lo que respecta a reclamaciones, ya sea en volúmenes o en montos. Esto debido en primera instancia al distanciamiento social y al cierre de los países o empresas.*

Los fraudes empezaron a aumentar en número sobre todo en las líneas de Negocio de Hogar. Los fraudes en Autos continuaron, naturalmente aquellos en los que los esquemas de fraude eran algo más complejos. En estos fraudes, más personas o grupos de personas están involucrados.

Los modelos convencionales de inteligencia artificial tuvieron que ser calibrados en algunas oportunidades. No se puede decir que todo esto tiene un origen directo de la pandemia, pero sí que la imaginación de algunas personas para cometer fraude es grande y dinámica».

La detección del fraude

Sabemos que el análisis de las diferentes modalidades del fraude permite a las compañías de seguros la detección de algunos comportamientos o procedimientos que se reiteran y de esta manera, pueden definir señales o alertas a ser tenidas en cuenta preventivamente. ¿Pero qué ocurrió durante la pandemia?

Para, **Ballón**, *«muchas personas perdieron sus empleos y muchos negocios cerraron sus puertas por falta de ventas; eso conllevó a que las personas naturales y jurídicas se apresuren a crear situaciones de tal forma, que las aseguradoras indemnicen sus reclamaciones fraudulentas; como por ejemplo, detectamos casos de robos en casas (sin evidencias de puertas o ventanas forzadas), incendios (provocados), etc.».*

Según **Peluso**, en Seguros Rivadavia la detección de fraudes durante la pandemia no descendió en un grado significativo: *«Si bien, el universo de siniestros tuvo una disminución de aproximadamente un 44%, los fraudes detectados solo disminuyeron un 10%, considerando como periodos de comparación los meses de abril a noviembre de 2019 y de abril a noviembre de 2020».*

Por otro lado, **Perucchi** y **Bravo** indicaron que el fraude se incrementó significativamente.

Para el Gerente General de Libra Seguros, *«el fraude está con peores indicadores que los habituales, pero no tiene que ver necesariamente con la pandemia».* ➔

▲**Marcelo Peluso**, *Jefe de Prevención y Análisis de Fraude de Seguros Rivadavia*

«Siempre que hay profundas crisis económicas nos encontramos con un aumento significativo en los casos de fraude -continuó-. Tenemos indicadores muy parecidos a los de todo el mercado asegurador. Entre el 2% y el 3% de nuestras primas se van en siniestros de fraude, lo que representa entre el 45% y el 50% de los siniestros».

Bravo, por su parte, sostuvo: *«No solo se retornó a niveles pre-pandemia, sino que al mes de octubre la detección del fraude se había incrementado en un 32%. El Grupo San Cristóbal cuenta con un área especializada en prevención y análisis de fraude, líder en la Argentina y la región, que conjuga la experiencia en la materia con el aporte de la inteligencia artificial, lo cual nos llevó a implementar -entre otras cosas- modelos de reconocimiento de imágenes, que funcionan de forma 100% automática. Estos modelos, implementados acorde a las mejores prácticas a nivel mundial, permiten la identificación de multiplicidad de casuísticas de fraude a partir del estudio de miles de documentos por segundo. Cabe señalar que los casos pasan por un primer análisis experto, al tiempo que el 86% de aquellos siniestros que poseen indicadores son investigados y resueltos por personal interno, con una duración promedio de 48 horas y una efectividad superior al 34%».*

Combinados y Seguros Integrales

¿Cuáles fueron los intentos de fraude en los ramos de Combinados e Integrales durante la pandemia?

Bravo, de San Cristóbal, respondió: *«En ambas clases de seguros existe, principalmente, lo que llamamos un cambio de circunstancia tendiente a obtener cobertura por un hecho no cubierto o la exageración intencionalmente de la severidad del reclamo. Por ejemplo, es moneda corriente que ante un robo en el hogar se pretenda hacer pasar más bienes como sustraídos».*

En concordancia, desde Seguros Rivadavia, **Peluso** manifestó: *«Las casuísticas más comunes son aquellas cuando las personas sufren un robo sin contar con un seguro, contratando luego la póliza, adulterando información y modificando la fecha y circunstancias del hecho.*

Otro caso para mencionar es el reclamo del mismo patrimonio a varias aseguradoras, donde la persona va contratando pólizas y denunciando siniestros, siempre por el robo o la rotura del mismo bien».

Desde Friss, **Ballón** observó: *«Muchos clientes con pólizas de seguros tienen coberturas en diferentes líneas de negocio y los defraudadores buscan normalmente las partes más vulnerables para cometer fraude. Muchos de ellos saben que algunos aseguradores no tienen controles específicos en algunas líneas de negocios, eso hace que cuando son detectados, muchas aseguradoras mantienen al cliente por razones de política interna, asumiendo así un riesgo mayor de fraude para el resto de líneas de negocios.*

Además, muchas personas que sufrieron de Covid-19 y no pudieron trabajar han presentado reclamaciones de salud. Naturalmente, no todos los alcances de Covid estaban detallados en las condiciones de las pólizas. Los Seguros de Viajes también se vieron afectados y los reclamos (fraudulentos) fueron en aumento, con casos inexistentes de repatriación por ejemplo».

A su turno, desde Libra, **Perucchi** expresó que actualmente no trabajan en los ramos de Combinados e Integrales, pero que para el año 2021 están planificando empezar a comercializarlos. Para cerrar este tema, Perucchi se sumó a las opiniones de los ejecutivos anteriores y precisó: *«Sabemos que hay mucho caudal de hechos de fraude en estos ramos también, que tiene que ver con autorrobo y autodaño de las propias pertenencias aseguradas y, en los casos más graves, de incendios de las casas o de los comercios, cuando sabe que el comercio está por cerrar y el siniestro es autoprovocado».*

▲**Mariano Bravo**, *PO Fraude de San Cristóbal Seguros*

Seguros Industriales

Seguidamente, les pedimos a los entrevistados que nos cuenten en qué consisten los fraudes en los *Seguros Industriales.*

Peluso explicó que las tentativas de fraude de este tipo de seguros no distan en mucho a las de los otros riesgos, ya que siempre se quiere obtener un beneficio ilegítimo, aunque probablemente sean de un valor económico considerable y brindó algunos ejemplos:

- Robos o incendios de stock vencido, discontinuado, o ya sin valor de reventa.
- Rotura de maquinarias por fallas técnicas, no cubiertas.
- Magnificación de los bienes o del contenido general, luego de haberse producido el siniestro.

Más adelante, **Bravo** indicó: *«Comúnmente, los fraudes en este tipo de coberturas poseen menor frecuencia y mayor severidad que en otra clase de seguros. En tal sentido, muchas de las maniobras que detectamos refieren a la existencia de determinados bienes que no estaban asegurados, y ante la concreción de un evento se suscita la contratación del seguro, con ocultamiento de la real fecha de ocurrencia y diferimiento del infortunio. Por tratarse de riesgos muy específicos, es de vital importancia el trabajo en conjunto con los equipos de 'riesgos varios', siendo que en la compañía la interacción resulta uno de los pilares en la lucha contra el fraude».*

¿Cómo combatir el fraude?

Como pudimos apreciar, existe infinidad de casos donde se detectan intentos de fraude. Debido a esto, la cuestión central para las aseguradoras es cómo combatirlos, cuáles son las políticas antifraude para prevenir ser víctimas de estos delitos.

▲**Juan Ignacio Perucchi**, *Gerente General de Libra Seguros*

Sobre el particular, **Peluso** aseguró: *«En nuestra empresa, promovemos la educación al asegurado y a la sociedad, como así también la capacitación del personal y la incorporación de nuevas tecnologías, como ventajas estratégicas en la lucha contra el fraude.*

▲**Iván Ballón**, *Gerente de Desarrollo de FRISS*

Una sana suscripción de riesgos, el cruce de datos y el trabajo en conjunto con las aseguradoras colegas, favorecen la prevención y detección de estos delitos. Nosotros contamos con un departamento específico, integrado por especialistas, que refuerza el objetivo de resguardar el patrimonio de la aseguradora y de sus asegurados que, como todos ya sabemos, son los mayores perjudicados cuando se cometen este tipo de estafas. También otra acción concreta es la de adaptarse a la normativa de la SSN en materia de prevención de fraudes».

Después, **Perucchi**, habló de las normativas que se llevan adelante como medidas de prevención: *«En principio, en Libra diseñamos una muy completa matriz de indicadores de fraude, lo que nos ha llevado en el último tiempo a aumentar la cantidad de casos investigados, logrando detectar muchos más siniestros fraudulentos. Consideramos que el mercado asegurador ha llevado adelante históricamente buenas políticas de detección y prevención de fraude. Incluso, se han utilizado estándares y prácticas internacionales reconocidos en la materia».*

Y concluyó con la siguiente reflexión: *«Creemos que el mercado tiene una deuda en esta materia, tiene que llevarse a la Justicia a los actores que cometen fraude, sea en forma individual o de manera organizada. Nosotros tenemos la decisión organizacional de avanzar con las denuncias penales y administrativas que sean pertinentes, sea que corresponde reclamar en una instancia judicial o, bien, a nuestro organismo regulador, la Superintendencia de Seguros de la Nación. No nos conformamos con lograr el desistimiento de asegurados y terceros frente al reclamo, porque creemos que esa es una visión a corto plazo que no resuelve*

el problema de fondo. Nunca nuestra intención será no pagar, pero sí pagar bien a quien corresponda, impidiendo alimentar con indemnizaciones a aquellos que cometen delitos».

En opinión de **Iván Ballón**, el aporte de la tecnología para el combate del fraude ayuda enormemente, ya que detecta tanto los riesgos como el fraude en sí mismo. Y amplía: *«En FRISS utilizamos diferentes aspectos como las anomalías, inteligencia artificial, reglas de negocio y, sobre todo, conocimiento de mercado para realizar esto. Todo esto ayuda a las aseguradoras a realizar sus procesos de forma dinámica, ayuda a agilizar pagos y a revisar cada siniestro ingresado. Muchas aseguradoras han iniciado ya un proceso de innovación tecnológica. Al final, el mejor beneficiado por aplicar nuevas tecnologías es el asegurado».*

Finalmente, **Bravo** manifestó que para San Cristóbal Seguros es prioritaria la misión y visión de instalar una verdadera cultura antifraude en el país: *«Entendemos la prevención como una inversión y no como un gasto. Existe un dolor en la industria respecto a los fraudes, y frente a eso la empresa adoptó un cambio rotundo de* mindset, *incrementando esfuerzos y adoptando nuevas tecnologías que permitan abordar el problema desde la raíz.*

Así nació la nueva unidad de prevención de fraude, que emplea inteligencia artificial para reformular la forma de trabajar, y se desarrolló una herramienta que, en pocas palabras, ayuda a discernir entre los casos reales y los posibles fraudes. Pero no solo se cambiaron procesos y se sumó tecnología, sino que se integraron nuevas capacidades como especialistas en criminalística, agro, peritos, científicos de datos, entre otros. Se formó un verdadero equipo multidisciplinario.

Para detectar los casos, el proceso consta de cuatro pasos: detección, análisis, investigación y resolución. De esta forma, en los primeros 18 meses de esta transformación que hicimos en materia de prevención de fraude, logramos reducir el costo siniestral de la organización en un 2%, a la vez que nos permitió amplificar la capacidad de análisis. Pudimos construir una plataforma en la cual soportamos, mediante un sistema integrado de Inteligencia Artificial, todos los flujos de fraude que se trasuntan en el marco de la organización. Nos permite tener bajo absoluto control el 100% de los siniestros de la compañía».

Finalizando el año más duro de los últimos cien años, desde lo sanitario, y que puso a prueba todas nuestras capacidades, podemos afirmar que el esfuerzo y la solidaridad puesta de manifiesto por los Trabajadores de Seguros, ha sido una de las razones fundamentales que ha posibilitado que la actividad aseguradora haya transitado satisfactoriamente este período tan difícil y complejo derivado de la pandemia Covid-19.

