



informe

operadores de mercado



Entrevista a Flavio Dogliolo
Gerente General de Galicia Seguros

Crecimiento, eficiencia y experiencia

SIMPLE



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

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

Escribinos a: info@afianzadora.com.ar



Escaneá para conocer más.



Cuidar los afectos y logros de las personas es el propósito de Galicia Seguros

Como compañía aseguradora del Grupo Financiero Galicia, Galicia Seguros se focaliza en ser referente en el segmento banca seguros y un actor relevante dentro del mercado asegurador en general. Para conseguir estas metas, lleva adelante una estrategia de omnicanalidad. La Aseguradora desarrolla fuertemente su oferta en los activos digitales de sus socios comerciales -Banco Galicia y Naranja-, donde es posible cotizar y contratar online la gran mayoría de sus productos. El propósito que la define como organización es «Cuidar los afectos y logros de las personas. Cumpliendo, siempre».



Dogliolo. «La compañía tiene bien en claro cuáles son los objetivos que ordenan nuestro trabajo: crecimiento, eficiencia y experiencia. Queremos continuar creciendo en los ramos en donde somos protagonistas a través de soluciones integrales que mejoren el día a día de las personas. Buscamos ser eficientes en cada uno de nuestros procesos y tomas de decisión».

Flavio Dogliolo, Gerente General de Galicia Seguros, analiza el presente y la proyección de la Compañía.
- ¿Cuál es su trayectoria en el sistema financiero y en Seguros, y el camino transitado que lo lleva a ser designado Gerente General de Galicia Seguros?

- Comencé mi carrera profesional dentro del Grupo Financiero Galicia en noviembre de 1998 a cargo de la gerencia de Productos y Segmentos de Banca Personas. A mediados de 2001 y hasta junio de 2007 me desempeñé como Gerente Zonal de Córdoba y el NOA, asimismo a partir de 2003 y hasta 2008 tuve el honor de ser Director en Tarjeta Naranja. Guardo valiosos recuerdos de esos años en mi querida provincia de Córdoba, la cual siempre digo que es «mi lugar en el mundo» y al que siempre me gusta volver para cargar energías. Desde julio de 2007 hasta junio de 2010 fui promovido a Gerente Regional teniendo ya 6 zonas a cargo y desde 2010 hasta fines de 2015 asumí la Gerencia de Sucursales del Banco Galicia. En diciembre de 2015 me convocaron para liderar la Gerencia de Experiencia del Cliente, donde me propuse y le propuse a mi equipo mejorar el día a día de las personas, tomando decisiones basadas en la voz de nuestros clientes para brindarles productos y soluciones que sean las adecuadas. También rediseñamos procesos internos para hacerlos más simples y ágiles basados en la eficiencia, y esto fue posible también gracias a una importante inversión en tecnología. Finalmente, a comienzos de este año, el Directorio del Grupo Financiero me invita a asumir como Gerente General ➡

R.A.S.A

REASEGURADORES ARGENTINOS S.A.

Haciendo historia en el reaseguro Argentino desde 1992.

EXPERIENCIA
SOLIDEZ Y
RESPALDO
CALIFICACIÓN
AA-

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

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

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

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN
0800-666-8400 | www.ssn.gov.ar | N° de inscripción 846



ESCUDO SEGUROS
Una buena decisión

NUESTROS PRODUCTOS

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



www.escudoseguros.com.ar

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



Tu comunidad de seguros: WWW.universoescudo.com.ar

N° de inscripción en SSN
0746

Atención al asegurado
0800-666-8400

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





PROTAGONISTAS

EL TOTAL DE PRIMA EMITIDA PARA 2020 FUE DE \$ 7.120.463.494

desde diferentes ámbitos. Es cuidar su bienestar y el de sus familias, es atender a sus necesidades y, en muchos casos, anticiparse a ellas. Es comprender, respetar y acompañar sus tiempos de esparcimiento, siempre importantes, pero hoy más que nunca debido a la situación que nos toca atravesar a todos. Es hacer foco en el desarrollo profesional de cada uno de ellos, brindándoles oportunidades de capacitación en temas de interés y posibilidades de crecimiento dentro de la organización. Es también hacerlos sentir parte de una misma cultura, nuestro ADN propio, una forma de compartir el trabajo de cada día, el **sentir orgullo de formar parte de una organización hecha por y para las personas**. Por todo esto es que llegan los reconocimientos y en el mercado laboral se asocia rápidamente a **Galicia Seguros** como un **gran lugar para trabajar**. Pero lo que más nos importa a nosotros es el reconocimiento de nuestros colaboradores, esa es nuestra mejor medalla y por la que trabajamos todos los días buscando nuevas formas de conectar, aún en la distancia, con ese valor tan intangible como irremplazable: la cercanía.

- ¿Cuál es hoy el sistema de trabajo implementado por Galicia Seguros -presencial, virtual o mixto- y cómo cree que se reconfigurará a futuro? ¿Cómo fue la experiencia en 2020?

- Lo primero que debemos tomar en consideración es que **el mundo laboral cambió y la clave para las organizaciones pasa por adaptarse de la mejor manera a este nuevo escenario**. El fenómeno del trabajo remoto llegó para quedarse. En la «antigua normalidad» teníamos dentro de nuestros beneficios para los colaboradores la posibilidad de tomarse 1 día a la semana como **Home Office**. Bueno, ahora debemos entenderlo al revés. **Los días que vayamos a la oficina serán la excepción y no la regla**, serán días que aprovechemos para vernos las caras y recuperar algo de la interacción que teníamos de manera habitual. Nuestra experiencia con escalar el teletrabajo a toda la organización en tiempo récord (allá por marzo de 2020) fue un verdadero éxito. Mucho tuvo que ver, por un lado, la predisposición y el compromiso de los colaboradores para incorporar este cambio en la rutina laboral y, por otra parte, los desarrollos tecnológicos que ya veníamos realizando con anterioridad y que nos permitieron sortear algo que para muchos fue cuesta arriba en pocas semanas y sin mayores sobresaltos. Hoy en día **el desafío pasa por poder sostener nuestro capital social, que son los vínculos, en un contexto de virtualidad total**. A medida que la situación sanitaria nos lo permita, iremos diseñando un plan para **combinar días en casa con algunos días en la oficina**.

- ¿Cuál es la oferta de productos de la Compañía para Personas, Pymes y Empresas? ¿En qué ramos se consideran líderes?

- Contamos con una paleta de productos y soluciones muy competitivas para los diferentes segmentos (personas, pymes y empresas). En lo que respecta a **Combinado Familiar**, somos líderes del ramo con nuestro **Seguro de Hogar**, un producto que está pensado para acompañar a los clientes en los diferentes momentos de la vida útil de su póliza, pudiendo aprovechar las asistencias de gran utilidad que posee y que permiten ahorrarse más de un dolor de cabeza, como por ejemplo, la revisión de estufas y aires acondicionados, servicios de plomería, electricidad, cerrajería, entre otros. Siguiendo con el segmento de **Personas**, contamos con nuestros **productos de Vida** con sumas aseguradas que se ajustan a la necesidad de protección que tengan cada uno de los clientes y que ofrecen, además, la posibilidad de deducir las cuotas del seguro del Impuesto a las Ganancias. Somos competitivos también en el ramo de **Accidentes Personales**, con coberturas a medida y servicios de asistencia. Contamos también con diferentes productos dentro de lo que es **Robos**, entre los cuales se destacan **Robo en Via Pública**, **Protección Tecno Portátil**, **Robo de Bici**, entre otros. Además, el año pasado lanzamos para los clientes de **Banco Galicia** un **Plan para mascotas** atendiendo el contexto de la pandemia donde muchas familias decidieron adoptar perros y gatos, dado que pasaban mayor tiempo en sus hogares. En lo que respecta al sector de **Pymes**, disponemos de nuestro seguro **Integral Pyme** para comerciantes y emprendedores que son clientes de **Banco Galicia**. Se trata de una cobertura diseñada en línea con lo que ellos priorizan resguardar, dependiendo el tipo de actividad que desarrollan. Además, cuentan con un robusto paquete de asistencias las 24 hs y atención

exclusiva con asesores personalizados a través de **WhatsApp**. Para las **Empresas** ofrecemos las mejores soluciones del mercado, a través de nuestro **Bróker**, en materia de coberturas para el **agro, seguro técnico, caución, ART, responsabilidad civil, flota de vehículos, garantías aduaneras**, entre otros.

- ¿Cuál es la estrategia comercial o business plan de la Compañía? ¿Cuál es el objetivo central y en qué consisten las acciones para alcanzarlo?

- Apuntamos a desempeñar con éxito el rol de compañía aseguradora del **Grupo Financiero Galicia**, siendo **referentes en el segmento banca seguros y un actor relevante dentro del mercado asegurador en general**. Para conseguir estas metas llevamos adelante una **estrategia de omnicanalidad** con el objetivo de estar donde el cliente quiere que estemos. Desarrollamos fuertemente nuestra oferta en los activos digitales de nuestros socios comerciales (**Banco Galicia y Naranja**), donde es posible **cotizar y contratar online la gran mayoría de nuestros productos**. Además, avanzamos en capacidades de autogestión para estos canales permitiéndole a los clientes obtener una mejor experiencia. Por otra parte, seguimos apostando al canal telefónico para hacer llegar nuestra oferta, así como también la fuerza de venta presencial en la red de sucursales de ambos socios a lo largo y ancho del país. En cuanto a los ramos en donde centramos nuestras expectativas, se encuentran **Combinado Familiar** (donde **ostentamos el orgullo de ser la compañía más elegida por los argentinos para asegurar algo tan valioso como su hogar**), **Vida, Accidentes Personales** (coberturas que se han resignificado mucho a partir de la pandemia) y el sector de **Pymes y Negocios Mayoristas**. En el primer caso disponemos de un **Seguro Integral Pyme** armado a medida de cada comerciante y con asistencias útiles las 24 horas, y en cuanto a los negocios mayoristas, asesoramos tanto a empresas como a productores de agro sobre las mejores soluciones dentro de lo que ofrece el mercado. Para alcanzar todos y cada uno de estos objetivos contamos con nuestro equipo comercial que todos los días se pone la camiseta de **Galicia Seguros** para salir a la cancha y ser protagonistas.

- ¿Cómo se posiciona la Compañía frente a la innovación y transformación digital? ¿Cuáles fueron los últimos desarrollos tecnológicos que han implementado?

- La transformación digital es un camino que hemos comenzado a desandar desde hace un tiempo en **Galicia Seguros**. Este cambio de paradigma nos invita a repensar nuestros procesos, productos y canales de comunicación con el foco puesto en lo que los clientes están demandando: **simpleza, velocidad y experiencia**. El contexto nos impulsa a intensificar el proceso de transformación digital que ya veníamos implementando dentro de la compañía. **Adoptamos la modalidad de trabajo 100% virtual en tiempo récord** y sumamos herramientas que favorecen el trabajo colaborativo.

Siguiendo esta línea, en cuanto a los desarrollos tecnológicos hemos incorporado dos nuevas plataformas para el core de nuestra compañía que nos permiten acelerar el camino de la digitalización y potenciar la experiencia del usuario a través de **microservicios y APIs**. Asimismo, renovamos nuestra plataforma de comunicación para sumar canales de atención claves para los asegurados como **WhatsApp** y la sala de **chat** en nuestra web (**www.galiciaseguros.com.ar**). Comprendemos también la importancia que tiene en esta nueva era la ciberseguridad y hemos acompañado haciendo un gran esfuerzo de inversión en tal sentido. Reforzamos toda la solución de antivirus y antimalware con **Trend Micro** y toda la infraestructura de seguridad de borde con **Fortinet**, tanto para las conexiones **VPN** con autenticación de doble factor como los **Firewall** y balanceadores de carga para todos los servicios. Por otra parte, el año pasado realizamos una migración exitosa a **Office 365** y toda la compañía ya se encuentra utilizando las diferentes herramientas que **Microsoft** nos provee.

Por último, nos transformamos también en la forma de organizar nuestro trabajo. Apalancados en los preceptos de la agilidad, evolucionamos nuestra estructura hacia un modelo de trabajo en equipo multidisciplinario haciendo foco sobre las principales iniciativas del negocio, realizando pruebas piloto teniendo al cliente en el centro y desarrollando nuevas capacidades para acompañar el cambio disruptivo que están viviendo las personas. ➡



➡ de **Galicia Seguros** para poder profundizar el proceso de transformación que inició con grandes resultados Sebastián Gutiérrez. Es un compromiso muy importante para mí y sé que cuento con un gran equipo que conecta todos los días con el propósito que nos define como organización: **«Cuidar los afectos y logros de las personas. Cumpliendo, siempre»**.

- ¿Cuál es la actualidad y la proyección de Galicia Seguros de cara a este año 2021 signado por la pandemia de Coronavirus?

- La compañía tiene bien en claro cuáles son los objetivos que ordenan nuestro trabajo: **crecimiento, eficiencia y experiencia**. Queremos continuar creciendo en los ramos en donde somos protagonistas a través de soluciones integrales que mejoren el día a día de las personas. Buscamos ser eficientes en cada uno de nuestros procesos y tomas de decisión porque entendemos que eso redundará en una mejor experiencia para nuestros clientes. Experiencia que medimos permanentemente a través de diferentes herramientas y que nos permiten conocer de primera

mano los puntos de mejora en cada una de las interacciones. La pandemia ha golpeado fuertemente a la economía toda y la industria de seguros claramente no ha sido la excepción. En ese contexto difícil, hemos logrado superar los momentos de mayor incertidumbre en gran medida gracias al esfuerzo y compromiso de cada uno de los colaboradores. En cuanto a la proyección, apuntamos a cerrar este año cumpliendo los objetivos que nos hemos trazado esperando, como todo el mundo, que la situación sanitaria mejore y eso permita una recuperación económica lo más pronto posible.

- ¿Cuál es la política de la compañía en materia de Recursos Humanos y por qué fue reconocida entre las mejores empresas para trabajar en Argentina por Great Place to Work?

- Hoy en día las personas conectan fuertemente con el propósito de una compañía, su razón de ser, lo que verdaderamente las define. Cuando nosotros hablamos de **«cuidar los afectos y logros de las personas»**, lo entendemos

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

TRIUNFO SEGUROS

Sponsor Oficial de Las Leonas y Los Leones

Nº de Inscripción en SSN: 402 | Atención al asegurado: 0800-666-8400 | Organismo de control: www.argentina.gob.ar/ssn

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

RUS presenta su botón de pago!