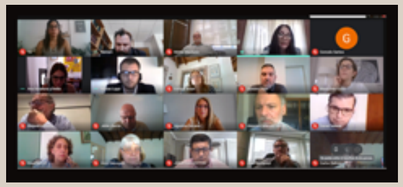
Sigamos trabajando en 2021 con la misma eficiencia y protagonismo a pesar del inédito condicionamiento que estas circunstancias tan atípicas nos imponen.

Desde la esperanza por la llegada de un nuevo año cargado de expectativas positivas y fundadas, y reafirmando nuestras banderas de Solidaridad, Lealtad, Unidad y Organización, les deseamos a todos los Trabajadores de la Actividad Aseguradora y sus familias, una muy

FELIZ NAVIDAD
Y UN PRÓSPERO
AÑO NUEVO

Sindicato del Seguro de la República Argentina
AMTRAS
OSSEG
FIDEC

La SSN oficializó el lanzamiento de la Mesa Participativa del Sector Asegurador y Reasegurador



El pasado viernes 18 de diciembre, se llevó a cabo la primera reunión de la ***Mesa Participativa del Sector Asegurador y Reasegurador*** creada a través de la *Resolución SSN N° 441/2020*. Fue presidida por la ***Superintendenta de Seguros de la Nación, Mirta Adriana Guida***, la ***Gerenta de Coordinación General, Ana Durañona y Vedia*** y el ***Gerente Técnico y Normativo, Mariano Veronelli***. La moderación estuvo a cargo del ***Subgerente de Asuntos Institucionales, Matías Luppi.***

Además de los funcionarios de la SSN, fueron parte de la presentación los máximos representantes de la ***Asociación de Aseguradoras del Interior de la República Argentina*** *(ADIRA)*; la ***Asociación Civil de Aseguradores de Vida y Retiro de la República Argentina*** *(AVIRA)*; ***Asociación Argentina de Compañías de Seguros*** *(AACS)*; la ***Unión de Aseguradoras de Riesgos del Trabajo*** *(UART)*; la ***Asociación de Aseguradores Argentinos*** *(ADEAA)*; la ***Asociación Argentina de Cooperativas y Mutualidades de Seguros*** *(AACMS)*; la ***Cámara Argentina de Reaseguradores*** *(CAR)* y la ***Federación de Asociaciones de Productores Asesores de Seguros de la Argentina*** *(FAPASA)*.

Iniciado el encuentro se procedió a realizar la presentación de la Mesa y sus objetivos, los cuales consisten en generar un espacio de consultas de carácter técnico con las cámaras y asociaciones y fomentar el diálogo institucional para con el sector, ello con motivo de fortalecer la relación con los supervisados a fin de generar alianzas estratégicas en función de la protección del sector asegurador y reasegurador nacional.

En las futuras reuniones se buscará analizar proyectos normativos, que serán sometidos a consideración por parte de la Gerencia Técnica y Normativa, y se trabajará en conjunto y colaboración con los integrantes de la Mesa para materializarlos de forma que impulsen y fortalezcan al sector.

Por último, se presentó el primer tema de agenda y se establecieron los tópicos a tratar durante el transcurso del año 2021. Se informó que la intención del organismo es establecer una calendarización para los próximos encuentros a fin de generar una periodicidad de trabajo que pronto será comunicada a los participantes.

Al cierre se dio lugar a sugerencias y aportes, momento en el cual la SSN percibió una muy buena aceptación y entusiasmo por parte de los asistentes en relación a la conformación de la Mesa Participativa y el trabajo a realizar.

DC SISTEMAS
TECNOLOGÍA ASEGURADORA

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

EQUIS
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

ESTADOS PATRIMONIALES EN SEGUROS GENERALES, ART, MUTUALES, VIDA Y RETIRO AL 30 DE JUNIO DE 2020

ENTIDADES	ACTIVO TOTAL	PASIVO TOTAL	PATRIMONIO NETO	PRIMAS NETAS DEVENGADAS	RESULTADO DEL EJERCICIO
■ PATRIMONIALES Y MIXTAS	777.312.794	497.416.767	279.896.027	437.764.634	31.274.294
A AFIANZADORA	396.946	268.641	128.305	337.985	10.356
C AGROSALTA	6.898.536	3.302.507	3.596.030	510.388	-106.552
A ALBA	437.514	255.864	181.650	252.686	17.541
A ALLIANZ	31.405.739	19.569.795	11.835.944	12.930.212	4.173.743
A ANTÁRTIDA	797.216	548.703	248.513	994.410	-122.017
A ARGOS	878.383	470.904	407.479	161.807	23.133
A ASEGURADORA DEL SUR	133.857	3.153	130.704	0	-16.792
A ASEGURADORES DE CAUCIONES	672.161	466.529	205.632	366.785	-54.148
C ASOCIACIÓN MUTUAL DAN	308.386	37.365	271.021	111.675	1.267
A ASSEKURANSA	158.773	69.820	88.953	144.100	11.479
A ASSURANT	2.357.533	1.248.737	1.108.796	2.574.395	-2.292
A ATM	2.716.727	2.265.827	450.900	2.077.084	19.225
A BBVA CONSOLIDAR	6.190.943	3.129.945	3.060.998	4.477.205	787.907
A BENEFICIO	134.165	57.552	76.614	232.613	5.807
A BERKLEY	10.419.064	4.463.400	5.955.664	3.309.793	3.066.204
C BERNARDINO RIVADAVIA	36.760.668	19.987.238	16.773.430	22.678.591	259.715
A BHN	1.717.938	471.046	1.246.892	1.663.887	567.956
A BOSTON	4.522.090	3.712.393	809.697	3.115.986	-33.954
A BRADESCO	106.384	17.011	89.373	0	-5.189
O CAJA DE TUCUMÁN	5.555.717	2.999.655	2.556.062	1.680.519	779.641
A CAJA GENERALES	45.300.443	27.286.826	18.013.616	33.417.020	5.359.609
A CALEDONIA	1.102.564	787.515	315.049	1.313.757	-77.834
A CAMINOS PROTEGIDOS	525.507	109.560	415.947	179.660	27.746
A CARDIF	2.298.016	1.419.321	878.696	2.113.673	-313.144
A CARUSO	2.779.701	1.134.579	1.645.121	2.923.246	502.158
A CESCE	48.867	21.180	27.687	1.240	-10.686
A CHUBB SEGUROS	8.422.634	5.160.395	3.262.239	3.641.332	423.610
A CNP	4.187.187	2.159.283	2.027.905	1.386.948	125.731
E COFACE	1.427.991	961.485	466.506	206.758	-134.145
A COLÓN	364.255	179.380	184.875	452.851	-34.267
A COMARSEG	85.558	158	85.400	0	-35.143
A CONFluENCIA	118.576	3.709	114.868	15.432	-15.891
C COOP. MUTUAL PATRONAL	6.988.970	4.601.179	2.387.791	4.214.934	-13.423
C COPAN	1.319.981	757.157	562.824	568.580	-1.167.978
A COSENA	179.055	61.258	117.797	136.657	-4.746
A CRÉDITO Y CAUCIÓN	339.551	247.212	92.338	211.620	59.444
A CRÉDITOS Y GARANTÍAS	1.344.879	812.626	532.253	239.601	71.252
C DULCE	912.747	194.720	718.027	759.537	5.258
A EDIFICAR	1.461.599	847.433	614.166	919.951	251.125
A EQUITATIVA DEL PLATA	2.264.966	1.447.550	817.416	1.275.543	49.928
A ESCUDO	2.204.862	1.484.544	720.318	2.086.717	-384.153
A EUROAMÉRICA	305.649	13.071	292.578	9.505	9.032
A EVOLUCIÓN	1.146.304	584.555	561.749	1.009.948	153.694
A EXPERTA SAU	290.491	150.039	140.453	134.553	-2.086
A FED. PATRONAL	139.790.975	116.634.601	23.156.374	51.251.679	4.996.461
A FINANZAS Y CRÉDITO	644.416	418.241	226.175	541.481	35.838
A FINISTERRE	146.428	38.503	107.926	92.018	5.721
A FOMS	109.113	42.786	66.327	46.308	-3.839
A GALENO	1.521.947	1.172.491	349.456	1.646.966	1.410
A GALICIA	3.955.583	2.378.110	1.577.472	6.250.590	847.435
A GESTION	274.312	193.490	80.822	149.243	14.633
A HAMBURGO	1.239.285	550.420	688.865	1.091.718	418.462
A HANSEATICA	501.344	261.230	240.114	343.116	106.513
A HDI	4.125.334	2.893.010	1.232.324	2.453.159	79.944
A HOLANDO SUDAMERICANA	5.372.688	3.387.254	1.985.434	3.257.289	366.750
A HORIZONTE	3.046.915	2.599.151	447.765	1.913.315	-142.710
A INST. ASEGURADOR MERCANTIL	432.660	178.289	254.371	366.473	-606
O INST. AUTÁRQUICO	13.416.976	7.186.079	6.230.897	4.189.209	545.589
O INSTITUTO DE JUJUY	463.388	39.395	423.993	326.760	209.290
A INSTITUTO DE SEGUROS	1.425.519	815.798	609.721	391.516	16.344
A INSUR	896.553	651.796	244.756	319.379	64.750
A INTÉGRITY	3.887.242	2.535.521	1.351.721	1.961.623	278.790
A ÍÑIGO	1.479.280	626.376	852.903	676.569	-778.846
A JUNCAL PATRIMONIALES	173.240	50.259	122.982	0	-33.307
A LATIN AMERICAN	84.925	5.799	79.126	0	25.516
A LATITUD SUR	972.495	529.511	442.984	476.528	-60.047
A LIBRA	564.543	366.804	197.739	586.943	-57.927
A LIDER MOTOS	53.719	2.050	51.669	1.236	1.079
A LIDERAR	7.849.142	5.793.679	2.055.463	3.852.676	119.233
C LUZ Y FUERZA	472.869	136.690	336.179	162.836	34.837
A MAPFRE	12.399.891	8.301.134	4.098.757	7.463.601	238.290
A MERCANTIL ANDINA	22.543.475	17.148.883	5.394.592	17.438.473	1.141.366
A MERCANTIL ASEGURADORA	175.052	16.892	158.160	41.453	-1.162
A MERIDIONAL	13.092.005	8.614.341	4.477.664	7.641.772	701.183
A METLIFE	13.423.278	9.243.650	4.179.628	4.983.435	-379.603
A METROPOL	563.604	314.450	249.154	366.812	24.129
A NACIÓN	30.322.175	18.494.143	11.828.032	13.859.201	1.661.594
A NATIVA	1.094.544	605.703	488.840	646.579	57.212
A NIVEL	618.196	382.202	235.995	303.927	25.371
A NOBLE	780.099	597.200	182.899	391.227	21.207
A NORTE	4.854.290	3.325.042	1.529.247	3.592.511	136.263
C NUEVA	3.438.486	2.448.210	990.276	1.253.568	5.535
A OPCIÓN	1.440.511	842.223	598.288	630.075	271.855
A ORBIS	5.997.620	3.316.251	2.681.369	7.146.805	709.707
A ORÍGENES	615.552	284.657	330.894	1.004.904	58.250
A PACÍFICO	106.406	59.407	47.000	40.402	11.532
A PARANÁ	4.380.931	2.899.065	1.481.866	3.900.840	333.222
A PERSEVERANCIA	2.917.405	1.968.237	949.168	2.296.322	194.513
A PREMIAR	73.856	19.170	54.686	5.332	4.571
A PREVINCA	370.441	100.229	270.212	282.692	746
C PRODUCTORES DE FRUTAS	3.115.487	1.723.017	1.392.470	2.349.031	-396.102
A PROGRESO	1.050.243	467.489	582.754	474.768	-62.264
A PROVIDENCIA	992.585	796.960	195.625	1.106.663	-8.028
A PROVINCIA	21.093.158	17.136.452	3.956.706	16.624.307	1.006.134
A PRUDENCIA	629.438	384.125	245.312	449.631	-28.627
A QUALIA	3.875.213	1.695.360	2.179.853	3.107.302	1.747.332
C RÍO URUGUAY	5.602.485	2.676.129	2.926.356	5.907.970	-240.159
C SAN CRISTÓBAL	41.782.094	19.621.524	22.160.570	21.826.539	-1.409.483
C SANCOR	51.440.660	25.631.112	25.809.547	32.711.073	2.359.665
C SEGUNDA	42.839.112	20.659.050	22.180.062	21.766.352	2.272.297
C SEGURCOOP	3.643.173	2.232.177	1.410.996	1.788.906	403.956
C SEGUROMETAL	3.059.536	1.696.739	1.362.797	1.382.075	60.607
A SEGUROS MÉDICOS	649.478	538.606	110.872	507.952	40.829
A SMG	11.432.366	7.571.838	3.860.529	4.199.874	669.049
A SMSV	1.344.509	906.457	438.053	719.875	115.899
A SOL NACIENTE	2.440.152	1.017.811	1.422.342	1.833.414	246.737
E STARR	1.302.870	911.331	391.539	109.363	-39.321
C SUMICI	103.733	1.293	102.441	11.797	-45.476
A SUPERVIELLE	1.987.177	995.221	991.956	1.992.988	371.293
A SURA	18.623.923	15.269.510	3.354.414	13.858.192	-206.900
A SURCO	677.495	382.863	294.632	725.666	130.377
A TESTIMONIO	1.207.741	803.854	403.888	203.768	190.964
A TPC	867.725	598.940	268.785	825.840	-2.090
A TRAYECTORIA SEGUROS	77.087	6.325	70.762	3.984	-5.799
C TRIUNFO	7.966.340	4.668.319	3.298.021	3.581.460	-5.683.130
A TUTELAR	236.012	90.221	145.791	58.374	28.516
A VICTORIA	2.639.809	1.651.992	987.817	1.208.195	352.931
A VIRGINIA	2.123.974	1.367.121	756.854	2.046.152	-59.897
A WARRANTY	26.252	913	25.338	158	-62.728
A ZURICH	13.300.751	10.149.604	3.151.148	9.344.957	248.101
A ZURICH ASEGURADORA	17.175.118	11.713.226	5.461.892	11.894.953	1.845.496
A ZURICH SANTANDER	3.909.291	1.811.949	2.097.343	4.665.306	898.892
■ RIESGOS DEL TRABAJO	258.394.197	219.231.923	39.162.273	160.041.250	7.606.765
A ASOCIART ART	36.004.580	32.625.331	3.379.249	16.369.177	-252.974
A BERKLEY ART	10.621.398	6.137.147	4.484.251	2.619.941	2.342.278
A EXPERTA ART	35.467.142	31.292.269	4.174.873	20.896.800	2.045.798
A GALENO ART	30.082.586	26.245.685	3.836.901	20.509.036	-989.393
C MUTUAL PETROLEROS ART	245.225	121.081	124.144	174.194	-13.517
A OMINT ART	3.961.168	3.053.180	907.988	3.392.188	113.632
A PREVENCIÓN ART	51.336.916	42.694.858	8.642.058	33.229.813	1.194.614
A PROVINCIA ART	46.515.334	40.760.498	5.754.836	34.311.463	1.797.886
A RECONQUISTA ART	1.038.517	921.535	116.982	455.750	4.568
A SEGUNDA ART	24.113.897	19.339.842	4.774.054	15.463.028	924.710
A SWISS MEDICAL ART	19.007.432	16.040.497	2.966.936	12.619.860	439.163
■ TRANSP. PÚBLICO PASAJEROS	7.524.139	2.308.213	5.215.926	1.786.262	-1.233.564
C ARGOS MUTUAL	1.381.361	490.837	890.524	287.817	-194.458
C GARANTÍA MUTUAL	1.048.752	249.476	799.276	147.638	-36.961
C METROPOL MUTUOS	555.797	136.756	419.041	181.954	-42.659
C MUTUAL RIVADAVIA	2.785.289	573.151	2.212.138	415.378	-290.152
C PROTECCIÓN MUTUAL	1.752.940	857.993	894.947	753.475	-669.334
■ SEGUROS DE VIDA	130.060.695	106.833.431	23.227.264	20.385.583	5.334.482
A ANTICIPAR	47.431	5.381	42.050	70.369	2.418
A ASV	190.725	94.226	96.498	340.280	-27.476
A BHN VIDA	2.514.634	602.145	1.912.489	1.980.318	867.443
A BINARIA VIDA	4.451.031	2.874.318	1.576.713	789.785	332.269
A BONACORSI	146.433	14.019	132.414	151.171	23.337
O CAJA DE PREVISIÓN	793.767	39.416	754.351	72.724	155.084
A CERTEZA	183.937	35.256	148.681	169.261	49.534
A CRUZ SUIZA	55.101	20.087	35.014	83.375	9.063
A DIGNA	65.577	4.394	61.183	1.011	5.867
A FEDERADA	45.821	11.123	34.698	15.737	-28.414
A HSBC VIDA	14.499.760	11.615.461	2.884.299	1.460.383	528.838
A INSTITUTO SALTA	1.377.098	402.413	974.685	1.468.819	521.150
A INTERNACIONAL	284.368	29.751	254.618	0	2.925
A MAÑANA	318.807	98.789	220.018	647.265	13.931
A MAPFRE VIDA	1.319.608	793.689	525.920	713.734	71.329
A NSA	10.733	1.346	9.387	0	-1.655
A OMINT	29.240	4.280	24.960	1.318	-3.839
A PEUGEOT CITROËN	534.373	231.465	302.908	412.772	173.307
A PIEVE	95.071	22.613	72.458	224.409	5.607
A PLENARIA	391.587	29.254	362.333	136.386	4.989
A POR VIDA	68.230	9.547	58.683	10.949	1.381
A PREVISORA	71.320	1.408	69.912	6.848	5.363
A PROVINCIA VIDA	2.897.218	1.914.649	982.569	1.028.355	352.874
A PRUDENTIAL	27.211.748	23.777.731	3.434.017	7.989.280	485.282
A SAN GERMAN	42.659	10.319	32.340	48.692	8.797
A SAN MARINO	30.838	560	30.278	-6	-864
A SAN PATRICIO	115.899	7.965	107.935	596	-16.784
A SANTA LUCIA	78.801	13.564	65.237	27.110	-15.313
A SANTÍSIMA TRINIDAD	76.730	6.610	70.121	25.099	-1.610
A SEGUNDA PERSONAS	2.948.867	1.781.079	1.167.787	1.604.838	331.459
A SENTIR	244.450	29.925	214.525	175.690	15.533
A SMG VIDA	7.995.354	4.034.122	3.961.232	1.262.885	994.165
A TERRITORIAL VIDA	60.258	1.590	58.668	4.609	-2.706
A TRES PROVINCIAS	179.518	71.512	108.006	482.162	35.537
E ZURICH INTERNATIONAL LIFE	60.683.704	58.243.428	2.440.276	-1.020.640	435.658
■ SEGUROS DE RETIRO	194.146.661	168.311.862	25.834.799	-8.460.734	6.163.674
A BINARIA RETIRO	4.256.383	3.929.943	326.440	-702.022	-25.201
A CREDICOOP RETIRO	4.646.399	3.504.995	1.141.404	-1.076.914	-180.994
A ESTRELLA RETIRO	53.095.699	48.040.857	5.054.842	6.045.036	3.466.074
A EXPERTA RETIRO	58.951	5.877	53.074	0	2.594
A FED. PATRONAL RETIRO	203.241	70.614	132.628	-1.199	5.952
A GALICIA RETIRO	437.534	333.663	103.871	18.888	2.365
A HSBC RETIRO	25.020.057	20.524.174	4.495.883	790.214	107.491
A INST. ENTRE RÍOS RETIRO	1.106.174	719.728	386.446	-112.168	53.880
A METLIFE RETIRO	21.673.639	18.751.219	2.922.420	-1.323.166	-213.669
A NACIÓN RETIRO	21.156.055	19.025.540	2.130.514	-958.415	-296.076
A ORÍGENES RETIRO	40.134.365	36.144.307	3.990.059	-9.036.606	2.589.893
A PREVENCIÓN RETIRO	167.402	30.448	136.954	757	-16.413
A PROVECCIÓN RETIRO	814.267	526.822	287.445	-49.754	-28.571
A SAN CRISTÓBAL RETIRO	8.531.949	6.890.184	1.641.765	-1.835.099	293.546
A SEGUNDA RETIRO	4.735.747	4.311.663	424.083	-119.829	113.110
A SMG RETIRO	7.673.978	5.410.272	2.263.706	-73.304	267.118
A SOLVENCIA RETIRO	250.200	23.931	226.270	0	23.951
A ZURICH RETIRO	184.619	67.623	116.996	-27.153	-1.376
■ TOTAL DE MERCADO	1.367.438.486	994.102.196	373.336.290	611.516.995	49.145.652
A SOCIEDADES ANONIMAS	1.059.371.447	810.917.689	248.453.758	482.406.532	52.100.102
C COOPERATIVAS Y MUTUALES	224.422.627	112.803.718	111.618.908	123.545.769	-4.906.247
E SUCURSALES ENT. EXTRANJERAS	63.414.565	60.116.244	3.298.321	-704.519	262.192
O ORGANISMOS OFICIALES	20.229.848	10.264.545	9.965.303	6.269.212	1.689.605

Balances al 30 de Junio 2020. Nota: Cifras en Miles de Pesos sujetas a verificación.
Fuente: Superintendencia de Seguros de la Nación (SSN).