Descargá **RUS móvil**

o ingresá en **rus.com.ar**

DISPONIBLE EN Google Play | Consíguelo en el App Store

RUS DIGITAL

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

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN



PROTAGONISTAS



→ - **¿Cuáles son las políticas y acciones de Galicia Seguros en materia de Responsabilidad Social Empresarial y cuáles son las áreas que abarca?**

- Nuestra política de Sustentabilidad busca que nuestros colaboradores incorporen hábitos saludables para mejorar su calidad de vida y que cuiden el medio ambiente. **Incentivamos la alimentación consciente, el equilibrio psico-emocional y la actividad física para favorecer la salud de las personas.** Focalizándonos también en el cuidado del planeta incorporamos composteras y huertas en nuestras oficinas que eran supervisadas periódicamente por los colaboradores. Sin embargo, el contexto actual nos impide continuar con esa actividad pero nos brinda la oportunidad de llevar a cabo estas acciones en casa. Es por esto que **a través de distintas organizaciones sociales generamos talleres virtuales de compost y huertas.** En línea con nuestro desafío de sostener los vínculos con las personas, seguimos trabajando para acercarnos cada vez más al hogar de nuestros colaboradores. Además, **nos sumamos con nuestro voluntariado corporativo a las acciones llevadas a cabo por el Grupo Financiero en el programa PRIAR.** Generamos campañas de donaciones de ropa, alimentos, juguetes y elementos de primera necesidad para seguir mostrando nuestro compromiso con la comunidad más afectada en estos momentos difíciles.

- **¿Cuáles fueron los resultados de Galicia Seguros a Diciembre 2020 en volumen de primas, facturación y patrimonio neto? ¿Cuál es el nivel de sinistralidad de la Compañía?**

- El total de prima emitida para el año 2020 fue de \$7.120.463.494 mientras que el patrimonio neto resultó de \$1.460.812.461. La compañía goza actualmente de un excelente indicador técnico como es el *combined ratio*, el cual se ubicó a diciembre del año pasado en torno al 88%.

- **¿Qué mercado de seguros avizora postpandemia y de qué manera se inserta Galicia Seguros en dicho contexto? ¿Cómo impacta la inflación en el negocio?**

- El escenario actual se presenta como un salto forzado del seguro para digitalizarse. En nuestro caso en particular, ya veníamos trabajando en esa línea desde hacía varios años por lo que no nos agarra desprevenidos en absoluto. Tal como mencionaba anteriormente, **la pandemia propició una revalorización de determinadas coberturas como es el caso de Hogar y Vida.** Hoy en día vemos más claramente la importancia de tener nuestra casa protegida y en las mejores condiciones porque pasamos gran parte de nuestro tiempo en ella. Lo mismo ocurre con nuestra salud y la de nuestra familia. Por esta razón es que en el último año aumentaron las consultas de clientes por seguros para el hogar, para la salud y también coberturas de vida. Las compañías deben aprovechar este renovado interés para trabajar, en conjunto con las cámaras y la Superintendencia de Seguros, en la conciencia aseguradora de las personas revertiendo de este modo la concepción del seguro como gasto para entenderlo como lo que realmente es, una inversión.

La inflación es un fenómeno que repercute de diferentes formas en nuestro negocio. Por un lado, las sumas aseguradas sufren su efecto erosivo generando el riesgo de caer en el infraseguro. Frente a esta situación, nosotros contamos con diferentes cláusulas de actualización en nuestros productos que mitigan este efecto nocivo permitiéndole a los clientes obtener una protección que acompañe lo más cercanamente posible al valor del/os bien/es asegurado/s. Por otra parte, la compañía se ve afectada también por la inflación en cuanto a los gastos de adquisición y explotación de los seguros lo que redundaría en un consecuente traslado a precios. Sin embargo, los aumentos de los costos suelen ser más altos de lo que finalmente se traslada a los clientes en la prima. Por último, las inversiones que la compañía realiza en un contexto inflacionario como el que vivimos devienen en resultados reales negativos. Es decir, que los rendimientos están por debajo de los números de la inflación. 📉



FEDERACION PATRONAL
SEGUROS S.A.

www.fedpat.com.ar



LIDERES EN SEGUROS DE CAUCIÓN

NUESTRO ESTILO



ADAPTABILIDAD

CREATIVIDAD

TRABAJO EN EQUIPO

COMPROMISO



Fianzas y Crédito

S.A. Compañía de Seguros

Efectos de la pandemia y el teletrabajo en la productividad

La pandemia y el teletrabajo han impactado de distinta manera en las aseguradoras. ¿Uno de esos efectos ha sido la mejora de la productividad? ¿Cómo evolucionó la productividad de las áreas operativas y comerciales? ¿De qué manera se pueden reducir los gastos administrativos y de producción para mejorar la productividad, sin afectar salarios y comisiones?

Escribe **Anibal Cejas**

Para responder a los interrogantes planteados dialogamos con **Juan Carlos Lucio Godoy**, Presidente Ejecutivo del Consejo de Administración de Río Uruguay Seguros; **Juan Carlos Gordicz**, Director General de Administración de Orbis Seguros; **David Rey Goitía**, Presidente de Integrity Seguros; y con **Juan Ignacio Perucchi**, Gerente General de Libra Seguros.

El primero en tomar la palabra fue **Gordicz**, quien comentó que el teletrabajo tuvo varios efectos en **Orbis**: «La eliminación de tiempos dedicados al traslado a las diferentes oficinas y sucursales de la empresa, y a reuniones presenciales con productores y proveedores, además concentró el énfasis de los equipos de trabajo en la comprensión, incorporación y exponenciación en la utilización de toda la tecnología informática disponible.

A su vez, esta forma de trabajo facilitó el desarrollo de nuevos productos, dotándolos de una mejor tecnología informática a efectos de que fueran muy amigables a los productores y a los asegurados. Diversos productos tales como accidentes personales, robo de celulares, computadoras, bolso protegido, combinados familiares,



vida individual como colectivo, etc., pueden ser suscriptos desde la Web y la app con mucha facilidad.

También productos tradicionales, como el de Autos, pudieron ser actualizados mediante la incorporación de la autoinspección a cargo de los propios asegurados, con la respectiva verificación del proceso de documentación fotográfica de los vehículos aplicando la arquitectura de blockchain.

De igual modo, la metodología de video peritación de los siniestros comenzará a ser utilizada en breve en los productos de autos, ahorrando tiempos de traslado de los inspectores a los talleres. Se logrará el seguimiento de las reparaciones mediante su video peritación, sin dedicar tiempo a traslados, lo cual se traducirá en un mejor servicio a los asegurados, evitando desencuentros con los inspectores, así como una adecuada coordinación con los ➔

www.segurometal.com

Nueva App

En 60 años cambiaron muchas cosas.

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

Nº de inscripción en SSN
0286

Atención al asegurado
0800-666-8400

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

SSN | SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

informe

operadores de mercado

Publicación especializada de aparición quincenal
AÑO 28 / Nº 692 - Junio 2021

REDACCIÓN, PUBLICIDAD Y SUSCRIPCIONES
Tucumán 1946, Piso 3º, "B" (C1050AAN)
Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA), Argentina.
Tel. 7534-9090 / 7533-0316 www.informeoperadores.com.ar

DIRECTORA
Dela Rimada
dela.rimada@moez.com.ar

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

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

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

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

Edición Digital. Descarga desde www.informeoperadores.com.ar

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.**

#1 VOS



2

GRUPO ASEGURADOR

La segunda

LO PRIMERO SOS VOS

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

Atención al asegurado
0800-666-8400

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

SSN | SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN



→ talleres para reducir los tiempos de estadía y reparación a los vehículos de asegurados y terceros.

En los análisis actuariales, facilitó la profundización de los trabajos que hacíamos sobre la rentabilidad de los diferentes productos y los distintos clusters en que segmentamos a dichos productos y a nuestra cartera. Obviamente, estas tareas finalizaron en reuniones presenciales en donde fue muy importante consensuar la interpretación de los respectivos análisis, relacionándolos con las necesidades del mercado.

No dudamos que el teletrabajo deberá ser complementado con una adecuada y administrada presencialidad, ni bien las condiciones de la cuarentena que impone la pandemia lo permitan. La sociabilización entre los diferentes integrantes de la empresa es importante para facilitar la comunicación, así como es fundamental el contacto presencial con nuestros productores y asegurados.

A continuación, **Juan Carlos Lucio Godoy** también se refirió al impacto del teletrabajo en su organización. En este

sentido, puntualizó: «En septiembre de 2019, en conmemoración de nuestro 60 aniversario, ya habíamos informado a toda la Comunidad de **Río Uruguay Seguros** el lanzamiento 'Hacia RUS Digital' y siendo consecuentes con ello, comenzamos a transitar ese camino a comienzos del 2020, trabajando de manera remota en todos los puestos de trabajo. Una semana antes de que se declarara el aislamiento social en nuestro país producto de la pandemia del Covid 19, todo nuestro capital humano trabajaba desde el hogar, confirmando la materialización de nuestra estrategia de digitalización.

Pero allí no nos detuvimos. Trabajamos fuertemente para reconfigurar nuestra Organización y tornarla más ágil, autónoma y horizontal. Los resultados se vieron enseguida tanto en nuestros niveles de crecimiento como en la productividad de nuestro capital humano.

Hemos constituido nuevas células de trabajo para brindar un servicio más ágil, digital, personalizado y omnicanal, tanto para



▲ Juan Carlos Gordiez, Director General de Administración de Orbis Seguros

Asegurados como para PAS, sin importar la ubicación geográfica de sus integrantes, priorizando sus habilidades, conocimientos y experiencias en las distintas temáticas (asesoramiento en ventas, cobranzas, siniestros y servicios adicionales de postventa).

Actualmente estamos brindando un servicio 24x365 a nuestros clientes, con una mayor apertura de canales de comunicación y sin incurrir en incrementos de personal o mayores costos laborales por horas extras, sino que, por el contrario, nos hemos organizado con criterios de flexibilidad horaria y rotaciones por turnos, lo que nos ha permitido combinar la vida personal y laboral de nuestro capital humano en armonía.

A su turno, desde **Libra Seguros**, **Juan Ignacio Perucchi** señaló: «Si bien nosotros ya veníamos desarrollando el teletrabajo, la pandemia aceleró los tiempos y obligó a la organización a adaptarse rápidamente al nuevo contexto. Tuvimos que poner todas las herramientas tecnológicas al servicio de nuestro personal para de esa manera no afectar la operación, se establecieron nuevos procesos y se adaptó la gestión sin perder eficiencia.

El uso extendido de las nuevas tecnologías, como el Zoom o similares, permitió mantener el contacto entre las distintas áreas internas de la compañía y hasta me atrevería a decir que mejoró la interacción. Esas TIC también permitieron sostener una cercana relación con nuestra cartera de PAS, tanto en las necesidades diarias como en capacitaciones o presentaciones de nuevos productos. Paradójicamente, lo que en un principio creíamos que afectaría la productividad resultó en todo lo contrario, aumentamos la misma superando los objetivos».

Por su parte, **David Rey Goitia** expresó que la productividad del área comercial de **Integrity** no se vio afectada por el teletrabajo. Y apuntó: «Desde el primer día de la cuarentena hemos trabajado desde nuestros hogares sin mayores inconvenientes, →



▲ Juan Carlos Lucio Godoy, Presidente de Río Uruguay Seguros (RUS)

tpcseguros

¡Conocé TPC App!



Ahora tenemos servicios más eficientes y rápidos para nuestros clientes.

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

¡Y más!

TPC Productores DISPONIBLE EN



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

Buscanos en
TPC Seguros

Nº de inscripción en SSN 0741

Atención al asegurado 0800-666-8400

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



Conocé Colón Salud

El mejor seguro de salud para vos y tu familia.



Contás con las siguientes coberturas:

- Intervenciones quirúrgicas.
- Trasplante de órganos.
- En caso de fallecimiento del titular, la familia contará con un año de cobertura.
- Renta diaria por internación.



Protección ante enfermedades graves

- Cáncer.
- Infarto de miocardio.
- Derrame cerebral.
- Insuficiencia renal.



+ Beneficios

- Videoconsultas Médicas las 24 hrs.
- 40% descuento en Farmacias.
- Descuento en Ortopedia.
- Odontología.

Comunicate con tu Productor Asesor de Seguros o llamanos al 0810 222 6566.

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

Sumate a nuestra Red de Productores.



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

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

Nº de inscripción en SSN 0861

Atención al asegurado 0800-666-8400

Organismo de control

www.argentina.gob.ar/ssn



» ya que la compañía desde hacía tiempo venía tecnologizándose y aggiornándose a los tiempos actuales, más allá de la inmediatez de acción que forzó la pandemia en relación al trabajo on line».

En cuanto a la productividad en **Orbis, Gordicz** dijo: «Mejoró medida en la cantidad de pólizas en que crecemos en los diferentes productos. Nuestra empresa se ha mantenido en sus posiciones de mercado durante la pandemia a pesar de que muchos productos se relacionan con asegurados de clase media, cuya actividad laboral y comercial se afectó considerablemente como consecuencia de las duras condiciones de la cuarentena.

Debemos ser conscientes que la producción real del mercado, debidamente reexpresada en moneda constante, o ajustada por inflación, como se la quiera denominar, disminuyó en el último año. Pudimos mantener una mayor cartera en el conjunto de todos los ramos, esto se logró con la misma dotación de personal y gracias al teletrabajo».

Áreas operativas y comerciales

Más adelante, los ejecutivos realizaron un análisis del impacto del teletrabajo en la productividad de las áreas operativas y comerciales de sus compañías.

En este sentido, **Rey Goitia** explicó: «En el año 2020 estuvimos muy cerca de cumplir con el plan de ventas y si no se llegó, no fue a causa del teletrabajo, sino por las inexorables consecuencias económicas que resultaron de la cuarentena, producto de la situación de emergencia sanitaria que atravesamos. Este año continuamos bajando desde nuestros hogares y habiendo transcurrido ya 4 meses completos, estamos superando el plan de ventas en un 105%.

En el área de cobranzas de la compañía, la productividad mejoró considerablemente. Si bien, previo al aislamiento, ya teníamos implementados nuevos canales de cobro automáticos, la cuarentena fue el disparador que nos permitió explotar su uso; luego, adaptamos los procedimientos a la virtualidad, eliminando principalmente las



▲ Juan Ignacio Perucchi, Gerente General de Libra Seguros

impresiones, el correo, y los archivos físicos. También incorporamos nuevas herramientas, como el depósito de cheques mediante el celular, el echeck y, actualmente, nos encontramos analizando otras alternativas. Todas estas herramientas constituyen un beneficio para la empresa, pero también representan un beneficio para los Productores ya que les simplifica su trabajo».