INDICADORES EN SEGUROS GENERALES, ART, MUTUALES, VIDA Y RETIRO AL 30 DE JUNIO DE 2020

ENTIDADES	PRODUCCIÓN TOTAL (%)	CANTIDAD DE JUICIOS	CRÉDITOS / ACTIVOS (%)	SUPERÁVIT / CAPITAL REQUERIDO (%)	INVERSIONES + INMUEBLES / ACTIVOS (%)
■ PATRIMONIALES Y MIXTAS	71,92	191.823	24,51	230,01	65,35
A AFIANZADORA	0,09	30	56,23	43,37	34,75
C AGROSALTA	0,07	3.810	24,20	959,86	69,03
A ALBA	0,05	77	45,73	265,01	31,77
A ALLIANZ	2,65	2.807	19,42	529,45	73,71
A ANTÁRTIDA	0,15	867	25,49	40,12	69,08
A ARGOS	0,02	845	6,83	186,74	70,92
A ASEGURADORA DEL SUR	0,00	0	10,85	24,88	64,66
A ASEGURADORES DE CAUCIONES	0,06	36	34,36	8,23	59,82
C ASOCIACIÓN MUTUAL DAN	0,02	0	4,82	574,72	63,86
A ASSEKURANSA	0,03	11	26,19	18,17	17,89
A ASSURANT	0,35	62	30,99	133,95	43,77
A ATM	0,29	1.825	8,81	49,82	83,66
A BBVA CONSOLIDAR	0,64	222	43,27	348,19	53,10
A BENEFICIO	0,03	23	37,25	32,92	50,80
A BERKLEY	0,57	519	17,13	410,14	76,79
C BERNARDINO RIVADAVIA	3,16	14.385	22,41	433,97	69,84
A BHN	0,23	5	15,99	412,43	78,54
A BOSTON	0,54	2.884	34,65	43,67	57,94
A BRADESCO	0,00	21	0,53	177,65	11,79
O CAJA DE TUCUMÁN	0,23	960	6,48	609,63	75,05
A CAJA GENERALES	4,92	13.916	12,16	241,46	75,42
A CALEDONIA	0,19	658	24,86	27,19	65,90
A CAMINOS PROTEGIDOS	0,03	68	9,52	80,73	42,74
A CARDIF	0,28	75	26,65	98,77	63,99
A CARUSO	0,42	174	7,14	237,52	78,33
A CESCE	0,00	2	31,44	14,30	59,61
A CHUBB SEGUROS	1,17	770	44,25	364,22	47,67
A CNP	0,22	26	8,24	407,39	82,80
E COFACE	0,03	4	31,75	440,60	64,43
A COLÓN	0,07	2	27,51	6,01	30,22
A COMARSEG	0,00	0	2,69	77,89	96,38
A CONFluENCIA	0,00	0	4,49	20,04	27,23
C COOP. MUTUAL PATRONAL	0,61	425	32,23	190,02	49,87
C COPAN	0,09	672	24,91	184,85	57,31
A COSENA	0,03	11	27,78	27,00	4,55
A CRÉDITO Y CAUCIÓN	0,06	1	44,84	26,18	47,41
A CRÉDITOS Y GARANTÍAS	0,10	43	41,11	291,77	56,28
C DULCE	0,11	0	45,61	272,37	22,13
A EDIFICAR	0,21	31	9,07	245,01	79,58
A EQUITATIVA DEL PLATA	0,21	458	25,02	242,09	44,06
A ESCUDO	0,29	1.929	55,60	51,02	29,02
A EUROAMÉRICA	0,00	0	3,56	101,97	92,14
A EVOLUCIÓN	0,15	71	20,46	175,91	45,84
A EXPERTA SAU	0,04	0	32,44	0,55	36,83
A FED. PATRONAL	7,41	36.749	13,90	194,59	80,06
A FINANZAS Y CRÉDITO	0,13	16	42,87	39,48	53,91
A FINISTERRE	0,01	1	24,56	28,30	61,79
A FOMS	0,01	0	29,84	1,79	68,53
A GALENO	0,27	23	50,05	14,37	42,70
A GALICIA	0,91	125	41,26	77,41	41,78
A GESTION	0,04	0	49,77	44,23	39,39
A HAMBURGO	0,16	212	17,67	304,46	31,30
A HANSEATICA	0,09	5	46,84	385,29	33,88
A HDI	0,51	1.116	40,03	95,78	46,71
A HOLANDO SUDAMERICANA	0,73	1.681	36,01	220,88	46,43
A HORIZONTE	0,29	3.615	43,25	25,16	48,68
A INST. ASEGURADOR MERCANTIL	0,05	10	19,15	29,33	36,90
O INST. AUTÁRQUICO	0,61	2.610	22,62	903,00	74,73
O INSTITUTO DE JUJUY	0,05	0	54,45	564,43	38,44
A INSTITUTO DE SEGUROS	0,07	133	16,77	223,63	77,17
A INSUR	0,15	4	50,73	198,85	34,38
A INTÉGRITY	0,28	850	26,85	491,73	52,52
A ÍÑIGO	0,12	33	43,75	201,44	53,79
A JUNCAL PATRIMONIALES	0,00	87	56,34	113,08	19,17
A LATIN AMERICAN	0,00	0	19,16	5,32	6,14
A LATITUD SUR	0,08	291	32,50	90,00	41,40
A LIBRA	0,08	53	42,54	46,71	49,02
A LIDER MOTOS	0,00	0	5,28	7,62	91,01
A LIDERAR	0,50	11.250	10,49	274,20	55,86
C LUZ Y FUERZA	0,02	122	11,71	133,89	80,20
A MAPFRE	1,58	1.438	28,03	209,38	59,04
A MERCANTIL ANDINA	2,52	4.983	28,43	112,00	59,00
A MERCANTIL ASEGURADORA	0,01	1	10,19	414,92	67,80
A MERIDIONAL	1,73	2.309	37,82	275,49	48,33
A METLIFE	0,84	379	10,67	197,53	80,86
A METROPOL	0,06	214	29,85	72,02	66,42
A NACIÓN	3,40	4.488	33,70	385,39	62,06
A NATIVA	0,09	300	28,10	92,38	58,55
A NIVEL	0,04	329	27,97	63,56	67,39
A NOBLE	0,06	1.121	21,68	131,35	34,45
A NORTE	0,56	776	33,75	198,47	57,22
C NUEVA	0,18	4.158	15,09	377,50	56,96
A OPCIÓN	0,17	0	55,07	284,80	36,38
A ORBIS	0,99	5.211	33,97	165,38	60,00
A ORÍGENES	0,14	11	15,22	120,84	80,18
A PACÍFICO	0,01	3	48,56	53,13	47,80
A PARANÁ	0,59	5.923	25,76	133,46	36,71
A PERSEVERANCIA	0,33	1.138	20,67	187,84	67,00
A PREMIAR	0,00	0	12,23	87,95	1,62
A PREVINCA	0,04	7	8,32	440,75	67,79
C PRODUCTORES DE FRUTAS	0,34	2.081	28,81	139,03	54,17
A PROGRESO	0,07	781	16,36	221,42	70,50
A PROVIDENCIA	0,16	1.425	29,24	12,93	47,67
A PROVINCIA	2,42	5.636	25,54	68,43	69,59
A PRUDENCIA	0,10	1.890	45,76	46,77	25,92
A QUALIA	0,46	0	27,06	322,08	72,59
C RÍO URUGUAY	0,82	1.595	33,01	177,09	44,66
C SAN CRISTÓBAL	3,23	5.585	27,32	273,59	64,14
C SANCOR	5,96	3.468	27,46	51,50	55,94
C SEGUNDA	3,47	4.758	28,75	419,12	56,18
C SEGURCOOP	0,32	1.073	27,60	223,65	61,45
C SEGUROMETAL	0,20	1.112	19,27	558,77	62,52
A SEGUROS MÉDICOS	0,07	3.083	15,40	50,22	68,13
A SMG	0,80	2.577	26,96	695,00	69,96
A SMSV	0,13	5	9,09	109,86	79,91
A SOL NACIENTE	0,37	18	18,16	274,88	76,70
E STARR	0,18	0	37,92	188,80	61,20
C SUMICI	0,00	0	8,32	208,73	51,68
A SUPERVIELLE	0,29	2	41,48	230,25	54,35
A SURA	2,19	3.734	40,94	49,30	52,63
A SURCO	0,11	293	29,62	90,97	54,19
A TESTIMONIO	0,07	36	23,79	257,30	72,49
A TPC	0,13	1.939	41,98	30,97	49,01
A TRAYECTORIA SEGUROS	0,00	0	22,12	23,91	68,38
C TRIUNFO	0,53	2.790	38,55	225,05	53,27
A TUTELAR	0,01	1	17,30	96,34	80,88
A VICTORIA	0,22	887	30,98	471,86	62,12
A VIRGINIA	0,24	4	47,10	70,44	37,61
A WARRANTY	0,00	1	5,96	7,23	93,13
A ZURICH	2,34	2.605	37,38	74,58	58,35
A ZURICH ASEGURADORA	1,66	3.894	30,19	176,50	65,18
A ZURICH SANTANDER	0,70	50	32,83	184,35	58,01
■ RIESGOS DEL TRABAJO	22,57	255.043	6,62	71,54	90,16
A ASOCIART ART	2,20	25.638	5,39	86,49	92,21
A BERKLEY ART	0,39	1.755	3,30	//	94,27
A EXPERTA ART	2,77	29.739	2,18	156,37	92,86
A GALENO ART	2,76	48.170	15,65	5,21	80,42
C MUTUAL PETROLEROS ART	0,03	13	4,32	54,88	92,60
A OMINT ART	0,47	5.653	10,06	25,24	78,14
A PREVENCIÓN ART	5,25	32.308	3,65	63,49	93,08
A PROVINCIA ART	4,73	56.394	8,11	2,54	89,73
A RECONQUISTA ART	0,06	771	3,04	23,10	78,52
A SEGUNDA ART	2,18	26.794	5,51	119,19	91,96
A SWISS MEDICAL ART	1,73	27.808	10,05	49,18	88,40
■ TRANSP. PÚBLICO PASAJEROS	0,25	26.148	10,90	406,08	81,77
C ARGOS MUTUAL	0,03	4.095	8,38	435,69	87,62
C GARANTÍA MUTUAL	0,02	856	9,98	474,19	84,43
C METROPOL MUTUOS	0,03	3.247	9,52	146,28	88,23
C MUTUAL RIVADAVIA	0,06	6.546	8,06	923,41	90,91
C PROTECCIÓN MUTUAL	0,11	11.404	18,39	109,21	58,98
■ SEGUROS DE VIDA	3,97	721	4,22	182,16	92,95
A ANTICIPAR	0,01	0	18,88	57,76	80,67
A ASV	0,07	44	46,92	30,39	33,53
A BHN VIDA	0,28	27	10,88	535,98	84,95
A BINARIA VIDA	0,28	24	7,27	403,19	91,94
A BONACORSI	0,02	0	10,94	311,77	40,

Sancor Seguros celebró su 75° Aniversario con amplias repercusiones

Con la participación de importantes autoridades gubernamentales y del ámbito cooperativo, **Sancor Seguros** -que nació un 21 de diciembre de 1945 en Sunchales (Santa Fe)- celebró su aniversario N° 75 a través de dos eventos que combinaron lo presencial y lo virtual, reuniendo diversos acontecimientos en un mismo festejo.

En el acto protocolar de la mañana se realizó el descubrimiento de una placa alusiva a los 75 años de la aseguradora y de la piedra fundamental de un futuro ***Centro Interreligioso***, que estará emplazado en el desarrollo urbano ***Ciudad Verde*** del **Grupo Sancor Seguros**. Esta iniciativa, de escasos antecedentes a nivel mundial, buscará fomentar el diálogo y mutuo enriquecimiento entre las diferentes religiones, como símbolo del respeto a la diversidad. Durante la ceremonia se elevó una oración interreligiosa en la que tomaron parte autoridades de diferentes credos.

Más tarde, con la intervención del ***Gobernador de la Provincia de Santa Fe, Omar Perotti***; de la ***Ministra de Justicia y Derechos Humanos de la Nación, Marcela Losardo***; del ***Ministro de Educación, Nicolás Trotta***; del ***Intendente de la Ciudad de Sunchales, Gonzalo Toselli***; y del ***Presidente*** y el ***CEO del Grupo Sancor Seguros, Alfredo Panella y Alejandro Simón***, respectivamente, se llevó a cabo la inauguración del nuevo edificio del Instituto Cooperativo de Enseñanza Superior (ICES).

Cabe destacar que el acto también contó con la presencia del ***Presidente de la Alianza Cooperativa Internacional (ACI), Ariel Guarco*** y del ***Presidente del Instituto Nacional de Asociativismo y Economía Social (INAES), Nahum Mirad***, entre otras autoridades.

Situado en Ciudad Verde, cuenta con dos niveles y 2.600m² construidos y dispone de 16 aulas con capacidad para entre 25 y 70 alumnos cada una, entre otras facilidades. En el diseño y ejecución de este proyecto se valoró el desempeño energético, así como la observación de procedimientos y estándares sustentables de construcción.

El edificio de ICES forma parte del proyecto del ***Campus Educativo Científico y Tecnológico***, que estará compuesto en el futuro por la nueva Sede del ***CITES (Centro de Innovación Tecnológica, Empresarial y Social)*** y un ***Auditorio*** para uso compartido entre las instituciones, de fuerte presencia volumétrica en el entorno y una capacidad de 450 plazas.

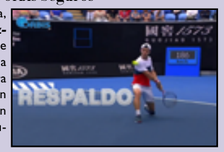
En línea con esta inauguración, las principales autoridades de **Sancor Seguros** anunciaron inversiones por más de USD 200 millones en los próximos dos años solo en economía real. Así, fiel a su gen cooperativo y con el convencimiento del valor de la educación como factor de promoción social, **Sancor Seguros** renueva su proyecto educativo, orientándose a una mayor inclusividad digital y territorial.

Por la noche, los festejos continuaron con un evento virtual conducido por *Mariano Yezze* que fue transmitido vía *streaming* a través del canal de *YouTube* de **Sancor Seguros**, y que contó con la participación del Presidente de ACI y de la ***Superintendenta de Seguros de la Nación, Adriana Guida***. El mismo incluyó un bloque íntimo con la participación de referentes de la Aseguradora y de su cuerpo de ventas; la presentación de un video institucional especialmente desarrollado para la ocasión y del libro de los 75 años de **Sancor Seguros**, que recorre su historia con contenido interactivo, para culminar con un show sorpresa exclusivo a cargo de *«Bien Argentino»*, que se desarrolló en distintos espacios del Edificio Corporativo del Grupo Sancor Seguros en Sunchales, la ciudad que lo vio nacer.

Los eventos enmarcados en la celebración del ***75° Aniversario de Sancor Seguros*** recibieron la *Declaración de Interés* por parte de la ***Cámara de Senadores de la Provincia de Santa Fe*** y de *Interés Ciudadano y Cooperativo* por parte del ***Concejo Municipal de Sunchales***.

De esta manera, **Sancor Seguros** celebró sus 75 años y el cierre de un gran año desde lo estratégico, pues encuentra a la aseguradora como líder del mercado y con renovadas proyecciones de crecimiento.

Encuentro Virtual con «Peque» Schwartzman, embajador deportivo de Orbis Seguros



En una distendida charla, ***Diego «el Peque» Schwartzman***, embajador deportivo de **Orbis Seguros**, brindó una clínica de tenis de casi una hora contando sus experiencias en este tan particular 2020, con anécdotas personales y algunos secretos deportivos.

Durante el *Zoom*, el ***Peque Schwartzman*** fue entrevistado por el conocido periodista ***Maxi Palma*** y respondió preguntas y saludos de los Productores de Seguros y periodistas de todo el país que asistieron al encuentro virtual. Empezó su charla relatando cómo los sorprendió la pandemia en los circuitos internacionales y recordó lo duro que fue comenzar el circuito. También confesó que había empezado el año con la esperanza de hacer una buena campaña, aunque nunca imaginó que este año terminaría *Top Ten*.

Durante el encuentro, el ***Peque Schwartzman*** enfatizó lo feliz que lo pone y lo orgulloso que está de ser ***Embajador Deportivo*** de **Orbis Seguros** porque, más allá de lo profesional, siente que el apoyo de la compañía le da tranquilidad y se siente respaldado. Lo más notable que surgió del *Zoom* organizado por **Orbis Seguros** fue, sin duda, la calidez y sencillez con la que el Peque y la gente que participó pudieron interactuar. *«Un sueño el poder hablar de igual a igual con uno de los mejores del mundo»*, dijo uno de los asistentes que lo pudo saludar.

El Concejo Municipal de Rosario distinguió al Grupo San Cristóbal por su iniciativa «Circulantes»

La iniciativa ***«Circulantes»*** de **Grupo San Cristóbal**, que incluye contenidos multimedia y una serie de *podcast* para promover la reflexión sobre movilidad sustentable, uso del espacio público y su impacto en la cultura vial, fue *declarada de interés* por el ***Concejo Municipal de Rosario.*** Distinguida por su aporte a la difusión, reflexión y discusión sobre la movilidad en las ciudades, esta propuesta rompe con la comunicación tradicional sobre educación vial, con un abordaje innovador desde la cultura, la filosofía y el arte.

«Queremos agradecer al Concejo Municipal de Rosario por este reconocimiento. Nos llena de orgullo que programas como Circulantes reciban este tipo de distinciones, ya que le dará mucha mayor visibilidad a una idea que nació desde la necesidad de transformar un tema difícil y distante para la sociedad, en algo fácil de entender y con una mirada positiva, interesante y entretenida», destacó ***Exequiel Arangio, Jefe de Comunicaciones y Sustentabilidad de Grupo San Cristóbal.***

La creación de este espacio tuvo como objetivo generar un intercambio con la sociedad para hablar sobre el uso del espacio público y sus consecuencias desde una mirada multifocal de expertos. Incluye una primera temporada de 18 episodios disponibles en plataformas como *Spotify, SoundCloud, Google Podcast* y *Apple Podcast*, y ya hay proyectos para ampliarlo a otros contenidos multimedia e intervenciones en el espacio público. También se planifica el lanzamiento de una segunda temporada para el 2021.

Algunas de las principales temáticas de ***«Circulantes»*** son la movilidad sustentable, el diseño y la planificación de ciudades, los sesgos cognitivos, las distintas formas de desplazarse por el ámbito público y el uso que se hace del mismo. De esta manera, la propuesta permite establecer un vínculo entre la ciudad, la sociedad, el tránsito, entendiendo a este último concepto en un sentido polisémico (vehicular, humano y cultural, vinculado con la noción de cambio y movimiento).

La idea y realización de los episodios estuvo a cargo de ***Federico Fritschi***, Comunicador Social y locutor rosarino, que llevó adelante entrevistas con más de 60 especialistas y usuarios para favorecer una mirada multifocal sobre las diferentes formas de apropiación y utilización de los espacios públicos atravesados por trazas viales.

Provincia ART hace foco en el trabajo del futuro

Provincia ART organizó, por segundo año consecutivo, el ***Foro Internacional de Gestión***, un encuentro que contó, vía *streaming*, con la participación de oradores nacionales e internacionales y autoridades de la empresa. Bajo la consigna *«El trabajo del futuro: claves para la nueva realidad»*, los expertos se unieron para debatir sobre los principales desafíos presentados por los efectos de la crisis sanitaria mundial.

El Foro fue una oportunidad para la reflexión sobre qué enseñanzas dejó el trabajo en situación de emergencia, los cambios en los modelos de relacionamiento con los clientes y el mercado, el impacto en el estilo de vida, las claves para liderar a la distancia y la innovación como compromiso de transformación de personas y organizaciones.

«Tenemos que entender que la incertidumbre de este año y el que viene nos obliga a tomar decisiones sin tener una experiencia previa. El momento de la decisión fue traumático en este contexto porque no había antecedentes, por eso fue muy necesario que confiemos en nuestros equipos de trabajo, que rompamos las pirámides y confiemos en las opiniones de todos los trabajadores y trabajadoras. Esta es una bondad que nos trajo la pandemia: todos los integrantes tienen algo que aportar para tomar las decisiones», remarcó ***Fernando Zack, Presidente de Provincia ART.*** Al mismo tiempo, Zack se enfocó en el rol de las aseguradoras de riesgo: *«No debemos ser vistos como pagadoras sino como socios de nuestros asegurados, de sus trabajadores y trabajadoras. La prevención es un* win-win *para todos los actores del sistema: aseguradoras, empresas y trabajadores y trabajadoras. Porque no tienen otro objetivo que mejorar las condiciones laborales. Si los tres actores coincidimos en trabajar juntos para generar mejores herramientas de prevención, vamos a cuidar la salud de los trabajadores y trabajadoras y mejorar resultados para los clientes»*.

Por su parte, ***Mariela Ricciuti, Vicepresidenta de la ART*** número I en cápitas a nivel país, resaltó: *«En Provincia ART tenemos la firme voluntad de recorrer juntos el camino hacia el futuro, queremos acompañar no sólo a nuestros clientes y sus trabajadores, sino a la toda la comunidad por medio de este tipo de espacios de diálogo y de producción de conocimiento colectivo»*. Para Ricciuti, esta jornada tuvo como objetivo *«validar el compromiso de proteger la salud de las personas»*.

Los desafíos ante los cambios disruptivos que plantea el futuro del trabajo; cómo formar en competencias para liderar la prevención y a la distancia; la salud mental como factor de reequilibrio; la nueva empresa; el impacto del Covid-19 sobre la brecha social y laboral en las políticas de diversidad, fueron algunos de los temas tratados en el encuentro.

Los oradores fueron expertos provenientes de Argentina, Chile, Colombia, Ecuador, España y Perú: *Astrid Liliana Pérez* (directora de AsonapHSE), *Cristina García* (CEO NC Consulting), *Florencia Gianelli* (Jefa de departamento de RT Universidad de Buenos Aires), *Gabriel Mysler* (CEO Innovation@Reach), *Gina Ocqueteau* (consejera de ChileMujeres/directora de ASECH), *Giulio Valz Gen* (presidente de la Asociación Peruana de Corredores de Seguros en APECOSE), *Henry Mariño* (consultor de Seguridad, Salud y Bienestar Laboral), *Lina de Giglio* (CEO Capacitar), *Mari Paz Arias* (consultora Internacional de sostenibilidad de GENESIS), *Myriam Dueñas* (de Myriam Dueñas y asociados), *Pasqual Llongueras* (presidente Génesis Latam Consulting), *Roi Benítez* (directora académica de UCA) y *Sonia Cienfuegos* (QHSE director de Prevencontrol Group).

También participaron, como representantes de **Provincia ART**, *Myriam Clérici* (directora adscripta a la presidencia), *Julia Balestrini* (dirección de Tecnología y Prevención), *Fernando Virgillito* (dirección Técnica y Control Siniestral) y *Guillermo Herrmann* (subgerente de Prevención).

De esta manera, **Provincia ART** refuerza su misión de contribuir a la creación de ambientes de trabajo más sanos y seguros en entidades pequeñas, grandes y medianas del sector público y privado, así como también reafirma su compromiso de desarrollar las herramientas al servicio del impulso productivo y el crecimiento del país.

ALBACAUCION en el Consejo Directivo de la CAC

AlbaCaución sigue cosechando logros durante la celebración de su 60 aniversario. Por el término de los próximos dos años formará parte del ***Consejo Directivo*** de la ***Cámara Argentina de Comercio y Servicios***, elección que se llevó a cabo durante la última Asamblea Anual efectuada el 25 de noviembre pasado. Este hecho además cobra una importante dimensión ya que es la ***única Aseguradora que logra acceder al Consejo Directivo.***

Alba Compañía de Seguros S.A. estará representada por la ***Gerente de Asegurados y Relaciones Institucionales***, la ***Lic. Virginia Marinsalta***, quien al respecto mencionó que *«este reconocimiento para AlbaCaucion llegó luego de estar asociada a la CAC por alrededor de 10 años como socios de activa participación en diversas comisiones. Siendo referentes en temas de cauciones tanto en la Comisión Pymes, de turismo, como en la de Comercio Exterior»*. En cuanto a la participación de la Compañía en las actividades propias de la Cámara destacó que *«la CAC no sólo facilitó la posibilidad del dictado de charlas y talleres en materia de Seguros de Caución, sino también el contacto directo y un vínculo creciente con la realidad y la necesidad de las empresas y, sobre todo, de las Pymes de las diferentes regiones de nuestro país y con otras asociaciones nucleadas en esta entidad»*.

Ese vínculo con las empresas es de suma importancia, ya que **Alba Caución**, centra su negocio en apoyar la concreción de proyectos, facilitándoles a éstas la obtención de garantías y el asesoramiento oportuno y a medida de su negocio. Pero el reconocimiento no es sólo hacia la compañía sino hacia el marcado liderazgo de ***Virginia Marinsalta*** que demuestra el empoderamiento cada vez notorio de las mujeres en el sector de seguros y los esfuerzos de éstas por promover acciones de igualdad de género en entornos y la cultura corporativa.

Grupo Sancor Seguros fue distinguido por su programa «Jóvenes Sustentables en el Tránsito»

En la *17° edición* de las ***Distinciones RSC (Responsabilidad Social Comunicativa)***, que ponderan las acciones de sustentabilidad, solidaridad y comunicación de empresas e instituciones, el **Grupo Sancor Seguros** obtuvo el reconocimiento por su programa ***«Jóvenes Sustentables en el Tránsito»***, dentro de la categoría ***«Empresas»***.

Se trata de un programa de educación vial que tiene como fin capacitar a los jóvenes que estén cursando 5to o 6to año del nivel secundario, que ya son partícipes activos del tránsito y están próximos a conducir vehículos. Su puesta en práctica fue a través de una alianza con ***CESVI Argentina*** -socio estratégico directo en el abordaje de la siniestralidad vial-, y en el marco del grupo de trabajo de la ***Agencia Nacional de Seguridad Vial***, además de la participación de los municipios locales.

Su objetivo principal es abordar el tema de los siniestros de tránsito con los jóvenes para crear mayor conciencia sobre la problemática y formarlos como usuarios responsables de la vía pública en todos sus roles (peatón, transportado, conductor de moto y futuro conductor automotor), brindándoles herramientas para que adopten hábitos propios de una conducción segura. Al final de cada taller, la propuesta es que piensen soluciones concretas a algunos de los problemas locales vinculados a la siniestralidad vial.

Asimismo, en cada edición del programa (Pilar en 2018 y San Antonio de Areco en 2019), el cierre se llevó a cabo con la presencia del ***«Móvil Rutas en Rojo»*** para evaluar los conocimientos generales de seguridad vial y las aptitudes psicofísicas para la conducción, tanto de los jóvenes que participaron del programa como de la comunidad en general.