Después, **Godoy** expresó: «Hemos reconfigurado nuestra Empresa estableciendo un modelo organizacional digital, flexible y líquido, donde cada persona es evaluada e identificada para cubrir roles dinámicos en función de sus cualidades personales y de qué manera pueden contribuir de la mejor forma a la organización.

Un ejemplo de esta reconfiguración es la creación de la Unidad de Venta Digital (UAD) para llevar adelante todas las campañas de venta directa, la Agencia Digital como un primer nivel de atención para nuestros PAS y las Células Expertas de Técnica, Cobranzas y Siniestros como segundo nivel de soporte.

Por lo expuesto, podemos afirmar que hemos trabajado en la productividad de todos los equipos de la Empresa, para ser cada día más eficientes y omnicomprendivos con nuestros clientes.

Como resultado de ello, tenemos un crecimiento sostenido en nuestros índices de productividad tanto media como marginal desde hace más de una década».

En la misma línea, **Perucchi** remarcó la importancia de los beneficios del trabajo a distancia y la digitalización para la empresa y los PAS: «En el área comercial de Libra se sostuvo el contacto y se les ofreció a los Productores herramientas de comunicación para sostener el contacto con sus clientes, nuevos productos, capacitaciones y se les asignó un Ejecutivo 360° para facilitar las gestiones cotidianas y responder cualquier inquietud de los mismos.»



▲ David Rey Goitia, Presidente de Integrity Seguros

LPS LA PERSEVERANCIA SEGUROS
Desde 1905 tu compañía de confianza

Estamos presentes en todo el país brindando servicios de excelencia para los Productores Asesores de Seguros.

SUMATE AL VALOR DE LA PERSEVERANCIA
comunicate con nuestro departamento comercial al (+54 9) 11 3564 1013

WWW.LPS.COM.AR



Proteger te es estar cuando nos necesitás.

Provincia Seguros te brinda la tranquilidad de tener todo asegurado, para que solo pienses en concretar tus proyectos y disfrutar tu vida. Consultá con tu productora o productor asesor de seguros o en provinciaseguros.com.ar.

Provincia Seguros

Grupo Provincia

0810.222.2444
/pseguros @pseguros



PRODUCCIÓN

► Si bien, el teletrabajo llegó para -de alguna manera- quedarse, desde la perspectiva de nuestra compañía entendemos que debemos encontrar un equilibrio entre la virtualidad y el cara a cara, esto tanto para nuestros colaboradores, como PAS y asegurados, lo humano de la cercanía es irremplazable.

La digitalización de la compañía ha beneficiado a todas las áreas de la empresa, no viéndose afectada la gestión. Aún en el área de siniestros donde a través de la operatoria digital facilitamos los procedimientos y pudimos darle continuidad a la celebración de acuerdos y pago de los mismos».

Cerrando la rueda, **Gordicz** afirmó que el efecto en su compañía fue distinto en las áreas comerciales y en las operativas: «La productividad fue mayor en las áreas operativas por haber podido hacer foco en los objetivos propios y que fueron mencionados anteriormente.

Las áreas comerciales pudieron disponer de más y mejores productos, pero se vieron limitados en las posibilidades de la presencialidad para llevar a cabo el acto de exhibición y demostración de dichas cualidades. No es lo mismo presentar nuevos productos y procedimientos digitales a través de una teleconferencia en lugar de una franca conversación cara a cara.

Orbis siempre busca que detrás del proceso tecnológicamente sofisticado en cualquiera de nuestras operaciones, el Productor, asegurado o tercero encuentre finalmente a una persona que le diga, '¿en qué puedo ayudarlo?'

Si bien, el teletrabajo se exponenció como consecuencia de la pandemia y la cuarentena, dicha cuarentena afectó, al mismo tiempo, a la economía, llevando a los asegurados a decisiones muy conservadoras, especialmente en los momentos de mayores restricciones. Las áreas comerciales se ven afectadas cuando existen limitaciones en la presencialidad, aunque es de destacar que, en nuestro caso, a pesar de todo ello, como ya lo expresáramos, el crecimiento del total de la cartera fue una realidad».

Ahora bien, ¿cómo se mide la productividad? Existen muchas maneras de hacerlo.

Sobre el particular, **Gordicz** indicó que el parámetro que utilizan es el de las primas emitidas en pesos por empleado. «En nuestro caso se ha incrementado significativamente», enfatizó, al tiempo que añadió: «Es importante en épocas como la actual, considerar también la cantidad de pólizas emitidas por empleado. En este parámetro, nuestro incremento a mayo de este año, con respecto a junio de 2020, fue del 8%. Si lo midiéramos respecto de junio de 2019, época prepandemia, el incremento fue del 13%».

Luego, **Perucchi** detalló: «Ya veníamos trabajando fundamentalmente sobre dos ejes objetivos y cronograma de cumplimiento de los mismos. En este sentido, cada uno de los integrantes de la compañía tiene muy claro cuál es el alcance y performance de su tarea, no estamos pendientes de un horario, sino de un objetivo a alcanzar, y esto no está sujeto a la virtualidad o presencialidad necesariamente. Es parte de la cultura de Libra la frase 'La libertad implica la máxima responsabilidad', confiamos plenamente en las capacidades y responsabilidad de nuestros colaboradores».

Por su parte, **Godoy** señaló: «Periódicamente evaluamos los resultados de la productividad de RUS tanto en términos de cantidad (empleados, pólizas emitidas/vigentes y vehículos expuestos) como monetarios (relación de prima emitida al cierre de cada Ejercicio con la cantidad de personal) y, en función de ello, nos proponemos mejoras sistemáticas que van en línea con la optimización de los procesos internos, la digitalización y la comunicación efectiva. El desempeño del capital humano es monitoreado constantemente».

Mejorar los resultados

Sabemos que el mercado de seguros gasta casi el 40% de su recaudación de primas en gastos administrativos y gastos de producción. De hecho, a diciembre de 2020 -último dato oficial al respecto- los gastos totales del conjunto de las aseguradoras (gastos de producción y de explotación, 'neteados' de los gastos a cargo del reasegurador) ascendieron a \$ 158.683 millones, una cifra que representó el 36,2% de los \$ 437.328 millones de primas emitidas. Esta relación a diciembre de 2019 había sido de 36,6%.

De ello, resulta necesario un cambio en sus acciones estratégicas tendiente a reducir costos, manteniendo o mejorando la calidad de los servicios prestados. Pero, ¿cuáles ►



Ayudándonos mutuamente a tener éxito.

En Grupo San Cristóbal nos impulsa el compromiso de seguir creando un mejor mañana.

Porque no se trata solo de brindarte respaldo. Se trata de seguir caminando juntos, mejorando día a día.



GRUPO
SAN
CRISTÓBAL

Nos une el compromiso.
www.gruposancristobal.com.ar



GALENO

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

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

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

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



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

Servicios al Productor:
0800-333-7784

Nº de inscripción en SSN
0878

Atención al asegurado
0800-666-8400

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

SSN | SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

PRODUCCIÓN



→ son las estrategias para optimizar los gastos y mejorar la productividad?

Según **Goitia**, la incorporación de tecnología es una de las claves en la reducción de costos y además permite procesos más eficientes. «Un claro ejemplo de esto que menciono son los Bots -destacó-. Un bot es un programa informático que efectúa automáticamente tareas reiterativas mediante Internet, a través de una cadena de comandos o funciones autónomas previas para asignar un rol establecido. Al permitirnos automatizar las tareas repetitivas, asignamos el tiempo liberado para mejorar la atención al cliente o brindar un mejor servicio.

En cobranzas, la elección de medios de cobro automáticos es otra de las claves para reducir costos, como así también la incorporación de las nuevas herramientas de pago como billeteras virtuales. El home office permitió a muchas compañías reducir costos fijos que derivan del mantenimiento de oficinas o de la impresión de material físico, que fue reemplazado por la comunicación digital».



Contamos con
6 oficinas a lo largo
de todo el país,
y con vínculos
con más de 250
Productores
Asesores de Seguro

ENCONTRANOS EN:
PUERTO MADERO / CABA / BAHÍA BLANCA / CÓRDOBA / SAN FERNANDO / PARQUE LEMOIR

www.scbrokerdeseguros.com

Camila O'Gorman 412 - Piso 18 / +54 11 5263 7500 @scbrokerdeseguros /SCBrokerDeSeguros

Nº de inscripción en SSN 1250 Atención al asegurado 0800-666-8400 Organismo de control www.argentina.gob.ar/ssn SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

En sintonía, **Perucchi** manifestó: «Entiendo que, con la mejora de procesos y una mayor eficiencia de gestión, apalancado en tecnología y capacitación del personal, se redundará en la optimización de gastos. Otro aspecto muy importante es el cuidado de los resultados técnicos. En este sentido, se debe trabajar muy fuertemente en la mejora de los mismos. Por último, creo que una mejora en el contexto económico obviamente incrementará la productividad de nuestro mercado. Además, como industria deberíamos posicionarnos institucionalmente como un factor clave de la economía, dándole relieve y mayor peso específico dentro del quehacer económico del país».

Luego, **Gordicz** brindó datos a tener muy en cuenta: «El 65% aproximadamente de los gastos administrativos está compuesto por los salarios y las respectivas cargas sociales, constituyendo en su gran mayoría un gasto fijo.

Siendo los gastos de producción un gasto variable que depende de la venta, el mercado podría optimizar el total de sus gastos haciendo crecer a las ventas, mientras mantiene el gasto fijo. Esto se logra con una mayor integración informática con nuestros productores, asegurados, proveedores, talleristas, etc., con programas, Web y apps sencillas que no compliquen la operación diaria y que dejen una carga administrativa equitativa a todas las partes.

Por lo que el sector asegurador podría mejorar, además, su productividad aplicando el teletrabajo, midiendo siempre que, como consecuencia del mismo, la dotación de personal no se incremente mientras que la cantidad de pólizas sí lo haga. Nuevamente en este principio también se requiere un equilibrio entre tecnología, dotación de personal y cartera».

Para finalizar, **Godoy** marcó: «Todos en el mercado asegurador tenemos la responsabilidad de escuchar a nuestros clientes para mejorar permanentemente nuestros servicios, optimizando los recursos internos. Algunos ejemplos de ello son:

- Trabajar en soluciones informáticas que generen mayor autonomía en los clientes, poniendo a su disposición información relativa a los seguros contratados (pólizas, certificados de coberturas, opciones de pago on-line, ingreso de denuncias, consultas de estados de sus siniestros, etc.) sin tener que depender de un funcionario de la Empresa o Contact Center que le suministre estos datos, pudiendo consultarlo en cualquier horario y lugar.

- Desarrollar herramientas digitales de venta que se puedan poner a disposición de toda la fuerza comercial (Directa o a través de Productores Asesores de Seguros), pudiendo llegar masivamente a todos los segmentos etarios para ofrecer promociones o productos simples acordes a sus necesidades individuales o corporativas.

- Mayor apertura hacia las Insurtech, junto con el fortalecimiento de los procesos internos para ser más innovadores y disruptivos.

Estas acciones estratégicas permitirían optimizar los costos de estructura de las Empresas de Seguros, sin perder el foco en la mejora de la experiencia del cliente».

Y concluyó: «La forma más eficiente de crecer sin perder calidad en el servicio y productividad de nuestro capital humano es trabajando por una organización ágil, móvil e inteligente que ponga siempre en el centro de sus acciones al cliente y que tenga la apertura necesaria para pensar en soluciones acorde a las necesidades de los mismos y estrategias de la Empresa.

Es decir, pensar en esquemas de trabajo que no queden fijos, sino que sean dinámicos en función de las circunstancias, donde las funciones y responsabilidades sean más importantes que los cargos jerárquicos y donde el cliente pueda tener una experiencia única, exclusiva y omnicompreensiva».



SPECIAL
DIVISION

REINSURANCE BROKERS

CONNECTING PEOPLE

Even during COVID-19 times...



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

+54 11 5263 2400 - info@specialdivisionre.com

www.specialdivisionre.com

Las diferentes aristas del Fraude en Seguros



La falta de concepción social del fraude en seguros como un delito, la ausencia de sanciones y acciones tendientes a condenar penalmente al responsable del delito, la inmediatez que exige la sociedad que lleva a un relajamiento en las medidas de control y, por supuesto, la crisis económica que atraviesa el mundo entero, pero en particular nuestro país, representan los principales motivos para la comisión de fraudes en Argentina. La nota aborda, desde una perspectiva original, cómo se construye un fraude desde la vivencia de quienes cometen el ilícito, así como también cómo se investiga un siniestro dentro de una Compañía.

Escribe **Dra. Gabriela Álvarez**

La problemática que genera el fraude en seguros ha sido abordada en diversas oportunidades, mucho se habla de los tipos de fraude en seguros, los inconvenientes que presenta para las aseguradoras y para todo el conjunto de asegurados, tanto desde el punto de vista económico como social que representa el seguro.

Sin embargo, existe una cuestión central que es lo que **transforma al fraude en seguros en un tipo de delito ya naturalizado** y tiene que ver principalmente con **la concepción que la sociedad tiene del mismo**. Por supuesto, además está decir que existen dos tipos de personas que cometen fraudes, lo que podemos llamar **el fraude organizado**, cometido por bandas delictivas que se dedican a ello, como ejemplo principal y más conocido podemos citar la banda de «Los Rompe Huesos» que tuvieron lugar en la Provincia de Chaco, cuya operatoria consistía en tomar gente de escasos recursos y romperles los huesos intencionalmente a cambio

de una escasa suma de dinero, y luego ellos se encargaban de armar el siniestro y -a través de la firma de un poder- cobrar sumas mucho más abultadas; y los llamados **fraudes ocasionales**, cometidos por personas que por distintas cuestiones, ya sea necesidad económica, desconocimiento, intención de recuperar el monto que pagaron por siniestros que no tuvieron, pérdida de miedo a las consecuencias de sus actos, entre otras, cometen un hecho aislado de fraude, con el objetivo de resolver una cuestión puntual (pagar una deuda, reparar su auto, cambiar las ruedas, etc).

¿Cómo vivencian las personas que cometen el fraude el acto que están realizando?

El principal problema que presenta **el fraude en seguros** y que retroalimenta su existencia, está relacionado con **la falta de concepción del mismo como un delito**. Es decir, **gran parte de la sociedad naturaliza el hecho de estar a una aseguradora justificándose básicamente en la concepción del seguro como un derecho adquirido del asegurado** que, en caso de no sufrir un siniestro, puede hacer uso de él en cualquier momento, en la concepción de que **«pagué tanto tiempo el seguro y nunca lo usé, que una vez que tengo que usarlo porque necesito el dinero, ahora no me quieren pagar»**. Esa es básicamente, y en un vocabulario común para quienes nos dedicamos a detectar fraudes día a día, la respuesta de los asegurados ante el planteo de un siniestro con aristas que no cierran.