El Móvil forma parte del ***Programa Nacional de Prevención de Siniestros de Tránsito «Rutas en Rojo»*** del **Grupo Sancor Seguros**. Es un tráiler dotado de ocho estaciones informatizadas que permiten la realización de evaluaciones de capacidad cognitiva y psicofísica para el manejo, con el objetivo de detectar posibles limitaciones a la hora de conducir.

«Desde el Grupo Sancor Seguros venimos trabajando desde hace años -con programas propios y en alianza con distintos actores- para combatir el flagelo de la siniestralidad vial, muy vinculado al corazón de nuestro negocio. Los ejes de la prevención y concientización atraviesan gran parte de nuestros programas de RSE, puesto que el factor humano es el que está a nuestro alcance para abordar, y la educación constituye una herramienta indispensable para modificar conductas, fomentar la construcción de una cultura preventiva y contribuir con la seguridad vial. Asimismo, el derecho a la vida nos involucra de lleno como aseguradora, y muchas veces se encuentra vulnerado en calidad de usuarios de la vía pública, especialmente entre los jóvenes", comentó ***Betina Azugna, Gerente de RSE del Grupo***.

De esta manera, ***«Jóvenes Sustentables en el Tránsito»*** se orienta a una visión integral de la problemática, y a que más allá del cumplimiento legal de la normativa, un ciudadano adopte conductas seguras partiendo de criterios de responsabilidad, de cuidado del ambiente y solidaridad con los demás.

Orbis Seguros lanzó la Nueva Póliza Digital

Orbis Seguros presentó la ***nueva Póliza Digital***, con un diseño mucho más moderno y amigable.

«De este modo, nuestros asegurados cuentan, no solo con un documento legal necesario, sino con una herramienta que les permite comprender fácilmente todos los conceptos que en ella se reflejan y toda la información que deben o necesiten conocer sobre su cobertura y nuestra compañía. Le hemos incorporado, incluso, un código QR para poder descargar de manera sencilla nuestra App», señalaron desde **Orbis Seguros**.

Como siempre, desde **Orbis Seguros** trabajan para que todos sus clientes estén tranquilos *«porque están seguros»*.

La Perseverancia Seguros presenta la versión 2.0 de su APP exclusiva para Productores Asesores

La Perseverancia Seguros, empresa argentina con 115 años de trayectoria, presentó la *versión 2.0* de su ***aplicación exclusiva para productores asesores de seguros***, que ofrece nuevas funcionalidades que les permiten interactuar de un modo mucho más eficiente con la plataforma y los usuarios. Dentro de las innovaciones desarrolladas, se destaca la posibilidad de realizar denuncias de siniestros por interfaz de voz (la *APP* convierte ese audio en texto), la mejora de los filtros de búsqueda para acceder fácilmente al estado de cuenta de los asegurados y la posibilidad de compartir con ellos los certificados de cobertura o las denuncias de siniestros por *mail, Whatsapp*, y todos los servicios de mensajería que prefieran. Además, se trabajó en las notificaciones de los servicios de asistencia para que tengan mayor información al instante. A su vez, la renovada APP permite consultar fácilmente los vencimientos de pólizas de la cartera de asegurados para trabajar con mayor anticipación en las renovaciones y refacturaciones, y se incluyó la función 'superusuario' que permite centralizar la gestión de todos los productores de la organización en un solo usuario. De esta manera, **La Perseverancia Seguros** continúa reforzando su posicionamiento en el país como compañía líder en seguros enfocada en el desarrollo e innovación constante de sus servicios.

[BrevesdeInforme]

VACUNAS COVID-19: 300 Millones de dosis en 10 días, el gran desafío de la distribución

Mientras la pandemia de COVID-19 continúa afectándonos a todos, la inminente llegada de la vacuna abre nuevos horizontes. Gobiernos de todo el mundo ya han comprado o están comprando millones de dosis para su población, considerando a un 20-25% en una primera etapa. Sin embargo, es una realidad que Latinoamérica tendrá que hacer un esfuerzo titánico para articular una distribución masiva de las vacunas, y poder llegar a hospitales, centros de salud y sobre todo, a la población vulnerable, los primeros en tener que ser vacunados. De hecho, países como Reino Unido, que ya han empezado a testar la distribución, han reconocido el gran reto que esta logística supone, teniendo que cambiar sus objetivos iniciales y descartando que las residencias de mayores sean las primeras en recibir el tratamiento.

Ante este panorama, **Marsh**, firma líder global en riesgos y corretaje de seguros, está promoviendo la colaboración entre gobiernos y sector privado, para seguir protegiendo la vida y salud de la población, evaluando y gestionando urgentemente los complejos riesgos logísticos, técnicos y de seguridad que conllevará la distribución de la vacuna.

«En Latinoamérica, deberíamos tener capacidad para aplicar las vacunas a la población más vulnerable y personal de primera atención a finales del primer trimestre del 2021, con la segunda dosis requerida a finales del tercer trimestre. En el periodo intermedio, debería continuarse con la vacunación gradual de otros grupos, hasta alcanzar entre un 40 y 50% de la población», comenta ***Gerardo Herrera Perdomo, Director de Consultoría de Riesgos de Marsh Latinoamérica y el Caribe***. *«Para una población de aproximadamente 637 millones de personas en la región, estaríamos considerando como mínimo, en el escenario más conservador, entre 250 a 300 millones de dosis aplicadas en una primera fase, lo cual implica un esfuerzo logístico enorme en una escala nunca antes vista»*, agregó Herrera.

¿Qué implica aplicar 300 millones de dosis en la región?
Una arquitectura logística y de seguridad sin precedentes

La vacuna de Covid19 requiere de al menos dos dosis, teniéndose que reforzar a los 6 meses. Mayormente, la vida de las vacunas es inferior a los 10 días, desde su producción hasta que se aplica. A esto, agreguemos que debe llegar a cada lugar, por recóndito que sea, manteniendo la cadena de frío extremo (entre -20° C y -70° C), temperatura que está usualmente fuera de rango de los productos que requieren refrigeración, lo que incrementa el reto de una adecuada distribución.

Según Herrera, los gobiernos, en un sentido de urgencia, están centrados en la compra de la vacuna, pero aún no están construyendo o reforzando la 'arquitectura' necesaria para lograr la distribución efectiva y segura para toda la población. *«Son demasiados los riesgos y demasiado grande la escala. Nunca nos hemos enfrentado a una logística de esta clase, y cuanto más tardemos en tener claridad de las soluciones, más incierta será la recuperación».*

¿Quién protege a la vacuna? Los riesgos de una logística masiva

La industria farmacéutica ha sido pionera en muchas áreas de gestión del riesgo. Cuentan con sólidos sistemas de gestión y transferencia del riesgo. Lo que es diferente en esta situación es el volumen, la velocidad, la distancia y condiciones de movilización de la vacuna.

Gran distancia: del fabricante al almacenamiento en un centro nacional

En el caso de los envíos internacionales, seguramente se realizara principalmente mediante transporte aéreo a gran escala: las vacunas se pueden entregar en cuestión de horas. La gran distancia no debería ser un problema: las grandes empresas farmacéuticas ya tienen procesos, cadenas de suministro, contratos y seguros existentes. El desafío es el volumen, velocidad y transporte en frío. Aunque el transporte de material biológico a baja temperatura es común, el esfuerzo de transportar grandes cantidades implica más aviones, que en las condiciones actuales de la industria aérea, implica reconversión de equipos y otras opciones, ya que desempeñará un papel clave en la entrega de vacunas a nivel mundial.

Corta Distancia: del transporte aéreo al almacenamiento de distribución y al transporte regional

Uno de los desafíos más importantes son los puntos de transferencia, donde se hacen los cambios de medios de transporte y/o donde se dividen las vacunas en lotes más pequeños listos para el transporte local, ya que genera riesgo de daño o comprometer el lote de vacunas. Estos almacenajes transitorios, que pueden implicar levantar/bajar mercancías verticalmente, conllevan más riesgo de pérdida o daño físico que transportarlo por cientos de millas.

Un condicionante critico de toda la operación es la mínima tolerancia a los cambios de temperatura que tienen las vacunas, el cual requiere una especial atención cuando se debe dividir los cargamentos para distribución.

Último Kilometro: distribución y entrega en la instalación local

Los problemas varían mucho, no es lo mismo 30 kilómetros en un 4×4 por un camino de tierra, que 300 kilómetros por una autopista, las distancias variables y el mal tiempo igualmente pueden dificultar la entrega, con lo cual el equipamiento de transporte debe ser especial y adaptado para garantizar las condiciones de las vacunas.

La vacuna es oro, va a ser el bien más preciado, con lo cual el riesgo por seguridad, especialmente en Latinoamérica, va a ser muy significativo.

Kilómetro cero: punto de vacunación

Encontrar lugares adecuados para administrar la vacuna a gran escala (centros deportivos o comunitarios), junto con las instalaciones médicas tradicionales (hospitales, centros de salud).

Una cantidad significativa de personas requiere la vacuna en un corto espacio de tiempo, mantener las medidas de bioseguridad será un reto, las largas filas socialmente distanciadas no van a ser una opción.

Capacitación para administrar la vacuna será un desafío (por ejemplo, militares, trabajadores médicos retirados, estudiantes de medicina, voluntarios, etc.).

• Asegurar que los protocolos clínicos estén en su lugar y se sigan, tolerancia cero al error en dosis y otros.

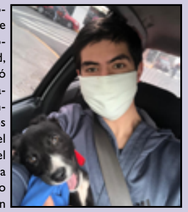
• Minimizar el riesgo de contaminación e infección cruzada.

Mantenimiento de registros impecable, con seguimiento estricto de quién ha sido vacunado, e identificación clara por dosis. La segunda dosis en términos de gestión tiene mayores retos que la primera, ya que debe administrarse en un tiempo exacto y con plena identidad de la persona.

Soluciones de protección para acelerar la entrega de las vacunas, y la recuperación económica

Una vez que cada gobierno reciba las dosis, comienzan los retos en la protección de la vacuna: traslados, conservación, administración. Es vital definir quién realizará las cadenas de logística, quién va a certificar que la cadena de frío funcione, quién avalará y garantizará un plan de crisis efectivo, y cómo pueden transferirse al mercado asegurador parte de estos riesgos. *«La recuperación de cada país está en juego, las decisiones que se tomen son claves para poder reactivar la salud de la población y de las economías cuanto antes».*

MetLife implementó un programa para que sus colaboradores transiten y adopten perros y gatos en situación de calle



A través de ***MetHelps***, el programa de voluntariado que desde 2001 brinda ayuda activa a los sectores más vulnerables de la sociedad, **MetLife Argentina** implementó un programa para que sus empleados puedan ofrecerse como «transitantes» o adoptantes de perros y gatos sin hogar, aprovechando el contexto de trabajo remoto en el que se encuentran desde marzo. La iniciativa busca provocar un cambio cultural en materia de protección animal, concientizando sobre la importancia de la adopción y la tenencia responsable de mascotas.

«Muchas veces, la gente no puede o no desea adoptar una mascota, pero elige tener un primer acercamiento, y opta por dar tránsito. Esto es clave, ya que así se liberan lugares en los refugios, que actualmente se encuentran desbordados, y se pueden realizar nuevos rescates», comentó ***Pablo Cabiati, abogado del departamento de Legales de la compañía*** e impulsor de esta iniciativa.

A los interesados se les envía un breve cuestionario para preguntarles qué mascota les gustaría transitar y/o adoptar, se valida la zona de residencia y el tipo de hogar (casa, departamento, existencia de espacios exteriores), así como la composición de la familia y el tiempo disponible para paseos. Los refugios, ubicados en Capital Federal y Gran Buenos Aires, se encargan de los traslados y la atención veterinaria en caso de que el animal se encuentre en tratamiento. Si se realiza una adopción directa, **MetLife** reintegra al colaborador hasta $1000, para ayudarlo con los primeros gastos veterinarios (pipeta antiparasitaria, alimento, juegos).