Otra cuestión que suaviza también la comisión de este delito, tiene que ver con que la estafada es una empresa de seguros y no una persona en particular, una suerte de justificación del tipo: **«total, es una empresa grande que tiene mucho dinero»**.

Ambas cuestiones, **representan el principal motivo de comisión de fraudes en nuestro país**, sumado al aumento exponencial que ya naturalmente se da de este tipo de delitos en situaciones de crisis económica, donde la gente necesita el dinero por diversas cuestiones, ya sea para cancelar deudas, para poder sobrevivir, o bien para reparar sus vehículos que en muchos casos son su herramienta de trabajo.

Un ejemplo concreto de la **falta de conciencia del fraude en seguros como un delito**, tiene que ver con que diariamente, en

reuniones sociales o bien con charlas o comentarios, a todos no ha pasado que se relata la comisión de algún fraude a una compañía como una suerte de «viveza o hazaña», sin que ello reciba del otro lado la condena social que otro tipo de delitos sí despierta en el oyente.

Otra arista del fraude en seguros y que tiene que ver también con acciones que fomentan su comisión, está relacionada con **la falta de acción por parte de la mayoría de las aseguradoras en cuanto a llevar a cabo acciones que terminen con una condena por parte de quien cometió el delito**. En la mayoría de los casos donde se detecta la comisión de un fraude, se solicita al asegurado el desistimiento del siniestro, luego se rechaza, en algunos casos se da de baja la póliza y el caso se archiva, pero **muy rara vez se inician acciones penales tendientes a condenar efectivamente a quien cometió el delito** y que tome conciencia de que su accionar lo expuso a **enfrentar un proceso judicial que terminará en su condena**. Esto tiene que ver también, principalmente, con un tema económico, ya que someter a un proceso judicial a todos los asegurados que cometen fraudes, implica un desembolso económico muy importante para las empresas de seguros que muchas no están dispuestas a afrontar y una necesidad de recursos humanos persiguiendo el tema. La desconfianza en la justicia, que poco sabe de seguros, también colabora en desalentar este tipo de acciones, en las cuales el resultado puede llegar a salir de cualquier manera. Pero lo cierto es que la falta de condena y el pensamiento común de que **«total no pasa nada, a lo sumo no me lo pagarán»** influyen de manera muy negativa en la prevención de este tipo de delitos.

Pero aún existe otra cuestión más que agilita la comisión de la estafa y tiene que ver con **el ritmo de vida que impera en la sociedad**. La necesidad permanente de inmediatez y la rapidez con la cual se exigen respuestas y resultados a cualquier hora del día, mucho más en esta situación de pandemia donde ya no hay diferencia entre horarios laborales y no laborales, llevan a las compañías de seguros, en la búsqueda de mantener los niveles de competitividad en el mercado y favorecer el área comercial, a **simplificar los procesos y requisitos exigidos a los asegurados o terceros para** ->



Sabemos donde está **nuestro norte**

Marcando nuevos rumbos
Lo más importante se asegura en Noble

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

www.nobleseguros.com

NOBLE
COMPAÑÍA DE SEGUROS



→ **abonar un siniestro, incluso a la reducción en el tiempo que se dedica a su investigación.** Con relación a este tema, no hay un parámetro unánime en lo que hace a las compañías de seguros, cada una tiene su propia política interna con respecto a este tema, entonces nos encontramos con compañías que dedican muchísimo esfuerzo a la detección de fraudes, con herramientas tecnológicas que permiten una búsqueda de alertas permanente y otras compañías que privilegian el área comercial y prefieren no demorar el siniestro, reduciendo los tiempos de investigación y los requisitos exigidos para su pago, lo que complica en muchos casos la detección del delito.

En resumen entonces, podemos destacar varios temas fundamentales que fomentan la comisión de fraudes: la **falta de concepción social del fraude en seguros como un delito**, la **falta de sanción y acciones tendientes a condenar penalmente al responsable del delito**, la **inmediatez que exige la sociedad que lleva a un relajamiento en las medidas de control** y, por supuesto, **la crisis económica que atraviesa el mundo entero, pero en particular nuestro país.**

Cómo se investiga un siniestro

En todo el proceso que conlleva la investigación de un siniestro, existen tres momentos fundamentales que marcarán claramente el resultado que obtengamos de la misma:

- Un primer momento, relativo a la **PREVENCIÓN**, relacionado con la realización de la inspección previa y la emisión de la póliza,
- Un segundo momento de **DETECCIÓN** del fraude, donde resulta fundamental el capital humano, que esté capacitado para detectar las alertas que determinan la decisión o no de su investigación,
- Un tercer momento de **EJECUCIÓN**, con la firma del desiste del asegurado, el rechazo del siniestro y la posibilidad de su elevación a la justicia penal.

Las aseguradoras cuentan actualmente con diversos sistemas y avances tecnológicos orientados a la detección de siniestros con indicios de fraude, muchos de los cuales ya están predeterminados en *check list* que se utilizan de forma más o menos habitual y de forma común en varias aseguradoras, que tienen como objetivo principal que el analista del caso tome conciencia y pueda detectar la presencia de varios de esos indicadores a la hora de pasar ese siniestro a investigación.

La detección de un fraude dentro de una aseguradora, afecta transversalmente a todas las áreas de la misma, desde el momento de la emisión de la póliza hasta la efectiva recepción del siniestro y su investigación, por tal motivo, resulta fundamental que todos los intervinientes del proceso cuenten con la capacitación adecuada orientada a la detección y prevención.

El primer filtro fundamental cuando se recibe la denuncia de un siniestro tiene que ver con el capital humano, es decir, con la persona que tiene en su poder analizar y definir si ese siniestro cuenta con las sospechas suficientes como para profundizar su investigación y esos indicios consisten principalmente en:

- Leer con detenimiento la denuncia del asegurado y el relato del hecho, fundamentalmente las circunstancias que rodean al mismo y la fecha y hora de ocurrencia.
- Analizar la documentación presentada por el asegurado y/o tercero, denuncia policial y fotos.
- Observar la fecha del siniestro en relación al inicio y terminación de vigencia de la póliza. La ocurrencia de un siniestro muy cercano al inicio de la póliza es un indicador a tener en cuenta. La modificación de las fechas de ocurrencia muchas veces nos determina que un caso cuente o no con cobertura.
- Analizar la frecuencia siniestral de ese asegurado, si tuvo hechos anteriores, qué tipo de siniestros tuvo y en qué circunstancias. La denuncia de varios siniestros de igual modalidad es claramente un probable indicio de fraude.
- Las fotos aportadas por el asegurado aportan muchos datos del hecho, sobre todo en lo que hace a choques, robos de ruedas e incendios.
- En los casos puntuales de choques con lesionados, la documentación aportada por el tercero, fechas de los certificados médicos y presupuestos, el relato que realiza en su aseguradora, chequear los domicilios de asegurado y tercero para descartar un conocimiento previo. →

CONSULTORÍA ACTUARIAL / SOFTWARE TÉCNICO

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

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

Para obtener más información, contacte a:

Fernando Mesquida
fernando.mesquida@milliman.com

Hector Gueler
hector.gueler@milliman.com

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



aacms
ASOCIACION ARGENTINA DE COOPERATIVAS
Y MUTUALIDADES DE SEGUROS

stop loss
bureau de reaseguros s.a.



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



FRAUDE

- Las redes sociales de los involucrados aportan hoy en día una información fundamental, al ser de carácter público, permiten conocer el historial, incluso a quiénes tienen de amigos en las diferentes plataformas puede aportar una información muy valiosa en cuanto su nivel de vida y su manejo en la misma.
- La inspección previa de los vehículos, el estado del bien asegurado previo al siniestro es de suma importancia.
- El análisis de la capacidad económica de los involucrados, permite muchas veces aportar el estado de situación del asegurado y opera como un indicador de su situación.
- El cruce de información entre las diferentes aseguradoras del mercado es un elemento de alto valor indicativo, pues permite evaluar el historial siniestral y el comportamiento del asegurado en sus diferentes momentos de cobertura.
- La verificación de los dichos del asegurado, la profundización relativa a la forma de ocurrencia, los detalles de las actividades que realizó previo y luego del siniestro, cómo resolvió el inconveniente que le generó encontrarse con la imprevista e inesperada ocurrencia del hecho y la espontaneidad o no de su relato, pueden determinar la veracidad del mismo o su inexistencia.
- La utilización de las diferentes tecnologías y plataformas que utilizan las aseguradoras, cruces de datos, información sobre las personas.

Este análisis es realizado en un primer momento por el personal que la aseguradora cuenta dentro de cada sector y es quien determina su pase al sector específico de fraude, quienes realizan un análisis más exhaustivo y profundo del hecho, el cual en caso de considerarlo, suele ser derivado para realizar la investigación a estudios externos especialistas en el tema.

Cambios en la forma de investigar un fraude

Si bien el surgimiento de la pandemia y la consecuente cuarentena que se llevó a cabo en nuestro país, tuvo decenas de consecuencias negativas desde todos los puntos de vista, en lo que hace respectivamente al sector de fraudes de las aseguradoras, podemos decir que aceleró un proceso que ya se venía dando en el sector, relativo a los cambios en la forma de investigar un siniestro.

Anteriormente, años atrás, se consideraba que la forma más efectiva de relevar un siniestro tenía que ver con la inspección *in situ* del mismo, la concurrencia al lugar del hecho, verificar la situación. Hoy en día, si bien para determinados siniestros resulta fundamental su inspección en el lugar del hecho, lo cierto es que el surgimiento de la cuarentena obligó al mercado a tener que ingeniar y crear nuevas formas de investigación, que ya no tuvieran que ver con la inspección personal del lugar, debido en gran parte a la imposibilidad de circular, y ello estimuló la creatividad y capacidad de muchos investigadores que fueron *aggiornando* su procedimiento de investigación a la nueva realidad.

La combinación entre el desarrollo de la tecnología, el uso de internet, la adquisición de plataformas destinadas a brindar información muy detallada de las personas, el cruce de datos, las redes sociales, la ubicación de las diferentes ubicaciones en tiempo real, pero también la entrevista exhaustiva con el asegurado o la persona que tuvo el siniestro, las causas y consecuencias del mismo, los detalles que rodearon al hecho, la resolución de los problemas que la ocurrencia del siniestro trajeron al asegurado, cómo resolvió la cuestión, las entrevistas de las personas que lo ayudaron a resolverla, que estuvieron en el lugar del hecho, que participaron del mismo, el análisis de las fotografías y documentación, son los que nos llevarán a un resultado bien logrado, ya sea para despejar las dudas del caso o bien para recolectar indicios incuestionables de la inverosimilitud del hecho.



LA NUEVA

Cooperativa de Seguros Limitada

Contratá On Line tu seguro automotor ingresando a nuestra web

DESDE 1933
Honestidad para asegurar
Solvencia para responder

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

MEDIOS DE PAGO

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

Nº de inscripción en SSN 0163

Atención al asegurado 0800-666-8400

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

SSN | SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN



informe
operadores de mercado

Julio 2021

En numerología, 29 simboliza el "trabajo en equipo". Y esto es precisamente lo que caracteriza a Informe Operadores de Mercado. En Julio cumplimos 29 Años. Te invitamos a sumarte a nuestro aniversario.



Revista

Web

Newsletter

www.informeoperadores.com.ar

40 Años de ADIRA: Compañías aseguradoras a la vanguardia de la transformación digital



La digitalización que llevan adelante las empresas que integran la cámara Aseguradoras del Interior de la República Argentina (ADIRA) tiene que ver con la automatización de procesos, dinamizar la relación con los productores asesores y hacer más fluido el vínculo con los clientes.

La pandemia aceleró la digitalización de las empresas pero algunos se-



tores ya habían comenzado el proceso mucho antes de la irrupción del Covid-19 y eso posibilitó desarrollar las operaciones sin inconvenientes y atender rápidamente las necesidades de los clientes. La industria aseguradora es uno de los sectores que se volvió en la transformación digital y demostró desde el inicio de la crisis sanitaria que cuenta con respaldo tecnológico para facilitar las operaciones a sus clientes y garantizarles un mejor servicio. En el marco de su 40° aniversario, la cámara Aseguradoras del Interior de la República Argentina (ADIRA) compartió detalles del proceso de transformación digital que llevan adelante las compañías que integran la entidad. Las compañías asociadas a ADIRA representan más del 25% de la producción del mercado argentino y el 60% del seguro agrícola. Sus socios son Grupo Asegurador Sancor Seguros, Grupo Asegurador La Segunda, Grupo Asegurador San Cristóbal, Cooperación Seguros, Previnca SA, Asociación Mutual Dana, NSA y Segurometal. El Grupo Asegurador La Segunda viene llevando adelante un proceso de digitalización que contempla cambios en sus sistemas centrales, incorporando tecnologías worldclass como Guidewire y SAP. José Novo, Gerente de Marketing y Comunicación del Grupo Asegurador La Segunda, explicó que el eje de la estrategia de digitalización que lleva adelante la compañía tiene que ver con la automatización de procesos como la denuncia en cristales y robo de neumáticos y también con las plataformas de e-commerce para autos, hogar, accidentes personales, bicicletas (recreativas y delivery), bicicletas eléctricas y monopatines eléctricos.

En La Segunda también implementaron una APP móvil para el productor asesor de seguros (PAS): NetPro. «En ella pueden cotizar seguros de automotores, hogar y AP. Además, consultar su cartera de clientes y generar pagos de cuotas a través de Mercado Pago», detalló Novo.

Por otra parte, el grupo asegurador puso en marcha micrositios con toda la información de la agencia, productos, servicios, cotizador y también e-commerce incorporado. También una red de talleres homologados que se pueden geolocalizar según la ubicación del cliente. En La Segunda se enfocaron en la automatización robótica de procesos (RPA) y en proyectos vinculados con inteligencia artificial aplicada al reconocimiento de imágenes para la estimación de daños y con blockchain para la certificación de fechas y veracidad de datos para la suscripción de pólizas de riesgos agropecuarios, explicó Novo.

En Previnca el proceso de transformación digital comenzó hace cuatro años con la digitalización de documentos históricos y la implementación de una extranet para productores, la que brindó a los mismos una mejor capacidad de gestión. Gabriela Marchi, Gerente General de Previnca, contó que actualmente la compañía se encuentra en la fase final de la nueva versión, con tecnologías de última generación, compatibles con el nuevo sistema central e integralidad con aplicaciones móviles. «La inversión en infraestructura, a comienzos de año, nos permite continuar y mejorar la operatividad remota y la digitalización permanente, gracias a la migración de documentos a la nube», agregó Marchi.

Bajo la premisa que el mercado asegurador está cambiando y de que la tecnología es una parte fundamental de esta transformación, en Cooperación Seguros observaron las diferentes tendencias y se fueron adaptando a los distintos escenarios. «La innovación impacta en todas las áreas de la compañía porque es ante todo una transformación cultural y cada sector está trabajando en ese sentido», indicó Mónica Calderone, responsable de Comunicación Institucional de Cooperación Seguros. En todo lo relativo a infraestructura y tecnología, la transformación es en realidad el común denominador en el día a día de Cooperación Seguros. «Hacemos grandes inversiones tanto en software y funcionalidades, de uso interno como en la oferta hacia productores y asegurados», señaló Calderone.

Cooperación Seguros también se encuentra en plena transformación del core central: ha comenzado a implementar un software de primer nivel internacional que implicará la adopción de las mejores prácticas en los procesos y que será ejecutado primeramente con las líneas de automotores, motovehículos y accidentes a pasajeros.

En Grupo Asegurador San Cristóbal hace tres años se incorporó y desarrolló una estrategia de transformación digital en la operación y comercialización de los productos. Hoy casi el 90% de las operaciones son digitales. «Las herramientas digitales permitieron a todos nuestros clientes y terceros gestionar sus trámites desde la App, Sitio de Autogestión y Portal de Terceros. Además desarrollamos Sitio Seguro, una plataforma de adquisición integrada al Portal PAS que les permitió desarrollar la cartera incluso durante el período de pandemia», detalló Fabián Alegre, Jefe de Marketing Digital del Grupo Asegurador San Cristóbal.

Grupo Asegurador Sancor Seguros es otra de las compañías que integran ADIRA que se enfocó especialmente en la digitalización. «Somos una empresa innovadora por naturaleza y, en este sentido, buscamos estar siempre a la vanguardia en materia tecnológica, con el convencimiento de que es indispensable, para cualquier empresa competitiva, integrar los nuevos cambios y adaptarse a lo que exigen los consumidores/susarios actuales», destacó Marcos Gaido, Gerente de Marketing de Sancor Seguros.

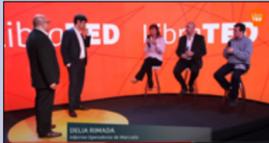
Breves de Informe

A nivel general, Sancor Seguros se encuentra trabajando en la implementación progresiva de plataformas tecnológicas world class (como Guidewire y SAP), utilizadas por las principales compañías a nivel mundial y que permiten contar con soluciones para la gestión integral del negocio. «Esto implica no solo un recambio del core tecnológico, sino también una transformación en nuestros procesos y formas de trabajo», apuntó Gaido. Además, en Sancor Seguros están dando los primeros pasos en el uso de la Inteligencia Artificial, Big Data e IoT (internet de las cosas) y desde hace varios años vienen implementando soluciones web y aplicaciones para dispositivos móviles orientadas

a que todas las gestiones se puedan realizar por medios digitales. En Segurometal desde hace un tiempo vienen trabajando para adaptarse a este proceso de transformación digital y algunos de los ítems más relevantes tienen que ver con la renovación de la web donde se han detallado las principales coberturas y el desarrollo de extranet, una plataforma de acceso web para productores, proveedores y asegurados que les permite realizar gestiones y comunicarse con la empresa. Además, pusieron en funcio-

namiento una App para dispositivos móviles donde sus asegurados pueden realizar una gestión integral de las pólizas, contó Germán Deiden, Jefe de Computos de la compañía. La pandemia también aceleró otros procesos digitales que permitieron a Segurometal adaptarse a los nuevos requerimientos logrando implementar la recepción de reclamos desde la web, digitalización de informes internos, turnos y consultas web, entre otros. «Esto nos permite tener hoy la totalidad del personal trabajando en forma remota, primer escollo a sortear ante la imposibilidad de trabajar en forma presencial», puntualizó Deiden. En rigor, desde Segurometal destacaron que «constantemente» se identifican problemas específicos para poder solucionarlos de manera digital y subrayaron que esta transformación requiere no solamente transformaciones en los procesos sino también en las personas involucradas con el adicional de las crecientes amenazas de ciberataques, ante lo cual se debe estar preparados. Los desafíos en materia de transformación digital para las compañías aseguradoras continúan y las empresas que integran la cámara ADIRA están dispuestas a implementar las mejores soluciones para automatizar procesos, dinamizar la relación con los productores asesores y hacer más fluido el vínculo con los clientes.

Informe Operadores de Mercado estuvo presente en el evento LibraTED: Transformarse Es Decisivo



Delia Rimada, Directora de INFORME Operadores de Mercado, estuvo presente como periodista invitada en el Espacio de Preguntas y Respuestas del evento «LibraTED: Transformarse Es Decisivo», realizado por Libra Seguros el pasado jueves 10 de junio. «Vivimos en una época de cambio constante, donde adaptarse es una necesidad», por ello LIBRA Seguros organizó un evento motivacional para PAS, que facilite el liderazgo para el cambio.

La Introducción a Libra TED estuvo a cargo de Juan Ignacio Percuchí, Gerente General de la Compañía. Luego, la agenda del evento contó con la Conferencia de Gabriel Mysler, Conferencista Internacional y Especialista en Seguros e Innovación, acerca de «El rol del productor como integrador del cambio», la cual dio paso a la presentación de Marcelo Colucci, Jefe de Producto de Orange Time, sobre las Soluciones Orange aplicadas al cambio.

Después del Espacio de Preguntas y Respuestas, el Cierre del evento estuvo a cargo de Gabriel Bussola, Presidente de Libra Seguros.

Integrity Seguros lanza Net Mobile, una nueva aplicación móvil para Productores

Desde Net Mobile se podrá realizar consultas sobre pólizas, cotizar autos y motos, y gestionar siniestros y comisiones. Integrity Seguros anuncia el lanzamiento de Integrity Net Mobile, la app que ofrece soluciones integrales a los Productores Asesores de Seguros, en pos de facilitarles sus operaciones. La aplicación móvil está disponible para iOS y Android, y los Productores de la Compañía ya la están utilizando para realizar muchas de sus gestiones diarias, con resultados positivos. «Desde Integrity Seguros siempre entendimos a la innovación como un eje del negocio. El contexto de aceleración digital que estamos viviendo nos obliga a seguir desafiándonos en este sentido», sostuvo Mariana Pertossi, Gerenta de Sistemas. «Buscamos facilitar el trabajo de nuestros Productores Asesores de Seguros, sobre todo en tiempos donde los paradigmas de la industria están cambiando», concluyó Pertossi. Descargá para: Android https://play.google.com/store/apps/details?id=ar.com.integrity.productores iOS (Apple) https://apps.apple.com/ar/app/integrity-net-mobile-pas/id1535262339



Grupo Sancor Seguros impulsó la visita de una comitiva encabezada por Daniel Scioli y empresarios argentinos



El pasado 9 de junio, el Grupo Sancor Seguros recibió la visita en Sunchales de destacadas personalidades del ámbito político y empresarial a nivel nacional. La comitiva estuvo compuesta por Daniel Scioli, Embajador Argentino en Brasil; José Urtubey, CEO de Celulosa Argentina y el empresario Diego Mazer. La agenda de actividades incluyó una visita al CITES (fondo de capital emprendedor en estadios tempranos, que invierte, co-crea, incuba y acelera proyectos basados en ciencia disruptiva que aborden necesidades de mercados globales) y a las nuevas instalaciones del Instituto Cooperativo de Enseñanza Superior (ICES). Allí llevaron a cabo un encuentro con la prensa local y regional, de la que también participó el Presidente de Sancor Seguros, Alfredo Panella; el CEO del Grupo Sancor Seguros, Alejandro Simón y el Consejero local y Presidente de Casa Cooperativa, Raul Colombetti.

El programa continuó con un recorrido tanto por el desarrollo urbanístico Ciudad Verde como por las instalaciones del Edificio Corporativo del Grupo, en el cual los visitantes tuvieron la oportunidad de conocer su historia a través del Centro de Interpretación Audiovisual y los principales indicadores y proyectos del Grupo por medio de una presentación, de la que participó también el Intendente de la ciudad de Sunchales, Dr. Gonzalo Toselli.

De esta manera, el Grupo Sancor Seguros organizó una visita institucional para que importantes referentes del mundo político y empresario de nuestro país pudieran conocer en detalle no solo las empresas que lo componen, sino también a Sunchales como polo de desarrollo para región.

Grupo San Cristóbal genera conciencia sobre la movilidad sustentable y segura

En el Día de la Seguridad Vial (10/06) se cumplió el primer aniversario de «Circulantes», una serie de contenidos multimedia en el que especialistas en movilidad comparten sus experiencias e invitan a la reflexión desde una mirada positiva. Cuestiones de género en el transporte, accesibilidad para personas con discapacidad, nuevas tendencias para vivir la ciudad y muchas más conversaciones sobre cómo nos movemos forman parte de Circulantes, una serie de contenidos multimedia propuesta por Grupo San Cristóbal que pone luz sobre temáticas relacionadas con movilidad sustentable y segura.



En el Día de la Seguridad Vial (10/06) este ciclo cumplió su primer aniversario y además fue declarado de interés municipal a finales del año pasado por el Honorable Concejo Deliberante de Rosario. Circulantes cuenta con dos temporadas de podcast y una serie de cortos para promover el diálogo entre diversas disciplinas, con la mirada positiva y amplia de especialistas de distintos puntos del país, que comparten sus experiencias con el objetivo de invitar a reflexionar a la sociedad. «Con un enfoque entretenido, interesante y novedoso, Circulantes nace desde la necesidad de transformar un tema distante y complejo en algo fácil de entender, para generar y mantener la conciencia urbana de toda la comunidad, no solo de los automovilistas. Nuestro desafío es seguir generando conciencia y reflexiones sobre una temática que es común a todos», señala Exequiel Arangio, Jefe de Comunicaciones y Sustentabilidad de Grupo San Cristóbal.

Esta iniciativa propone modificar hábitos y plantea cuestiones como las necesidades de una ciudad para adaptarse a los requerimientos de los ciclistas, los cambios en las costumbres de la movilidad durante la pandemia, la influencia de las aplicaciones para trasladarse y la inclusión de la perspectiva de género en el diseño de la circulación. Este ciclo cumplió su primer aniversario y además fue declarado de interés municipal a finales del año pasado por el Honorable Concejo Deliberante de Rosario. Circulantes cuenta con dos temporadas de podcast y una serie de cortos para promover el diálogo entre diversas disciplinas, con la mirada positiva y amplia de especialistas de distintos puntos del país, que comparten sus experiencias con el objetivo de invitar a reflexionar a la sociedad. «Con un enfoque entretenido, interesante y novedoso, Circulantes nace desde la necesidad de transformar un tema distante y complejo en algo fácil de entender, para generar y mantener la conciencia urbana de toda la comunidad, no solo de los automovilistas. Nuestro desafío es seguir generando conciencia y reflexiones sobre una temática que es común a todos», señala Exequiel Arangio, Jefe de Comunicaciones y Sustentabilidad de Grupo San Cristóbal.

Podcast, cortos y reses

El locutor y comunicador Federico Fritschí tuvo la idea y estuvo a cargo de la realización del podcast, cuyos contenidos son atemporales y pueden ser escuchados en plataformas como Spotify, Google Podcast, Apple Podcast y SoundTrack. Y con la producción de Pez Cine, los cortos «Historias circulantes» apuestan a que el espectador se sienta identificado con cada protagonista de la ciudad que relata su experiencia. Con la intención de construir una #ComunidadCirculante, este proyecto fomenta la participación y la discusión a través de sus redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, Youtube), sitio web y newsletter quincenal, donde se comparten los audios de los podcasts, las realizaciones audiovisuales y el material complementario que ayuda a promover la reflexión. Link al Video sobre Circulantes.

Acerca de Grupo San Cristóbal

Es un grupo financiero y de seguros argentino con presencia regional. Nacido en Rosario hace más de 80 años y de origen mutualista, cuenta entre sus Unidades de Negocio con San Cristóbal Seguros (en Argentina y Uruguay), Asociart ART, iúnigo Compañía de Seguros, San Cristóbal Retiro, San Cristóbal Servicios Financieros, Asociart Servicios y San Cristóbal Caja Mutual, entre otras. Además, cuenta con inversiones en innovación abierta a través de participaciones en incubadoras y aceleradoras de emprendimientos de base tecnológica y posee acciones de la compañía aseguradora «El Sol del Paraguay». www.gruposancristobal.com.ar

Kine Mobile, la innovadora app de Prevención ART para rehabilitar a los trabajadores accidentados



Recientemente lanzada, Kine Mobile combina lo mejor de la telemedicina con la vasta experiencia de la aseguradora en la recuperación de quienes han sufrido un accidente laboral.

Las transformaciones tecnológicas han permitido la creación de nuevos recursos para la prestación de servicios. Algunas actividades indispensables, sobre todo las vinculadas con la salud, encontraron dentro del contexto actual una solución para continuar los tratamientos sin riesgo.

En este marco surge Kine Mobile, una innovadora app que permite complementar el tratamiento de rehabilitación realizado en el consultorio, con ejercicios específicos que el paciente puede realizar en su domicilio. Desarrollada por Prevención ART, Kine Mobile permite brindar atención personalizada y a la medida de las necesidades de cada paciente a través de distintos ejercicios de rehabilitación, complementando en el hogar todo el trabajo realizado en los Centros Médicos Laborales. «Hasta ahora nadie había logrado llevar adelante gestiones de siniestros bajo una metodología diferente de rehabilitación de los trabajadores accidentados. Las consultas médicas virtuales ya son parte de nuestra cotidianeidad y para aquellos que se están recuperando de un accidente o una enfermedad profesional, una plataforma con tutoriales, dictados por kinesiólogos y dirigidos a cada paciente de manera personalizada, puede contribuir en la evolución de la rehabilitación sin que el trabajador salga de su casa», expresó Guillermo Davi, Gerente General de Prevención ART.

La propuesta consta de una rutina diaria preparada por el kinesiólogo a cargo del tratamiento y a la medida de cada paciente. En ella el profesional se filma realizando los ejercicios y los sube a la plataforma de Kine Mobile. Luego, el paciente, desde la aplicación en su celular, sigue los pasos indicados en el video para realizar los ejercicios. Una vez concluida la rutina, el paciente deberá valorar el resultado de la actividad, aclarando si tuvo molestias, dolencias o algún inconveniente en la ejecución del ejercicio. Permanentemente podrá comunicarse con el kinesiólogo de Prevención ART y realizar las consultas o comentarios que considere respecto a su rehabilitación. La aplicación posibilita un constante feedback entre pacientes y profesionales, permitiendo a estos últimos disponer de información de la evolución del tratamiento indicado en tiempo real. Previo a cerrar la aplicación, cada paciente deberá firmar una asistencia virtual.

De esta manera, para aquellos pacientes que residen en zonas alejadas y/o deban trasladarse por largas distancias hasta los centros de rehabilitación, Kine Mobile trae soluciones concretas para evitar la discontinuidad en muchos tratamientos, lo que impacta en la recuperación total de un trabajador y en la calidad de su rehabilitación. Kine Mobile permite acceder a propuestas diseñadas por el profesional de rehabilitación y adaptadas a las necesidades de cada trabajador, que van creciendo en complejidad de acuerdo a su evolución. «Desde todo punto de vista, es una solución innovadora, que no viene a reemplazar integralmente los tratamientos presenciales, por el contrario, los complementa y potencia las posibilidades de recuperación y reintegro al trabajo de los empleados accidentados», concluye Davi.

Zurich lanza nomADN, para dar respuesta a las nuevas necesidades de protección en la movilidad urbana

La compañía de seguros se adapta a las nuevas costumbres y hábitos vinculados a los modelos sustentables de traslados y presenta una propuesta innovadora en la que se podrán asegurar tanto bicicletas, monopatines como sus accesorios y, a su vez, las notebooks y los bolsos para transportarlos. La nueva realidad trajo consigo cambios en distintos aspectos de la rutina diaria, incluidos el trabajo y los medios de transporte. En ese sentido, Zurich presenta nomADN: una respuesta a las necesidades de seguros para movilidad urbana, adaptado a las nuevas costumbres vinculadas a modelos sustentables de traslado. A partir de esta propuesta actual que presenta la compañía, se podrán asegurar bicicletas, monopatines, accesorios, así como también, los dispositivos tecnológicos portátiles y los bolsos para transportarlos.

«Nuestra propuesta brinda un soporte integral para nuestros clientes. Los acompañamos con coberturas de protección para sus equipos y medios de movilidad para que puedan trasladarse de la manera que más se adapte a su estilo de vida. Estos neo nómades, que son las personas que no tienen un lugar de trabajo fijo, requieren de este tipo de productos. Es por eso que Zurich innova una vez más y presenta una nueva propuesta para quienes requieren de una movilidad más sustentable», explicó Mauro Zoladz, Head of Customer Proposition de Zurich Argentina. Las personas podrán contratar su seguro para equipos de movilidad de la manera que prefieran: on demand en la aplicación Zurich Now, desde la página web www.zurich.com.ar o solicitándolo a su asesor de seguros. También, encontrarán soluciones para proteger su movilidad diaria en Zurich Hogar.

«En la actualidad, y de acuerdo a un estudio realizado por Zurich recientemente, más de 5,5 millones de argentinos usan medios alternativos de transporte, sobre todo la bicicleta. Desde hace años, implementamos una estrategia centrada en las personas, para entender sus hábitos de vida e identificar las últimas tendencias. Es por eso que creemos que este nuevo seguro es una respuesta ideal para aquellas personas que utilizan medios de transporte más sustentables para moverse», aseguró Adriana Arias, Head of Communications de Zurich Argentina.

Breves de Informe

Fianzas y Crédito lanzó su Departamento de Gestión de Calidad

Estará liderado por Ana Rubio, con el objetivo de buscar la mejora continua de su servicio.

«Con gran alegría y orgullo queremos contarles que lanzamos oficialmente el Departamento de Gestión de Calidad de Fianzas y Crédito. Sabemos que la flexibilidad y adaptabilidad son características que nos definen y permitieron que rápidamente nos adaptáramos a una dinámica de trabajo 100% remota y digital para responder al contexto de pandemia que nos tocó vivir. Durante todo este tiempo, seguimos brindando un servicio de excelencia», destacaron desde la Compañía.

Es por ello que fieles a su filosofía y para seguir creciendo en la calidad de su servicio, desde Fianzas y Crédito decidieron crear este departamento bajo el liderazgo de Ana Rubio. «De esta manera, buscamos la mejora continua de nuestro servicio a través del fortalecimiento del vínculo con los Brokers, Productores asesores de seguros y clientes para poder responder a sus necesidades de la mejor manera».

Los objetivos del departamento son:

- Estar más cerca y comunicados para detectar prematuramente necesidades.
- Interactuar proactivamente para brindar soluciones rápidas y efectivas.
- Solicitar feedback permanente con el propósito de mejorar la calidad de nuestro servicio.

«Juntos, vamos para adelante, apostando por el futuro».

Ana Rubio | arubio@fianzasycredito.com



Integrity Seguros auspicia la campaña de seguridad vial lanzada por la Asociación Argentina de Compañías de Seguros



Bajo el lema «Evitar accidentes está en nuestras manos», el objetivo es concientizar sobre la responsabilidad al volante, luego de un año en el que el auto privado cobró un rol central en la vida de las personas, como consecuencia de la pandemia. La campaña que se desarrollará a lo largo de todo el año, consta de cuatro etapas en la difusión de mensajes clave. En primer lugar, se apuntó a la reducción de la velocidad, ya que con amorrar 10 km/h la marcha, se disminuye un 30% la cantidad de accidentes. Las siguientes etapas refieren al uso del cinturón de seguridad, al uso del celular al volante y al consumo de alcohol antes de manejar.

Todos los años, los accidentes viales causan 1300 millones de muertes en todo el mundo. Luego de un 2020 donde el uso del auto privado aumentó y se transformó en un lugar «seguro» para las personas que deben trasladarse, la Asociación Argentina de Compañías de Seguros consideró oportuno lanzar una campaña de concientización que contribuya a reducir la cantidad de siniestros al volante e Integrity no dudó en sumarse activamente a la iniciativa. La Aseguradora, como Compañía responsable, contribuye firmemente a impartir mensajes que generen conciencia en la comunidad, como parte de sus acciones de RSE. Recordemos que el año pasado, Integrity Seguros realizó una importante contribución económica al Hospital Solidario COVID Austral, destinado a brindar asistencia a personas contagiadas que no posean cobertura médica.

«Como actores de esta sociedad, no somos indiferentes a ninguna situación que afecte a las personas. Por ello, nos sentimos a gusto transmitiendo valores y brindando mensajes responsables en pos de la preservación de la vida humana, sea en la circunstancia que sea», sostuvo David Rey Goitia, Presidente de Integrity Seguros. «Como miembros de la AACs es un orgullo ver el compromiso de todo el sector en causas nobles y esperamos que sea una contribución para generar conciencia en la comunidad», concluyó.

San Cristóbal presenta Club de Referidos



San Cristóbal Seguros presentó Club de Referidos, un programa digital que ofrece beneficios para clientes y nuevas oportunidades de negocios para los Productores Asesores de Seguros. Con esta iniciativa de marketing, a la que se accede desde el Sitio de Autogestión o desde la app, todos los asegurados de San Cristóbal pueden realizar recomendaciones generando un código único para compartir con amigos y familiares, con un descuento exclusivo para la nueva contratación de su seguro automotor. Los clientes suman una chance para participar de un sorteo mensual por un Art TV 55" 4K por cada referido que complete su cotización online. Club de Referidos se suma a las acciones que la aseguradora realiza en pos de brindar beneficios adicionales a sus clientes y de continuar apoyando el crecimiento y profesionalización de sus productores a través de cursos de capacitación, actualizaciones, concursos, materiales de marketing y ventas, entre otras herramientas. Más información detallada en: https://www.youtube.com/watch?v=wDWx146oKMA

AFIANZADORA: 5 MM de Primas para las Garantías Aduaneras 2021

Escribe Mariano Nimo, Gerente General de Afianzadora.

En el primer cuatrimestre de 2021, la Argentina comienza a recuperar su volumen de intercambio comercial con un superávit que acumuló US\$2.500 millones.



Como dato positivo para el nicho de caución tenemos a la principal materia prima de demanda de las pólizas aduaneras electrónicas, las importaciones. Ellas ofrecieron un contundente avance del 38% versus mismo 'quarter' del 2020, lo cual empieza a reflejarse en el volumen de prima que provee el comercio exterior al negocio de las fianzas. Este repunte se explica principalmente por un mayor volumen (33%), y no precisamente por un aumento en los precios, que solo aportó un 3%. Entre las características de este comportamiento, se destaca el dinamismo de los segmentos de bienes de capital, de bienes intermedios y de piezas y accesorios para bienes de capital, lo cual aporta cierto optimismo a futuro en el alicaído y estratégico sector industrial argentino.

Cuando hablamos del ítem exportaciones, a cargo de un selecto grupo de empresas que no superan las 9 mil en Argentina, vemos un avance más modesto (22%). Esta lógica se revierte cuando nos referimos a las importaciones, donde los precios (17%) incidiendo mucho más que las cantidades aportadas (4%). Se estima que el volumen de primas aduaneras superará holgadamente los 5 mil millones de pesos este año, con más de 160 mil pólizas emitidas, convirtiéndose en uno de los segmentos más dinámicos.

Hoy más que nunca, debemos mantenernos firmes y no ceder en un entorno seducido por cierto atraso cambiario, una carencia de crédito internacional para la inversión pública, la prioridad insoslayable con el sector sanitario y un Estado que tendrá que regular su gasto para evitar un recalentamiento mayor del crónico flagelo social y económico de la modernidad argentina: la inflación.

#CulturaAfianzadora - Fuente: Afianzadora - Seguros de Caución http://www.afianzadora.com.ar/

Libra, primeras querellas en el combate al fraude



Libra ha asumido como política de la compañía un fuerte combate al fraude. Con el asesoramiento del Dr. Mariano Cúneo Libarona y todo el equipo interno de siniestros se lleva a cabo a través de metodologías de estándares internacionales la detección y consecuente elevación a la justicia de los casos que así lo ameritan. «El fraude es un delito y, como tal, lo debemos abordar ya que afecta de manera significativa los resultados económicos de las compañías de seguros, y de alguna manera castiga las tarifas de los asegurados de buena fe, ya que el excedente que implica el fraude está volcado a los costos, por ende si podemos bajar los índices de fraude, podremos tener mejoras en las tarifas, y así también mejorar la solvencia de las compañías aseguradoras en su conjunto», señaló Juan Ignacio Peruchí, Gerente General de Libra Seguros.

«Ya hemos ingresado querellas penales que han sido radicadas en la justicia y que responden a auto-robos o falsas declaraciones al momento de la denuncia. Entendemos que esta es la manera de terminar con el flagelo que sufre el mercado asegurador y estamos esperanzados que serán muchas las compañías que pronto tomarán este camino», concluyó Peruchí.

e-Consulta ART de Swiss Medical Seguros, ahora desde el celular



La Aseguradora de Riesgos del Trabajo de Swiss Medical Group actualiza la herramienta que facilita la recuperación de los trabajadores, integrándola a su App Mobile. A partir de ahora, los trabajadores que se encuentran en recuperación pueden acceder a un especialista directamente desde su celular. Esto es posible gracias a la integración de la herramienta e-consulta ART con la App ART Trabajadores, de Swiss Medical Seguros. La plataforma, que la compañía lanzó en enero del 2020, permitía hasta el momento solicitar un turno a través de una casilla de correo electrónico y acceder a la consulta virtual, por medio de una computadora. Fue sin dudas un proyecto innovador, que llegó en el momento oportuno, siendo de gran utilidad en un año atravesado por la pandemia del Covid-19.

Hoy, en un contexto que continúa siendo muy complejo, e-Consulta ART se renueva, brindándole a los trabajadores en recuperación la posibilidad de acceder a la consulta más fácilmente, a través del celular, sin necesidad de solicitar un turno previo y obteniendo la receta electrónica, en el caso de requerir medicamentos. Una nueva apuesta de Swiss Medical Seguros, para seguir optimizando los tiempos y gestiones, tanto de los trabajadores como de sus empresas clientes. Link para ver el Video

Los trastornos musculoesqueléticos constituyen la primera causa de discapacidad en más de 160 países

Entre este tipo de trastornos, el dolor lumbar es el más frecuente, con una prevalencia de 568 millones de personas sobre, aproximadamente, 1.710 millones en todo el mundo, según la OMS.

En nuestro país, según las cifras publicadas por la Superintendencia de Riesgos del Trabajo (SRT) en su 20º aniversario, los trastornos musculoesqueléticos, o TME, encabezaban -acorde a la encuesta nacional de condiciones de empleo realizada por el organismo en 2018- el ranking de las enfermedades de origen laboral. Además, según la Organización Mundial de la Salud (OMS), el dolor lumbar es el más frecuente, con una prevalencia de 568 millones de personas sobre, aproximadamente, 1.710 millones en todo el mundo.

En este marco, Provincia ART y la Fundación Argentina de Ergonomía (FADE) sellaron un convenio de colaboración mutua. El acuerdo contempla un abordaje integral entre los ergónomos de Provincia ART y los especialistas que integran FADE para la asistencia técnica a clientes sobre análisis de casos, evaluación de puestos, desarrollo de protocolos e interpretación de normativa con el objetivo de mitigar los TME y los riesgos psicosociales y reducir este tipo de siniestralidad. Además, se llevará a cabo el desarrollo de contenidos específicos y capacitación técnica sobre ergonomía para profesionales, empleadores y público en general.

Fuerte impulso a la ergonomía como herramienta de prevención
Esta tendencia se ha profundizado con la llegada del teletrabajo, advirtieron desde FADE, organización que realizó el relevamiento nacional más reciente en la materia del que participaron más de 500 trabajadores y trabajadoras de diversos ámbitos laborales. En este estudio, que se realizó durante la segunda mitad del 2020, el 82,5% de los encuestados manifestó haber sufrido dolencias musculares durante el Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio.

«En el contexto mundial provocado por la pandemia del COVID-19, la ergonomía laboral se torna una herramienta fundamental para combatir estos trastornos y proteger la calidad de vida», remarca Sebastián Astorino, Presidente de la Fundación, luego de la rúbrica del convenio de colaboración mutua sellado con Provincia ART.

En sintonía, Fernando Zack, Presidente de la aseguradora de riesgos del trabajo de Grupo Provincia, destacó: «Nuestro rol es el de acompañar a las personas que trabajan, a las empresas y los organismos que hacen al desarrollo del país. Nuestro compromiso es promover lugares más sanos y seguros, no solo entre nuestros clientes sino para todos los argentinos y las argentinas».

CNP Seguros lanzó su Plan Anual de Capacitación para Productores



Continuando con sus acciones de acompañamiento al canal comercial, CNP Seguros lanzó la edición 2021 del Plan Anual de Capacitación (PAC) para Productores Asesores de Seguros (PAS), continuando con la impronta digital que tiene desde hace años. El ciclo 2020 incluyó Webinars en vivo sobre diferentes temáticas pertinentes al desarrollo del PAS en un entorno digital, a raíz del contexto de pandemia.

Este año, el ciclo abrió en mayo con un módulo en estrategias de negocios en un contexto digital de la mano de la Million Dollar Round Table (MDRT), la prestigiosa asociación internacional de vendedores de seguros y agentes financieros con la que CNP está asociada desde el 2019. El orador fue Álvaro Aldrete Morfin, desde México, que cuenta con una gran trayectoria en venta de seguros, y que aportó claves para seguir trabajando el pasar del asesoramiento cara a cara a la incorporación de técnicas digitales.

El segundo módulo abordó estrategias de inversión y finanzas con la presencia de Alejandro Liska, periodista, conductor de Café Financiero, economista y docente de la Universidad de Buenos Aires (UBA). El objetivo fue sumar más herramientas a los PAS para brindar un asesoramiento más completo a sus clientes en temas financieros. Los próximos módulos estarán centrados en las neurociencias cognitivas, como técnicas de venta, por parte de reconocidos especialistas. Para el segundo semestre se sumarán capacitaciones en marketing digital, productos y más técnicas de venta.

El objetivo del PAC CNP es proveer a los Productores todas las herramientas que necesitan para desarrollar su actividad en un entorno digital, y que se suman a la estrategia integral que la compañía tiene en este sentido, con su oferta de productos, su sistema de venta digital y su plataforma de autogestión.

Todos los contenidos del PAC están disponibles en RED CNP, especialmente los exitosos encuentros 2020 de la mano de MDRT y LIMRA, la agencia de investigación en finanzas y seguros. La propuesta completa de beneficios y capacitación de CNP Seguros para PAS se encuentra en www.cnp.com.ar/productores

Breves de Informe

37% de las Organizaciones a nivel global fueron víctimas del Ransomware durante el 2020



Sophos, empresa líder mundial en ciberseguridad de última generación, presentó los resultados de la encuesta global El Estado del Ransomware 2021*, que reveló que el 37% de las empresas a nivel mundial se vieron afectadas por ransomware en el último año, porcentaje notablemente menor al 51% reportado en 2020. De dichas compañías, el comercio minorista (44%) y las instituciones educativas (44%) son las más afectadas, seguidas por empresas de servicios (42%) y gobiernos (40%).

El estudio también reveló que el 96% de aquellos cuyos datos estaban encriptados recuperaron sus datos y el 54% de las empresas indicó que se vieron afectadas por este delito, mientras que en 2020 esa cifra fue del 73%.

Además, el 39% de las entidades indicó que sus equipos de defensa pudieron detener el ataque antes de que pudieran cifrar sus datos, mientras que el 7% dijo que su información no fue cifrada, pero se les exigió el pago de un rescate de cualquier modo.

Sin embargo, la investigación apunta que el número de empresas que pagaron por el rescate de sus datos y los montos pagados se incrementaron de 2020 a 2021. Este año, el 32% de las empresas del mundo admiten haber pagado por un rescate, mientras que el pasado ese porcentaje fue de 26%.

En cuanto a montos, la encuesta señala que el pago promedio a nivel mundial fue de USD \$170,404. No obstante, los atacantes exigen cifras más altas en economías occidentales y desarrolladas, como Estados Unidos y Canadá, en donde el promedio fue de USD \$214,096, cifra 36% más alta que el promedio mundial. Alemania, Australia y Reino Unido también reportaron montos 26% más altos que la media. Pero, ¿recuperaron toda su información pese a realizar ese pago? Las probabilidades de restaurar toda la data son escasas. Sophos revela que en promedio solo el 65% de los datos cifrados fueron recuperados por las empresas afectadas mientras que más de un tercio de su información quedó inaccesible.

En los países latinoamericanos, ese porcentaje asciende al 77%. México, por ejemplo, se ubicó por encima del promedio mundial, ya que las empresas pagaron, en promedio, un total de USD \$2,03 millones por la recuperación total tras un ataque cibernético. Por el contrario, en Colombia y Chile los costos se encuentran debajo de la media, con USD \$1,26 millones y USD \$730.000, respectivamente.

El mapa de las amenazas India (68%), Australia (57%) y Estados Unidos (51%) se posicionan como las más afectadas por el ransomware y otros ciberataques, durante el último año. En América Latina, México quedó un nivel por debajo de la media global, con el 25% de las empresas afectadas por al menos un ciberataque. Lo mismo ocurrió en Chile y Colombia, donde la incidencia fue de 33% y 19%, respectivamente. El informe indica que esto se podría deber a que son países con un PIB inferior y, por ende, ofrecen un menor potencial de pago por rescate a los atacantes.

El costo de recuperación se duplicó
Si bien la incidencia de ataques cibernéticos disminuyó, a las empresas hoy en día les cuesta casi el doble recuperarse, ya que el pago del rescate de la información se suman a la inactividad provocada por el ransomware, el costo de los dispositivos afectados, la restauración de las redes, además del impacto en la confiabilidad, reputación y oportunidades perdidas en ese periodo. Los encuestados informaron de que el costo promedio de remediar las consecuencias provocadas por el ransomware fue de USD \$1,85 millones, más del doble de los USD \$761.106 registrados un año antes.

Recomendaciones
Sophos recomienda contar con personal de TI especializado y asegurar el acceso a herramientas de ciberseguridad de última generación que ayuden no solo a combatir los ataques presentes, sino también a detectar y anticiparse a potenciales indigestos futuros. Es importante, como empresa, siempre trabajar con la posibilidad de ser atacada, por lo que también se recomienda realizar constantes copias de seguridad y combinar la inteligencia de tecnología anti ransomware con la experiencia de especialistas para tener un plan de mitigación adecuado para evitar interrupciones y el pago de rescates a ciberdelincuentes.

(*) La encuesta El Estado del Ransomware 2021 fue realizada por Vanson Bourne, un especialista independiente en investigación de mercado, en enero y febrero de 2021. La encuesta entrevistó a 5.400 tomadores de decisiones de TI en 30 países, en los EE. UU., Canadá, Brasil, Chile, Colombia, México, Austria, Francia, Alemania, Reino Unido, Italia, Países Bajos, Bélgica, España, Suecia, Suiza, Polonia, República Checa, Turquía, Israel, Emiratos Árabes Unidos, Arabia Saudita, India, Nigeria, Sudáfrica, Australia, Japón, Singapur, Malasia y Filipinas. Todos los encuestados pertenecían a organizaciones con entre 100 y 5.000 empleados.

«Con el pago adelantado, el ahorro está al volante», una campaña de HDI Seguros



HDI Seguros presenta una campaña exclusiva para su Seguro de Automóviles denominada «Con el pago adelantado, el ahorro está al volante». La misma contempla descuentos de hasta el 25% por pago contado. HDI Seguros ofrece la posibilidad de ahorrar tiempo y dinero ofreciendo hasta un 25%

de descuento en el costo final del Seguro de Autos abonándose vía tarjeta de crédito o débito directo vía CBU. La promoción aplica para pólizas emitidas a través del Portal de Autogestión Productores y es válida hasta el 31 de julio inclusive.

Su gestión es ágil y 100% digital. Mediante la aplicación Check App, HDI Seguros brinda la posibilidad de realizar inspecciones previas así como de daños en caso de siniestros. En pocos pasos se pueden cargar datos personales, información del vehículo, subir las fotos correspondientes, agregar detalles de daños y guardar o acceder a las inspecciones realizadas para consultarlas o en el caso de ser necesario reenviarlas. Junto a la App HDI Móvil, los Portales Autogestión, el chatbot 24/7, el código QR y la póliza digital, el sistema de inspección Check App forma parte de la experiencia tecnológica que ofrece HDI a sus Asegurados y Productores. Asimismo, a través del Centro de Respuesta Inmediata (CRI) se pueden denunciar Siniestros de Autos y Riesgos Varios las 24 hs, todos los días del año.

HDI Seguros brinda soluciones de seguros para las personas, sus bienes y su vida, y opera en todo el país a través de una extensa red de Asesores de Seguros. Focalizada en una visión 360, ofrece soluciones asimismo de seguros para automóviles, consorcios, embarcaciones de placer, PyMES, vida, accidentes personales y una amplia gama de Mini Coberturas complementarias. Para mayor información, comunicarse al Departamento Comercial: comercial@hdi.com.ar

Fundación Trauma capacitará a 600 profesionales para fortalecer el sistema de salud en la Argentina con apoyo de Fundación MetLife



Fundación MetLife y empleados de MetLife en el mundo, se unieron para dar apoyo y respuesta a la comunidad en el país ante la situación sanitaria por Covid-19. A través de donaciones globales de colaboradores y fondos donados por la Fundación MetLife a la Fundación Trauma, se consiguió el capital para 600 becas destinadas a capacitar a médicos, enfermeras y kinesiólogos no intensivistas de la Argentina en el curso PARES -Preparación para el Aumento de la Respuesta del Equipo de Salud- con el objetivo de aumentar la capacidad de atención de pacientes críticos durante la pandemia de Covid-19 y fortalecer a los equipos de salud. Desde 2020, el programa ya ha formado a más de 11.000 profesionales no intensivistas en todo el país.

PARES es un curso 100% online, accesible desde cualquier dispositivo y desarrollado por especialistas. Actualmente, se han coordinado más de 130 aulas virtuales y alcanzando a más de 800 instituciones de salud de todo el país. Además, fue declarado de interés para la salud por la Legislatura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y cuenta con el aval científico de la Sociedad Argentina de Terapia Intensiva (SATI) y la Academia Nacional de Medicina y el aval institucional de autoridades sanitarias nacionales.

MetLife contribuyó con la Fundación Trauma al inicio de la pandemia en 2020, donando fondos para becas de capacitación. Este año, la Fundación MetLife, así como colaboradores de la compañía brindaron su apoyo y contribuciones para que más profesionales pudieran capacitarse en este momento crítico.

«Un servicio de terapia intensiva más robusto, con más profesionales entrenados, sin dudas ayuda a salvar vidas y nos llena de orgullo poder sumar nuestro aporte para que eso suceda», afirmó Carlos Bargiela, CEO y Presidente de MetLife Argentina & Uruguay.

«Desarrollamos el Curso PARES con el objetivo de brindar herramientas para mejorar la capacidad de respuesta del sistema de salud y acompañar el enorme esfuerzo y compromiso de los profesionales de todo el país en este contexto desafiante. Gracias al apoyo de Fundación MetLife y de sus colaboradores, podremos contribuir al cuidado de los equipos de salud y a la mejora de la atención de las personas infectadas con COVID-19, dejando capacidad instalada en las instituciones», expresó la Lic. Laura Bosque, Directora Ejecutiva de Fundación Trauma.

La reciente donación de fondos para las 600 becas constituye una de las múltiples iniciativas de las que MetLife ha participado durante el último año y medio para apoyar a la comunidad y reducir el impacto del coronavirus en la Argentina. Anteriormente, la compañía se unió al programa #SeamosUno, impulsado por el sector empresarial y entidades religiosas y sociales, que destinó productos alimenticios y de higiene a 4 millones de personas. A su vez, colaboradores voluntarios de la compañía y sus familias confeccionaron cubre bocas que fueron donados a la comunidad; se unieron al programa global «90 Days of Giving» de la ONG Save the Children, mediante el cual enviaron cartas a niños de diferentes países de Latinoamérica y a través de la Fundación Caminando Juntos compartieron videos de cuentos infantiles y se entregaron más de 200 libros de texto y manuales escolares para niños que pertenecen a la «Casa del Niño Amanecer».



GOURMEND

EL TROPEZÓN

Callao 248, C.A.B.A. / 011 4371 5046
eltropezonrestaurant

profile profile

MARÍA LUJÁN RISTORANTE

Un clásico de Tigre con vista al Río



Historia
María Luján Ristorante nació en el año 2005 como una iniciativa familiar de los cuatro hermanos Vieira. «Al principio lo tomamos como un hobby, pero con mucha pasión por el hecho de emprender en familia. Todos somos amantes de la gastronomía y queremos que el lugar reflejara nuestras costumbres y tradiciones», destaca Edgardo Vieira, Socio Gerente.

En ese momento cada uno se ocupaba de diferentes áreas del negocio como la administración, las compras, el servicio y la gestión. Con el tiempo, el negocio fue creciendo y lo que fue un hobby se convirtió en un clásico de Tigre, donde la mayoría de los vecinos del barrio y de zona norte empezaron a concurrir y a recomendarlos. Pero además, comenzaron a recibir la visita de turistas internacionales que buscaban conocer Tigre y también vivir una experiencia gastronómica distinta. «Nosotros estamos emplazados en el histórico Paseo Victorica, en una casona antigua remodelada y somos el único restaurante en la zona que cuenta con todos sus salones con vista al río, lo que brinda una sensación de relax o armonía cuando venís a almorzar o cenar», señala Edgardo.

Nombre

Como señaló Edgardo anteriormente, María Luján es un emprendimiento familiar, por eso a la hora de pensar un nombre querían que sus mayores afectos los acompañaran en el día a día. «Con mis hermanos

nivel, atención personalizada, calidez en todos sus rincones y naturaleza en su máxima expresión, para todos aquellos que lo visiten. Dentro de sus espacios, el restaurante cuenta con un salón cubierto con capacidad para 100 personas, un deck al aire libre para otros 100 comensales, un exclusivo salón ejecutivo para organizar eventos corporativos, y un salón principal con capacidad para 55 personas.

Todos los salones están disponibles para la organización de eventos sociales y empresariales, brindando también un servicio integral de organización, catering, musicalización e iluminación. Además, cuenta con estacionamiento propio con custodia permanente.

No obstante, y debido a la solicitud reiterada de algunos clientes y vecinos de la zona, en 2018 inauguró, muy cerca de María Luján Ristorante, un nuevo espacio llamado María Luján Terrazas.

Único en la zona, esta nueva propuesta para eventos sociales y corporativos busca ofrecer un servicio integral que se adapte a

todo tipo de eventos con el equilibrio ideal entre elegancia, naturaleza, tradición y vanguardia. Identidad que lo convierte en el lugar perfecto para que cualquier evento se convierta en un recuerdo inolvidable.

Terrazas posee una capacidad para 300 personas, cuenta con varios espacios en un solo predio y ofrece catering de primer nivel, con reconocidos proveedores de ambientación, técnica, foto y video y DJ'S, event planner, grupo electrónico, seguridad privada y cocheras exclusivas, marcando un gran diferencial con las demás propuestas de la zona.

Ambiente

María Luján Ristorante es uno de los restaurantes preferidos por los turistas nacionales e internacionales que visitan Tigre y por todos los residentes de la zona norte del Gran Buenos Aires. Fundado en 2005 por la Familia Vieira, el espacio gastronómico continúa fidelizando a sus visitantes habituales y aumentando su clientela, bajo la atención personalizada de sus dueños.

Gastronomía

La propuesta gastronómica de María Luján combina la tradicional cocina mediterránea, la elaboración cuidadosa y detallada de las pastas artesanales y la incorporación de alimentos propios de la zona, consolidando la identidad gastronómica que lo distingue y lo ha llevado a obtener múltiples reconocimientos, como el Primer Premio en el concurso «En busca del menú Tigre 2013- La identidad» y el Tigre de Oro en el año 2017). ➡



Una experiencia única de sabores, sentidos y colores



Vistalba, Valle las Nencias, El Esteco, Navarro Correas, La Mascota, Alma Mora, Trapiche, etcétera. Además, posee Cava propia para todos sus vinos de media y alta gama

Negocio

La propuesta de expansión de **María Luján** fue presentada en 2018 con la inauguración de **María Luján Terrazas**.

Ante este contexto especial, provocado por la pandemia mundial, **María Luján** implementó y se adaptó a los nuevos procedimientos de trabajo y a las medidas de prevención y protección sanitaria propuestas por las autoridades nacionales, para ofrecer a sus clientes, trabajadores y proveedores, protocolos en todos sus espacios. Algunos de los cambios implementados son:

- Por primera vez en su historia, y acompañando la premisa de quedarse en casa, implementó el **servicio de delivery**.

- Todos los días al momento del ingreso se le toma la temperatura a los empleados y se lleva un registro. En caso de que ésta sea mayor a 37.2 no se le permite ingresar y se lo envía a su casa para corroborar que no haya otro tipo de síntomas.

- Se colocó una alfombra sanitizante en la puerta de ingreso para limpiar el calzado.

- Se realiza la entrega diaria de barbijos a todo el personal.

- El alcohol en gel está presente en todos los espacios.

- Los teléfonos celulares se dejan al cuidado del restaurante, quien desinfecta uno por uno y los coloca en una caja hasta que se finalice el turno, de esta forma la cocina se convierte en un lugar en el que solo entran los trabajadores y la materia prima.

- Las mercaderías se desinfectan en un sector destinado para esa acción.

- En cada cambio de tarea se realiza el lavado de manos pertinente y también se realiza el lavado de manos frecuentemente.

- Una vez por ahora se desinfectan todas las mesadas -se hayan utilizado o no-, los picaportes, las canillas y los espacios comunes.

- Solo trabaja el personal necesario.

«Siempre fuimos muy meticulosos en lo que respecta a seguridad e higiene y los clientes que nos conocen saben cómo trabajamos. Pero en esta situación atípica tuvimos que adoptar y ampliar las medidas de prevención e higiene necesarias para poder brindar delivery al mismo tiempo que estamos trabajando en los salones para cuando podamos volver a abrir nuestras puertas», expresó **Edgardo Vieira, Gerente de María Luján.**



➔ Su cocina invita a adentrarse en una experiencia única e inolvidable de sabores, sentidos y colores. La carta ofrece una variada cantidad de platos originales para celíacos y vegetarianos, sugerencias, entradas, vegetales de la huerta, pastas, pescados y mariscos, platos principales y minutas. **María Luján** cuenta además con una huerta propia de especias para aromatizar sus platos.

La *trucha mediterránea*, el *salmón oriental* y los *ravioles de centolla* son algunos ejemplos de esta original propuesta que invita a vivir una experiencia inolvidable para el paladar.

En materia de **Entradas**, sobresalen platos como la *Mozzarella Caprese*; *Carpaccio de Lomo*; *Salmón Ahumado del Pacífico* o el clásico «*Picoteo María del Luján*» (Pulpito, mejillones, salmón ahumado, langostinos y arenques marinados con salsa provenzal y salsa de aceitunas sobre colchón de hojas verdes).

Entre los **Principales**, hay opciones como el *Lomo a las 3 Pimientas* (con mil hojas de papas a la crema); *Pollo Amalfitano* (relleno de espinaca, parmesano y panceta con puré de arvejas, batatas fritas y crema de ciboulette); *Cazuela de Lomo a la Crema* (con champiñones y papas noisette); o el *Risotto María del Luján* (Arroz azafranado con gambas y mejillones), entre otros.

Siendo las **Pastas Especiales** una vedette de la carta, se destacan propuestas como los *Ñoquis Soufflé de Espinacas Gratinadas*; *Raviones de Centolla* (Tinta de calamar con crema de camarón); *Sorrentinos Caprese* (Mozzarella y tomate desecado, albahaca, salsa de oporto y roquefort); *Fettucine con Frutos de*

Mar; *Raviolón de Salmón Ahumado* (Camarones, queso parmesano y crema de gírgola); o la *Lasagna Vegetariana*, entre otros.

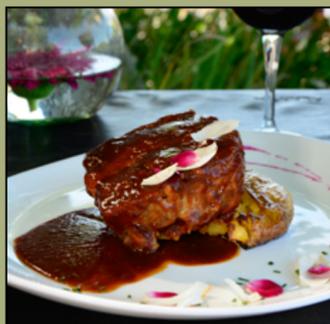
Una novedad implementada por **María Luján** es la opción de realizar encuentros de trabajo a orillas del río. A raíz de la pandemia provocada por el *Covid-19* muchas empresas se volcaron al *home office* e incluso cerraron sus puertas, eligiendo otros espacios donde desarrollar sus jornadas laborales y organizar sus reuniones. **María Luján** se suma a esta iniciativa y propone una original alternativa, compuesta por una oferta gastronómica de primer nivel, un entorno natural imponente y medidas de prevención e higiene en todos sus ambientes.

El restaurante está preparado para la realización de convenciones, reuniones, seminarios, *workshops* y todo tipo de jornadas laborales. Ubicado a pocos minutos de la ciudad, cuenta con tres salones altamente equipados con sistema de sonido, micrófono, pantalla, proyector de datos, servicio WI-FI y un exclusivo *deck* al aire libre.

Con diferentes opciones invita a compartir de una jornada de trabajo diferente, disfrutando de la tranquilidad de la naturaleza, la exquisitez de sus platos y la calidez y el confort, con el que desde hace más de quince años acompañan a los miles de visitantes que lo eligen.

Bodegas

La casa trabaja con bodegas como *Catena Zapata*, *Luigi Bosca*, *Salentein*, *Norton*, *Nieto Senetiner*, *Ruca Malen*, *Cadus*, *Viña Cobos*,



Lanzamos el Seguro de Retiro Colectivo.

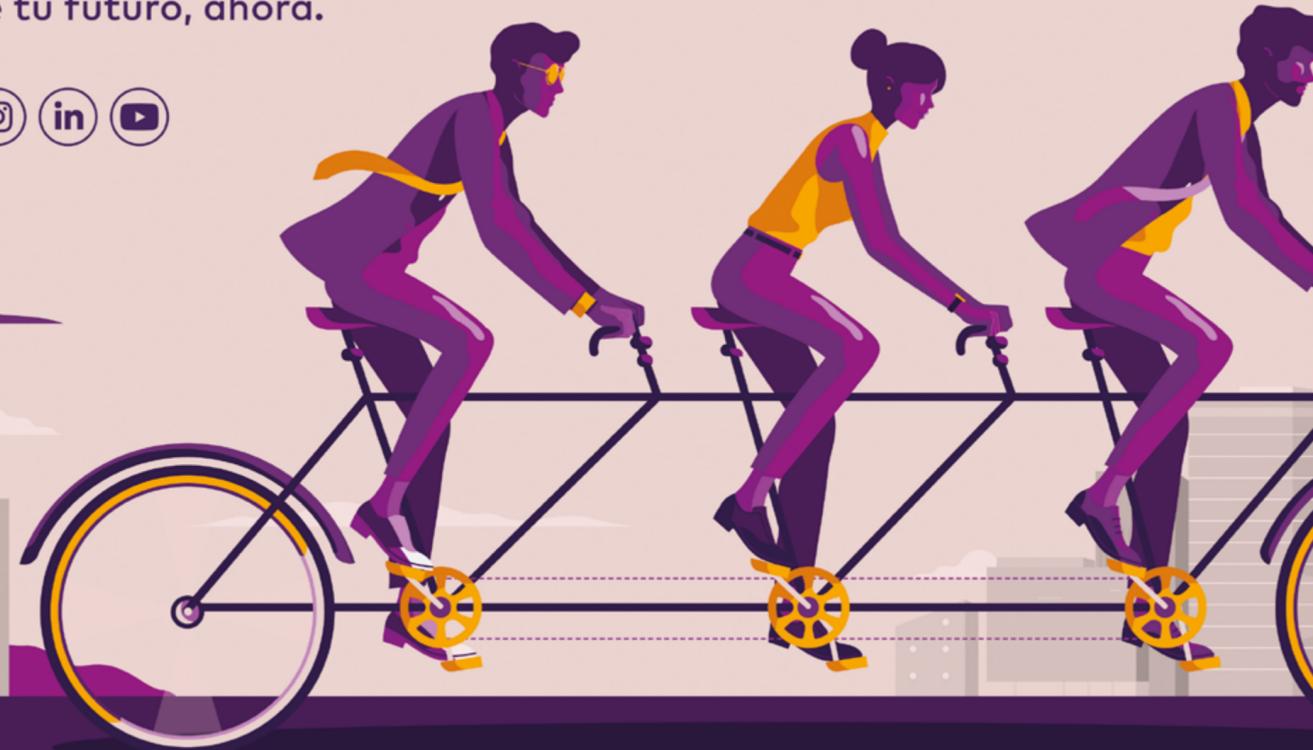
Llegó **Retiro Colectivo**, para que cada miembro de esa gran familia que es tu empresa, pueda prever su retiro con una inversión que lo ayude a concretar lo que quiera hacer con su futuro.

Entrá en prevencionretiro.com.ar y conocé más.

Prevención Retiro

de SANCOR SEGUROS

Prevé tu futuro, ahora.





TU TRANQUILIDAD CRECE.

www.galenoseguros.com.ar

informe

operadores de mercado



TU TRANQUILIDAD CRECE.

www.galenoseguros.com.ar

CARA
a
CARA

Fernando Ordosgoiti

Soltero - 33 Años - Signo Capricornio (18-01-1988)

Ejecutivo 360 Área Comercial de LIBRA Seguros



● **UN HOBBY**

Andar en bicicleta

● **LA JUSTICIA**

Prioridad absoluta

● **SU MAYOR VIRTUD**

Lealtad

● **LA SEGURIDAD**

Aspecto fundamental

● **AVIÓN O BARCO**

Avión

● **VESTIMENTA FORMAL O**

INFORMAL

Informal

● **UN SER QUERIDO**

Mi hermano

● **ACTOR Y ACTRIZ**

Paul Walker y Anne Hathaway

● **UNA ASIGNATURA PENDIENTE**

Tirarme en paracaídas

● **LA MENTIRA MÁS GRANDE**

La hipocresía

● **NO PUEDO DEJAR DE TENER...**

Amigos

● **UN RIESGO NO CUBIERTO**

La soledad

● **LA MUERTE**

Algo inevitable

● **EL MATRIMONIO**

Un compromiso

● **EL DÓLAR**

Resguardo

● **UN SECRETO**

No te lo voy contar, dejaría de

ser secreto

● **TENGO UN COMPROMISO CON...**

Mi pareja

● **ME ARREPIENTO DE**

No haber perdonado cuando debía hacerlo

● **SU RESTAURANTE FAVORITO PARA CENAR**

La Birra Bar

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

En el casino

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

Mi viaje de egresados

● **LE TENGO MIEDO A...**

No tener proyectos

● **EL PASADO**

Pisado

● **LA INFLACIÓN**

Insoportable

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

No

● **EL FIN DEL MUNDO**

Algo posible

● **UN PERSONAJE HISTÓRICO**

San Martín

● **EN COMIDAS PREFIERO...**

Asado

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

El cigarrillo

● **¿QUÉ COSA NO PERDONARÍA NUNCA?**

La mentira

● **EL LUGAR DESEADO PARA VIAJAR**

Paris

● **DIOS**

Figura relevante

● **EN TEATRO**

Una comedia

● **LA CORRUPCIÓN**

Nefasta

● **LA INFIDELIDAD**

Algo desagradable

● **PROGRAMA PREFERIDO DE TV / CABLE**

Auto al día

● **ESCRITOR FAVORITO**

Fontanarrosa

● **UNA CANCIÓN**

Liberdade Pra Dentro Da Cabeça, Natiruts

● **ESTAR ENAMORADO ES...**

Un estado maravilloso

● **LA TRAICIÓN**

Hecho horrible

● **SU BEBIDA PREFERIDA**

La soda

● **UN FIN DE SEMANA EN...**

La playa

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

País Vasco - Euskal Herria

● **MEJOR Y PEOR PELÍCULA**

Tigre Blanco

● **EL AUTO DESEADO**

Porsche 911 TURBO

● **PSICOANÁLISIS**

Algo que todos deberíamos hacer

● **UN PROYECTO A FUTURO**

Algo relacionado con lo gastronómico

● **MI MÚSICO PREFERIDO ES...**

Ciro

● **LA MUJER IDEAL**

Eva Mendes

● **EL CLUB DE SUS AMORES**

Pinocho

● **EL PERFUME**

Toque de personalidad

● **RED SOCIAL PREFERIDA**

IG

● **MI MODELO PREFERIDA ES**

Teté Coustarot

● **LA CULPA ES DE...**

Quien se quiera hacer cargo

● **MI PEOR DEFECTO ES**

Falta de paciencia

● **SI VOLVIERA A NACER, SERÍA**

Piloto de carreras

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

La bondad

● **UN MAESTRO**

Mi profe de historia del secundario

● **EN DEPORTES PREFIERO...**

El handball

● **UNA CONFESIÓN**

La honestidad

● **NO PUEDO**

Elongar mucho

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

Su sonrisa

● **EL GRAN AUSENTE**

La indiferencia

● **MARKETING**

Una mirada distinta

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

Una bici de carrera

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

Meditación

● **DE NO VIVIR EN ARGENTINA... ¿QUÉ LUGAR DEL MUNDO ELEGIRÍA?**

España

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