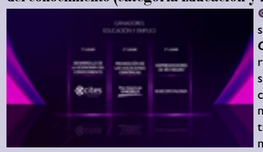
«Al comienzo pensamos que los empleados nos iban a contactar solo para transitar, pero nos encontramos con la sorpresa de que la mayoría quería adoptar desde hacía tiempo, pero no se animaba. El contexto de la cuarentena y el trabajo desde casa ayudó a que pierdan el miedo, y esta iniciativa los terminó de convencer», destacó Cabiati. Y agregó: *«De esta manera, no solo damos una segunda oportunidad a los animales abandonados, víctimas del maltrato y la indiferencia, sino que además logramos que las familias conozcan el amor que una mascota puede brindar. Está comprobado que la convivencia con perros y gatos ayuda a disminuir los niveles de stress y tiene efectos terapéuticos en el estado de ánimo. Esto es muy valioso, más aún, en el contexto de pandemia que estamos atravesando».*

En los últimos meses, cuatro familias se sumaron como voluntarias. Dos de ellas adoptaron perros, otra optó por un gato que deseaba hace tiempo, y una cuarta colaboradora sin experiencia previa con animales, ofreció su hogar en tránsito para una perra en recuperación durante un mes y medio, hasta que finalmente fue dada en adopción.

En junio de este año, ***José Acevedo, agente de Telemarketing***, adoptó un perro del refugio ***Soplo de Vida***: *«Cuando me enteré del proyecto, pensé que podía ser la mejor compañía para estos tiempos de aislamiento porque vivo solo. Inicialmente opté por dar tránsito ya que aún estaba inseguro de tomar esa gran responsabilidad, pero eso mismo fue lo que luego me impulsó a adoptar; mientras investigaba sobre los refugios veía casos de perros que necesitaban mucho amor. En poco tiempo y luego de un trámite sencillo, adopté a Tito. Llevamos cuatro meses de convivencia y es un perro alegre, mimoso y sobre todo agradecido. Esa es la mayor muestra de que, así como él llegó para cambiar mi vida, yo también generé un gran cambio en la suya»*, contó.

Un relevamiento llevado a cabo por el *Colegio de Veterinarios de la Provincia de Buenos Aires* en 2018 determinó que sólo en esa provincia se estima que hay alrededor de 6 millones de perros y gatos que viven en la calle.

CITES fue premiado por su impulso al desarrollo de la economía del conocimiento (categoría Educación y Empleo)



El 17 de diciembre se entregó el ***Premio Conciencia 2020***, que reconoce a las empresas por sus acciones corporativas para generar un cambio positivo en el comportamiento de las personas en relación a la prevención del riesgo y la previsión de las consecuencias a futuro, para lograr una sociedad más inclusiva y sustentable.

CITES (el **Centro de Innovación Tecnológica, Empresarial y Social del Grupo Sancor Seguros**) obtuvo el *Primer Premio* en la categoría *Educación y Empleo* por su caso ***«Generando inversiones privadas para el desarrollo de la economía del conocimiento».***

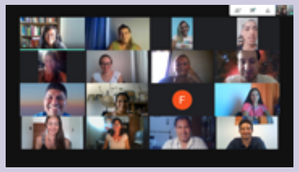
Cabe recordar que CITES es la primera incubadora de proyectos científico-tecnológicos de América Latina focalizada y especializada en invertir y desarrollar *startups* de alta tecnología y alcance mundial. *«Cuando ves que hay cientos de científicos que ven truncados sus sueños por falta de inversión de capital, no podés mirar para otro lado. Desde CITES tomamos la responsabilidad de cambiar esta historia. Para ello necesitábamos: sensibilizar sobre el tema, crear un marco normativo y generar nuevos inversores»*, comentó al respecto ***Nicolás Tognalli, Gerente General de CITES.***

CITES organizó eventos para sensibilizar sobre la temática, con todos los actores posibles, lo cual permitió empezar a desarrollar el ecosistema y favoreció la sanción de la *Ley de Capital Emprendedor*. Con el marco normativo en su lugar, desarrolló su ***Fideicomiso Financiero CITES I***, el primer vehículo de capital emprendedor con cotización pública de la Argentina. El paso siguiente fue salir a convocar a los inversores, incluyendo los de relevancia regional, como el Banco Interamericano de Desarrollo, que imprimió a la iniciativa un sello de calidad para convocar a otros inversores privados.

El 20 de julio de 2020, el Fideicomiso CITES I salió a cotizar en la Bolsa de Buenos Aires, con más de 24 millones de dólares de oferta de inversión privada. *«Hoy, el ecosistema de emprendedores está vibrante en Argentina, hay financiamiento de capital emprendedor y ya hemos financiado a más de 15 nuevas empresas de base científico-tecnológica. Hoy los científicos pueden concretar sus sueños»*, amplió Tognalli.

Entre los casos postulados, **Sancor Seguros** recibió una *Mención al Mérito* por ***«Jóvenes Sustentables en el Tránsito»*** (categoría Prevención y Cultura), mientras que **Prevención Salud** (la prepaga de Sancor Seguros) se hizo acreedora de una *Mención* por su programa ***«Somos lo que comemos»*** (categoría Protección y Comunidad).

Concluyó la primera etapa de entrenamiento del Programa de Inclusión y Diversidad de RUS y AMES



El lunes 28 de diciembre culminaron las clases de la primera etapa del ***Programa de Inclusión y Diversidad*** elaborado por **Río Uruguay Seguros (RUS)** y la **Asociación de Mujeres en Seguros (AMES)**. Las actividades tienen el fin de formar en seguros a diferentes colectivos sociales para que sean productores y productoras de seguros y, a través del ejercicio de la actividad aseguradora, logren su inclusión tanto financiera como laboral a largo plazo.

La primera etapa del programa consistió en una instancia de capacitaciones de tres meses de duración, brindada por la ***Universidad Corporativa de RUS (U-RUS)*** y **AMES** en el marco del *«Programa de Entrenamiento para el Trabajo»* del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación (MTEySS). Durante esta etapa, las temáticas abordadas estuvieron vinculadas a conceptos básicos sobre seguros, microseguros, la comercialización integral, las nuevas herramientas digitales de gestión; y también a la historia, valores, responsabilidad social y cultura de RUS.

Ahora, los primeros grupos que iniciaron este programa (un colectivo de mujeres transgénero de la ciudad de Concepción del Uruguay y un colectivo de hombres con discapacidad motriz de la ciudad de Salta), continuarán su formación durante el primer semestre del año 2021 para convertirse en productores y productoras de seguros.

Esta iniciativa como visión 360° no sólo genera los beneficios anteriormente mencionados, también marca, a través de la interacción con los equipos, el camino hacia la extensión del mercado asegurador argentino, generando ***Seguros Inclusivos*** pensados para aquellos sectores hasta hoy desatendidos o subatendidos por la industria, con una fuerza de asesores intrínsecamente que comprende la problemática y sus necesidades.

Agradecimiento especial

A autoridades, funcionarios y equipo de trabajo de **RUS** y **AMES**, así como también a la *Dirección de Mujeres, Géneros y Diversidad de la Municipalidad de Concepción del Uruguay*, al *Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de Salta* y al *Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación (MTEySS)*.

gourmand

EL TROPEZÓN
DESDE 1894
Callao 248, C.A.B.A. / 011 4371 5046
eltropezonrestaurant

profile
profile

PIZZA CERO

Un sofisticado estilo neoyorkino

ficha técnica
ficha técnica

NOMBRE	***PIZZA CERO***
DOMICILIO	*Av. del Libertador 1800, esq. Tagle Palermo, Ciudad Autónoma de Bs. As.*
TELÉFONO	*(54-11) 4803 3449*
ESPECIALIDAD	*Pizzas, Tapeos y otras propuestas*
VARIOS	*140 Cubiertos. Valet parking. Medios de Pago: Efectivo y principales Tarjetas de Crédito. Desayunos y Meriendas*
HORARIOS	*Todos los días de 8:30 hs. a 2:00 hs.*

Historia

Hace ya casi 20 años, **Pizza Cero** inauguraba su local en *Av. Del Libertador y Tagle*, una de las esquinas más preciadas del barrio de Recoleta. Los cuñados *Jorge* y *Jorgito González* fueron los creadores de la marca hace más de 40 años. Su actual diseño estuvo a cargo de sus hijos *Ezequiel* y *Lucía González*, jóvenes profesionales dedicados al diseño gráfico y a la arquitectura, respectivamente, con la colaboración de los Arquitectos *Fernando González Oliva* y *Luciana Gil*, dándole una atmósfera renovada por completo y con un resultado sumamente acertado.

Nombre

El porqué del nombre es una anécdota muy simple y sencilla; se remonta a 40 años atrás, momento en el cual se estaba buscando un local para desarrollar este nuevo proyecto. Uno de los socios trabajaba en la mítica esquina de *Av. Del Libertador y Lafinur*, famosa en los años 70's y 80's por su bar ***Donney,*** y en las cercanías, esquina de *Ugarteche y Cerviño*, sus dueños encuentran un potencial local para el proyecto que significaba una gran apuesta para ese entonces, ya que no era más que una zona oscura y poco transitada. Aquí se encontraba un pequeño y simple restaurante llamado ***«Piso Cero»***, de modo que la cosa fue simple: «*Pongámosle* ***'Pizza Cero'***».

Decoración

Pizza Cero cuenta con espacios bien diferenciados a través de su ambientación, en los cuales se recrean diversas situaciones: bar, comedor formal, mesón comunitario y un salón privado para eventos, además de mesas en la vereda con una hermosa vista a la arboleda de la avenida Libertador. Al ingresar, los comensales obtienen una vista panorámica de todo el salón, pudiendo elegir la atmósfera que mejor se adecúe a sus gustos y preferencias. El bar se compone de una mesa alta comunitaria, otras mesas altas para cuatro comensales con sus respectivas banquetas, y una imponente barra de estilo *Art Decó* con madera lustrada y rodeada por un botellero de bronce, ícono del lugar. El reconocido *bartender Ezequiel Rodríguez* fue quien estuvo en su momento a cargo de capacitar a los *bartenders*, manteniendo una propuesta de altísimo nivel y creando una propuesta que incluye tragos de autor y clásicos. La carta es «estacional», adaptándose al clima y aprovechando al máximo el uso de productos de temporada, aliados imbatibles en la creación de *cocktails*, con bebidas *premium*, y divididos en *Clásicos, Special Drinks* y *Caipiroskas*. La protagonista es la amplia gama de espirituosas y cerveza tirada, una invitación a disfrutar de un momento descontracturado, tomar algo y comer de una manera relajada y distendida.

El comedor formal, completamente acustizado, se destaca por sus mesas elegantemente revestidas de manteles blancos, bien separadas entre sí, cristalería y cubertería fina, y vajilla de la línea *Mozart* de *Verbano*, logrando un ambiente elegante e ideal para una comida de negocios, o una salida en pareja. El toque de color lo aportan unas cómodas y delicadas sillas de color rojo, una gran cantidad de arreglos florales perfumados, dos grandes cuadros del grupo *Campos Jesses*, uno de los cuales es el *«Arcano de Venus»*, una reinterpretación rioplatense de un clásico de la historia del arte. Una inmensa cava a la vista alberga hasta 4000 vinos, entre los cuales se encuentran muchas etiquetas argentinas, con una carta que despliega una clara explicación de cada cepa, ideal para acertar en el maridaje y el gusto personal.

Inevitablemente, la vista de los comensales se eleva para contemplar la imponente araña imperial *Chandler* que custodia el salón, acompañada de varias elegantes arañas. La decoración tan acertada, con mobiliario de primera calidad y los detalles en su justo y preciso lugar revisten a **Pizza Cero** de una atmósfera única que remite a los restaurantes más sofisticados de New York.

El mesón comunitario se complementa con unas hermosas sillas de cuero de cabra marrones, y cuenta con espacio para diez personas, brindando la alternativa de reservarla para una misma ocasión, pero también se presta a la tendencia actual de compartir un momento *gourmet* con desconocidos «al paso».

El salón privado -para eventos- cuenta con instalaciones especialmente diseñadas y con todos los recursos tecnológicos necesarios para garantizar el éxito de una reunión: capacidad para 90 personas, circuito de televisión, *wi-fi*, audio y sonido, pantalla, proyector, máxima privacidad garantizada y, por supuesto, un exclusivo servicio de *catering* en línea con la oferta gastronómica del restaurante. ➔

Pizzas cocidas en horno a gas y leña, y otros sabores

Ambiente

El público varía según el momento del día. En los horarios del mediodía, se observa un perfil súper corporativo, que se siente a gusto en el salón que cuenta con un ambiente elegante, distendido y con cierta privacidad, generando una verdadera atmósfera para hablar de negocios. Asimismo, también se acercan grupos reducidos de turistas amantes del arte que caminan entre museos y se tientan con una buena pizza o 'un juguito' en las mesas de la vereda, si es un lindo día soleado. De noche, el espectro se amplía a gente joven y divertida en la zona de la barra y las mesas altas que se encuentran ni bien uno ingresa al salón. El salón comedor se caracteriza por su versatilidad, ya que es muy frecuentado por familias, mesas grandes de amigos, parejas, etc. Además, por momentos genera una atmósfera de lujo pero que no exige vestirse de etiqueta. Las noches de los domingos las frecuentan los más fieles habitué, quienes se acercan a cenar pizza en este icónico lugar de la ciudad. Por otra parte, desde los ´90, las *celebrities* también frecuentan **Pizza Cero**. La nómina de personajes célebres incluye a Susana, Mirtha, Gabriela Sabatini, Maradona, Messi, Luis Miguel y muchísimos más.

«En definitiva, tenemos un gran público, totalmente fiel y que nos ha acompañado a lo largo de estos 40 años en las diferentes etapas de este proyecto y al cual nos debemos y nos vemos totalmente agradecidos», destacan desde **Pizza Cero.**

Gastronomía

La carta gastronómica contempla la base de su tradición: ***pizzas*** cocidas en un horno a gas y leña por un maestro pizzero bajo una elaboración ceremonial, que incluye un amasado y armado a mano, una salsa de tomate casera y el secreto de su fama que es la preparación especial de la mozzarella. Los *toppings* clásicos y originales, incluyen la *Fugazza, Fugazzeta simple y rellena, Calabresa, Napolitana, Rúcula y parmesano*, y otras con palmitos, anchoas o champiñones. También ofrecen sabores más jugados como la *Piamontesa* con mozzarella, jamón crudo, olivas negras, albahaca, tomates secos y aceite de oliva; la *Toscana* con mozzarella, salsa de tomate, rúcula y queso brie; la *Mejicana* con mozzarella, salsa de tomate, especias picantes y guacamole; *De la Huerta* con mozzarella, salsa de tomate, variedad de verduras salteadas en aceite de oliva; y la *Veneciana* con mozzarella, salsa de tomate, roquefort, cebollita de verdeo y huevo.

La ampliación de su propuesta gastronómica apuesta a una diversificación de sabores, comenzando por su ***Menú de Tapeo*** en el que se lucen preparaciones de influencia española como la *Tortilla de papas*, las *Croquetas de jamón crudo* y las *Rabas*. Como ***Entrada*** se sugieren los *Langostinos al limón, oleo extra virgine di oliva y pimienta negra en panko con puré de palta*, la *Burrata con tomate fresco* y las *Berenjenas a la parmigiana*. También hay lugar para ***Ensaladas frescas*** como la clásica *Caesar*, con lechuga fresca, cróutons y queso parmesano en sus versiones con pollo y langostinos; y la *Nord*, con salmón marinado, palta, palmitos, huevo poché y mix de verdes, entre otras.

Entre los ***Principales*** se destacan las carnes, pescados y pastas, como las *Mollejitas crujientes a la crema de limón*; los *Pulpetines de ternera di Avola*; el *Bife de chorizo con revuelto de gramajo*; la *Bondiola braseada por 12 horas al malbec con milhojas de papas al gratén*; la *Pesca del día*; los *Spaghetti gratén a la crema con jamón y parmesano*, entre otros.

Para una comida más descontracturada, los ***Sándwiches*** con mix de hojas y papas fritas son una gran opción, como el *Ciabattin de cuadril con lechuga y tomate acompañado de salsa criolla y chimi churri*; el *Choripán de campo con lechuga y tomate acompañado de salsa criolla y chimi churri*; y el *Veggie Sándwich con variedad de verduras salteadas en reducción de soja.*

El broche de oro viene de la mano de tentadores ***Postres*** con alternativas clásicas y originales: el infaltable *Volcán de chocolate con helado artesanal de crema*; un *Hot Waffle con banana, dulce de leche, helado de americana y almendras*; *Flan casero de dulce de leche con crema chantilly*; una *Torta Mousse Helada Cero de mousse de chocolate, dulce de leche y chantilly*; y *Tiramisú con espejo de sabayón*, entre otros.

Para las mañanas y tardes se ofrece una reconfortante propuesta con tostados, medialunas, platos de frutas -y más-, que se pueden acompañar de café italiano e irlandés, variedad de tés importados y refrescantes jugos naturales.

Bodegas

Una inmensa cava a la vista alberga hasta 4000 vinos, más de 200 etiquetas entre vinos, espumantes y champagnes. Una gran selección de etiquetas de ***bodegas boutique*** con perlitas como el *«Pasacana 2012»* de Bodegas Dupont (Un vino de 93 Pts. según Robert Parker) hasta vinos hechos por el mismísimo Jorge Riccitelli, elegido por la reconocida revista *Wine Enthusiast* como el enólogo N°1 del mundo en el año 2013.

Además, cuentan con cervezas tiradas y una propuesta de coctelería estacional de altísimo nivel en la que se combinan productos de temporada y bebidas *premium*, divididos en *cocktails Clásicos, Special Drinks y Caipiroskas.*

Negocio

«Tenemos varias franquicias y hemos desarrollado distintos tipos de productos a lo largo de nuestra historia. Fabricamos pizzas congeladas para supermercados y grandes cadenas, pizzas envasadas al vacío para proveer a restaurantes y puntos de venta, y en cuanto a formatos, hemos desarrollado los clásicos locales de ***Pizza Cero*** *y otros como* ***Pizza Cero Express*** *en estaciones de servicio, en la Sociedad Rural Argentina, entre otros. Actualmente incorporamos un 'mercado delicatessen' en nuestro local de Av. Libertador»*, concluyen desde **Pizza Cero**.

Hacemos de las empresas un mejor lugar para trabajar.

Prevención ART
de SANCOR SEGUROS
Cuidando a tu gente. Cuidando a tu empresa.
Contactate con tu Productor Asesor de Seguros o llamá al 0800 5555 278
www.prevencionart.com.ar | info@prevencionart.com.ar

Año 28 - Nº 681

informe
operadores de mercado

Buenos Aires, 2º Quincena Diciembre 2020

GALENO SEGUROS
TU TRANQUILIDAD CRECE.
www.galenoseguros.com.ar

GALENO SEGUROS
TU TRANQUILIDAD CRECE.
www.galenoseguros.com.ar

CARA a CARA

Eileen Esteves

Soltera - 25 Años - Signo Cáncer (20-07-1995)

Analista de Marketing en **LIBRA Seguros**

UN HOBBY
Andar en rollers y leer

LA JUSTICIA
El karma

SU MAYOR VIRTUD
Mi optimismo

LA SEGURIDAD
Brilla por su ausencia

ACTOR Y ACTRIZ
Jonathan Groff y Jennifer Aniston

AVIÓN O BARCO
Avión

VESTIMENTA FORMAL O INFORMAL
Blanco y negro no falla

UN SER QUERIDO
Mi hermana

ESTAR ENAMORADO ES...
Un riesgo

UNA ASIGNATURA PENDIENTE
Tocar algún instrumento

LA MENTIRA MÁS GRANDE
«No puedo»

NO PUEDO DEJAR DE TENER...
El celular en la mano

UN RIESGO NO CUBIERTO
Enamorarse

LA MUERTE
Inevitable

EL MATRIMONIO
Un compromiso de amor

EL DÓLAR
Subiendo

LA INFLACIÓN
Una pesadilla

¿EN QUÉ PROYECTO NUNCA INVERTIRÍA DINERO?
Algo que no comparta mis ideales

ME ARREPIENTO DE
Nada, todo pasa por algo

EL PASADO
Aprendizaje

TENGO UN COMPROMISO CON...
Mi carrera profesional

LOS HOMBRES EN EL TRABAJO SON MEJORES QUE LAS MUJERES
Nadie es mejor que nadie, mucho menos por su género

SU RESTAURANTE FAVORITO PARA CENAR
Sacro, La Mar Cebichería, Deliclub, Estilo Veggie

EL FIN DEL MUNDO
Si no reciclamos, en 12 años

UN SUCESO DE SU NIÑEZ QUE RECUERDE HASTA HOY
Aprender a andar a caballo

UN PERSONAJE HISTÓRICO
Greta Thunberg (haciendo historia)

EN COMIDAS PREFIERO...
Vegetarianas

DIOS
En muchas formas

LA CORRUPCIÓN
Un delito

LE TENGO MIEDO A...
Fallar

UN FIN DE SEMANA EN...
La playa

UN PROYECTO A FUTURO
Seguir siendo feliz

EL LUGAR DESEADO PARA VIAJAR
New York y Miami

EN TEATRO
Musicales

¿QUÉ COSA NO PERDONARÍA NUNCA?
No creo en lo imperdonable

PROGRAMA PREFERIDO DE TV / CABLE
Friends / Glee

ESCRITOR FAVORITO
Colleen Hoover / Murakami / Cecelia Ahern

LA INFIDELIDAD
Puede pasar

UNA CANCIÓN
«Dancing in the sky», Beverly Ann

LA TRAICIÓN
Cancelar planes a último minuto

SU BEBIDA PREFERIDA
Ades de manzana

EL AUTO DESEADO
BMW X6

PSICOANÁLISIS
Lo recomiendo mucho

¿QUÉ ES LO PRIMERO QUE MIRA EN UNA PERSONA?
La mirada

EL CLUB DE SUS AMORES
Ninguno

SI VOLVIERA A NACER, SERÍA
Mi mejor versión 2.0

UN MAESTRO
Mi mamá

¿CUÁL FUE EL ÚLTIMO LIBRO QUE LEYÓ?
Love Rosie, de Cecelia Ahern

MI MÚSICO PREFERIDO ES...
Jack Johnson

LA MUJER IDEAL
Todas

EL PERFUME
"Good Girl" de Carolina Herrera

MI MODELO PREFERIDA ES...
Mi mamá

EN DEPORTES PREFIERO...
Verlos

RED SOCIAL PREFERIDA
Instagram

LA CULPA ES DE...
El 2020 caótico

MI PEOR DEFECTO ES
Inseguridad

UN SECRETO
Es un pacto

UNA CONFESIÓN
No me gusta el dulce de leche

MEJOR Y PEOR PELÍCULA
Mejor: «Onward» de Pixar
Peor: «All the bright places» de Netflix

¿QUÉ ES LO QUE MÁS APRECIA DE SUS AMIGOS?
Su lealtad

NO PUEDO
No existe en mi vocabulario

¿QUÉ MALA COSTUMBRE LE GUSTARÍA DEJAR?
Perfeccionismo

EL GRAN AUSENTE
El miedo

MARKETING
Está presente en cada acción

¿QUÉ REGALO LE GUSTARÍA RECIBIR?
Una visita sorpresa

¿QUÉ TÉCNICA DE RELAJACIÓN TIENE?
Ir a la psicóloga y entrenar

DE NO VIVIR EN ARGENTINA... ¿QUÉ LUGAR DEL MUNDO ELEGIRÍA?
Una playa con clima cálido todo el año

BBVA Seguros
En ese living la viste crecer, aseguralo
Cada parte de tu hogar tiene una historia
Nuestro **Seguro de Hogar** se adapta a vos. bbvaseguros.com.ar

Aseguradora: BBVA Consolidar Seguros S.A. CUIT 30-50006423-0 Av. Leandro N. Alem 728/732 (C1001AAP) - C.A.B.A.
Nº de inscripción en SSN 0396
Atención al asegurado 0800-666-8400
Organismo de control www.argentina.gob.ar/ssn
SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN