



informe

operadores de mercado



Entrevista a Julio Scarafía

Director Comercial de El Norte Seguros



Una Compañía dinámica y eficiente

SIMPLE



PÓLIZA DE CAUCIÓN DIGITAL DE AFIANZADORA

EN EL MOMENTO Y SIN MOVERTE DE TU NOTEBOOK.

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

Escribinos a: info@afianzadora.com.ar



Escaneá para conocer más.



AFIANZADORA
SEGUROS DE CAUCIÓN

«Acompañamos al Productor Asesor en su gestión diaria con los Asegurados»

Fundada en 1938 por Don César Ignacio Scarafía, en la ciudad de San Francisco, provincia de Córdoba, El Norte Seguros considera a los Productores Asesores -su principal canal de comercialización- como aliados estratégicos. Por ello, pone a disposición del PAS una gran cantidad de herramientas que le brindan agilidad y rapidez en su trabajo diario, como lo es el Portal de Productores. La cartera de la Aseguradora tuvo un fuerte crecimiento en Motos y Accidentes Personales. En breve, está lanzando una cobertura para Bicicletas y un Seguro Paramétrico de Sequía para el Algodón, y está trabajando en transformar el Integral de Chacra en un Seguro Integral Agropecuario.



Scarafía. «Nuestra política comercial está enfocada al centro y norte del país, con participación en gran cantidad de localidades y provincias del interior. En diciembre del año pasado inauguramos nuestra Agencia en la ciudad de Posadas, Provincia de Misiones... Estamos trabajando fuertemente para incorporar la zona de Catamarca y San Juan dentro de nuestra área de influencia. También seguimos con el objetivo de desarrollar más aún nuestra presencia comercial en Salta y Jujuy. La provincia de Santiago del Estero sigue siendo una zona de gran interés para nuestra empresa.»

Entrevista al **Dr. Julio Scarafía, Director Comercial de El Norte Seguros.**
 - ¿Cómo logró acomodarse El Norte Seguros a los desafíos que planteó la pandemia?

- Frente al escenario complejo y sin precedentes que se presentó, comenzamos a operar automáticamente bajo la modalidad *Home Office*, adaptándonos a las pautas que establece el protocolo de seguros y con la firme prioridad de mantener el excelente servicio de atención a Productores y Asegurados que nos caracteriza, capitalizando así la inversión en equipamiento tecnológico que venimos realizando desde hace muchos años. Hoy nuestra Casa Central y Agencias se encuentran abiertas en base a los protocolos vigentes en cada localidad.

- ¿Cuáles son las últimas herramientas tecnológicas que tienen para ofrecer al PAS?

- Para avanzar junto a nuestra red comercial de productores asesores de seguros en la constante y rápida evolución digital y tecnológica que demanda el mercado actual, acelerada por la pandemia, logramos poner a su disposición una gran cantidad de herramientas que le brindan agilidad y rapidez en su trabajo diario. Esto se traduce en calidad en la atención con el asegurado.

La principal herramienta de gestión de nuestros productores es el **Portal de Productores**. A través del Portal, los productores pueden cotizar, ingresar solicitudes, solicitar endosos a las pólizas, gestionar las renovaciones y realizar las liquidaciones de cobranzas. Respecto a los siniestros, a través del Portal de Productores, la herramienta le permite al productor ingresar las denuncias de los asegurados. ➔

R.A.S.A

REASEGURADORES ARGENTINOS S.A.

Haciendo historia en el reaseguro Argentino desde 1992.

EXPERIENCIA
SOLIDEZ Y
RESPALDO
CALIFICACIÓN
AA-

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

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

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

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



ESCUDO SEGUROS
Una buena decisión

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





son los asegurados que van a recibir su póliza por los canales digitales disponibles, agregando valor y calidad en la comunicación con sus clientes.

- ¿Cómo trabajarán en materia de canales de venta? ¿Cuentan con algún programa de capacitación o desarrollo de la red comercial? ¿Qué papel jugará la venta online de seguros?

- Nuestro principal canal de comercialización son los PAS, una red muy amplia de **aliados estratégicos**. Los PAS han sabido responder con trabajo y dedicación al esfuerzo que fue dejar el contacto físico con la Compañía y el cliente y reinventar su vínculo con los asegurados. Estuvieron a la altura de las circunstancias que se presentaron, y se preocuparon por continuar con su intermediación con el mismo profesionalismo de siempre. El PAS debe continuar adaptándose a los cambios, para seguir creciendo y consolidándose como el principal canal comercial de seguros.

La capacitación, tanto para nuestros colaboradores como para la red comercial, es fundamental para poder seguir brindando un servicio de alta calidad para nuestros asegurados, y en este sentido realizamos permanentemente actividades que contribuyen con su formación. De hecho, recientemente



lanzamos un «Programa de Entrenamiento Comercial para nuestra Red Comercial de Productores Asesores de Seguros» con el objetivo de ayudar a potenciar sus habilidades comerciales.

- ¿Qué ramos crecieron en la composición de la cartera de la Compañía?

- Nuestra cartera tuvo un fuerte crecimiento del aseguramiento de **motos** y de pólizas de **accidentes personales**. Entendemos que las motos crecieron porque mucha gente optó por comprar una moto en vez de un auto, por los altos costos de los vehículos tanto nuevos como usados. Por otro lado, las pólizas de AP para empleados no amparados bajo la ley de contrato de trabajo y los grupos de deportistas (los que pudieron retomar las actividades en localidades donde está autorizado) hicieron que este ramo tenga un buen repunte.

- ¿Prevén lanzar nuevos productos? ¿Cuáles?

- En breve estaremos lanzando nuestra cobertura para **Bicicletas**, y estamos trabajando en un **Seguro Paramétrico de Sequía para el Algodón**, en conjunto con el Ministerio

de Agricultura de la Nación, y en la renovación de nuestro **Integral de Chacra**, para transformarlo en un **Integral Agropecuario** que satisfaga todas las necesidades de cobertura que tenga un productor rural.

Tenemos sujeto a autorización de SSN un **Seguro Paramétrico de Inundación** y también estamos trabajando en el desarrollo de **Seguro de Caución** para operaciones de crédito respaldadas por canje de granos.

En este momento estamos lanzando la tercera campaña de seguros paramétricos. Hasta el momento, tuvimos exitosas experiencias tanto con pymes como con grandes asegurados.

- ¿En qué consiste el Seguro Paramétrico de Sequía y quién puede acceder a este seguro?

- El seguro paramétrico cubre la disminución del rendimiento o déficit productivo en el cultivo asegurado, causado por la sequía. **Es un contrato que se basa en la variación de un índice.**

El índice tiene una alta correlación con el riesgo a cubrir, y está construido a partir de datos capturados satelitalmente que relevan información en diferentes zonas geográficas, que permiten identificar los cultivos, conocer sus estados de desarrollo (estado fenológico), calcular su tasa de crecimiento y estimar su rendimiento.

De esta forma, se determina y publica un valor del índice para cada riesgo y cultivo, con una apertura por zonas, cada una de las cuales responde a un área cuadrada regular de 0,2 grados de latitud y 0,2 grados de longitud. Acorde al valor que registre este índice al finalizar la vigencia de la póliza para la zona y el cultivo asegurado, se determinará la procedencia o no del pago de la indemnización a cargo del asegurador.

Esta cobertura permite garantizar el rendimiento esperado a partir de un evento de sequía en forma eficiente, transparente, objetiva y simple. El pago no requiere la presencia de peritos a campo ni solicitudes de reintegro, dado que **se basa 100% en tecnología satelital.**

Cualquier productor agropecuario o participante de la cadena agroindustrial de Argentina que directa o indirectamente esté relacionado con el riesgo climático en los cultivos puede acceder a esta cobertura: Productor agrícola, contratista, proveedor y distribuidor de insumos, copiador, exportador de granos, proveedor de logística, concesionario de vehículos/maquinaria agrícola y agente de financiación de la cadena agroindustrial. >>



Asimismo, mediante un *Proceso de Seguimientos*, pueden interactuar con el gestor del siniestro y tener conocimiento del estado del mismo en el momento que lo necesite. Además de estas utilidades, el Portal de Productores contiene variada información y datos que le permiten a nuestros productores una mejor gestión y organización de su cartera.

Una herramienta de mucha utilidad que brinda el Portal en esta época de sucesivas modificaciones en los valores de los vehículos es el **comparativo de sumas aseguradas de los vehículos** respecto al valor del mercado. Esto a los efectos de que nuestros productores puedan mantener actualizadas sus carteras.

Así como acompañamos constantemente a nuestros productores en su interacción con la compañía, también es necesario apoyarlos en su gestión diaria con los asegurados, y por eso contamos con el **Portal Asegurados** y la **App El**

Norte Seguros, para que nuestros asegurados puedan acceder a toda la información de sus pólizas y a su documentación de manera digital para cuando la necesiten o le sea requerida. En este sentido, incorporamos recientemente un **botón de pago** en nuestra *app*. Se trata de una alternativa ágil y simple que les permite a nuestros clientes realizar el pago de sus cuotas por este canal digital.

También acompañamos a nuestros productores en la captación de nuevos asegurados. El público en general que visita nuestro **sitio web institucional** tiene la posibilidad de obtener una cotización de la póliza para su vehículo, con la posibilidad de elegir al productor de seguros de su preferencia de acuerdo a su ubicación geográfica.

Es importante destacar que durante el período de aislamiento incorporamos también la **Póliza Digital**. A través de la misma, nuestros productores son los que deciden cuáles

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**

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

➔ - Además del Seguro Paramétrico, ¿qué otros Seguros para el Agro comercializa la Compañía? ¿Cuál fue el resultado de la aseguradora durante la campaña agrícola 2020/2021?

- Contamos con una amplia gama de coberturas para el agro, que incluye Seguro de Granizo con adicionales de heladas, resiembra y vientos, Incendio, Integral Agropecuario, Silo Bolsa, Transporte de Mercaderías, Ganado y Paramétricos.

La campaña atravesó, en un principio, momentos de incertidumbre en cuanto a la suscripción, ya que el impacto producido por La Niña afectó la implantación de los cultivos de la cosecha fina, así como también su desarrollo. Ello trajo aparejado una siembra de la cosecha gruesa fuera de fecha y con un bajo perfil hídrico. Algunas mejoras en las condiciones climáticas aliviaron los ánimos de los agricultores y, junto a la perspectiva de una mejora en los precios de los commodities, generaron un movimiento favorable en el número de hectáreas aseguradas. En cuanto a los siniestros, se registraron algunos eventos tempranos y con baja severidad, lo que permitió obtener un resultado positivo sobre el final de la campaña.

- ¿Desde el punto de vista comercial, harán foco en alguna zona del país? ¿En cuál?

- Nuestra política comercial está enfocada al centro y norte del país, con participación en gran cantidad de localidades y provincias del interior. En diciembre del año pasado inauguramos nuestra Agencia en la ciudad de Posadas, Provincia de Misiones.

Agencia Posadas es el centro de atención para esta importante región del país, lo que nos permite afianzar el vínculo comercial que nos une con nuestra extensa red comercial de PAS y Clientes, consolidando nuestra política de desarrollo y expansión.

Estamos trabajando fuertemente para incorporar la zona de Catamarca y San Juan dentro de nuestra área de influencia. También seguimos con el objetivo de desarrollar más aún nuestra presencia comercial en Salta y Jujuy. La provincia de Santiago del Estero sigue siendo una zona de gran interés para nuestra empresa. ☺

Publicación especializada de aparición quincenal
AÑO 29 / N° 696 - Agosto 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 N° 273.478.

¡Conocé TPC App!

Ahora tenemos servicios más eficientes y rápidos para nuestros clientes.

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

¡Y más!

TPC Productores DISPONIBLE EN Google play

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

Buscanos en TPC Seguros

Nº de inscripción en SSN 0741 | Atención al asegurado 0800-666-8400 | Organismo de control www.argentina.gob.ar/ssn | SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN



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

Se amplía la oferta de Seguros para Mascotas

Dialogamos con Fidel Centeno, Gerente Comercial de BBVA Seguros; Sebastián Diehl, Gerente Comercial de Galicia Seguros; Sebastián Groppa, Jefe de Suscripción de MAPFRE; y José Zambrana, CEO de DDN Central de Seguros, sobre las coberturas para mascotas en caso de robo, Responsabilidad Civil por mordeduras, daños a la propiedad de terceros, accidentes provocados por el animal, asistencia con gastos veterinarios en caso de accidente.

Escribe Lic. Aníbal Cejas

Iniciamos la charla con Sebastián Diehl, Gerente Comercial de Galicia Seguros, quien nos explicó en qué consisten las coberturas para mascotas que brinda la compañía: «Se trata de un plan para mascotas que contempla a perros y gatos de todas las razas y edades brindando cobertura a sus dueños en caso de fallecimiento por accidente o enfermedad del animal, de igual modo si ocurre un robo, y contempla también gastos veterinarios por accidente, extravío y en caso de sacrificio por enfermedad, accidente o vejez.

A su vez, incluye Responsabilidad Civil por la tenencia de animales domésticos.

Las sumas aseguradas dependen del tipo de plan que se elija, la raza y la edad de la mascota. Actualmente ofrecemos 3 planes que varían únicamente en el monto a cubrir en relación a los gastos veterinarios y por sacrificio. Los costos mensuales para cada plan son sumamente accesibles para los clientes».



Seguidamente, Fidel Centeno, Gerente Comercial de BBVA Seguros, señaló: «En nuestro país ofrecemos una cobertura para perros y/o gatos de compañía (pudiendo ser de raza o no) y al hogar donde habita. La mascota debe tener al momento de la contratación entre 3 meses y 9 años de edad, extendiéndose la cobertura hasta que cumpla los 10 años.

El seguro cubre gastos veterinarios producidos por accidente o enfermedad de la mascota, incluyendo medicamentos; Responsabilidad Civil ante reclamos de terceros por daños originados por la mascota como, por ejemplo, mordeduras, daños a la propiedad de terceros, accidentes provocados por el animal, etc.; y muerte o sacrificio por accidente, enfermedad o indicación de un veterinario.

La cobertura de RC posee una suma asegurada máxima de \$ 150 mil, mientras que las otras dos coberturas cuentan con sumas de \$ 15 ó \$ 30 mil según el plan elegido, cuyos costos son \$ 575 y \$ 744, respectivamente, por mes. Además, el seguro incluye incendio tanto del contenido como del hogar donde habita la mascota, y el robo de los bienes».

Desde MAPFRE Argentina, Sebastián Groppa, Jefe de Suscripción, precisó: «Nuestro producto cubre las consecuencias de posibles accidentes que puedan afectar a las mascotas, las 24 horas, los 365 días del año. En caso de que un accidente ocurriera al animal, la familia dispone de los medios necesarios para hacer frente a cualquier tipo de intervención por parte de un médico veterinario. Incluso, puede realizar aquellos estudios indispensables para que el profesional pueda obtener un diagnóstico más certero. Concretamente, la cobertura asegura anualmente los siguientes riesgos:

- **Gastos de asistencia veterinaria por accidente:** Con esta cobertura se indemnizan los gastos de asistencia veterinaria, a causa de un accidente que padeciera el animal asegurado. Tales gastos comprenden: Exploraciones iniciales, radiografías, análisis, electrocardiogramas, ecografías. También intervenciones quirúrgicas o de otro tipo, anestesia, material quirúrgico, medicamentos y prótesis. Cuidados postoperatorios, curas y estadía en clínica, cuando fuera necesario.
- **Robo:** En caso de robo del perro, la indemnización será del valor de un cachorro de la raza del animal asegurado (con límite de la suma asegurada establecida).
- **Extravío:** En caso de pérdida del animal por descuido del asegurado o persona encargada de su custodia (paseadores, residencias o personas a cargo del animal), se cubrirán los gastos relacionados con su búsqueda. Por ejemplo, insertar anuncios en la prensa o radio local. ➔



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



LIDERES EN SEGUROS DE CAUCIÓN

NUESTRO ESTILO



ADAPTABILIDAD

CREATIVIDAD

TRABAJO EN EQUIPO

COMPROMISO



Fianzas y Crédito
S.A. Compañía de Seguros



MASCOTAS



▲Sebastián Diehl, Gerente Comercial de Galicia Seguros

➔ • **Estadía en residencia para animales:** Esta cobertura se otorga exclusivamente si el dueño de la mascota es hospitalizado.

• **Sacrificio necesario y eliminación del cadáver:** Se indemniza el accionar realizado por el veterinario para poner fin a un sufrimiento irreversible del animal, como consecuencia de un accidente, vejez o enfermedad.

• **Responsabilidad Civil:** Una cobertura que le permite al asegurado enfrentar reclamos originados por los daños que su mascota pueda llegar a ocasionar.

La mascota tiene que tener entre 3 meses y los 9 años de edad. Pueden ser perros y gatos mestizos o de raza. El producto se comercializa por módulos. Actualmente el de mayor suma asegurada es \$ 75 mil para robo y daños. En lo que respecta a Responsabilidad Civil, el monto máximo es \$ 750 mil.

Luego, consultamos a los ejecutivos acerca de los servicios complementarios que ofrecen a los asegurados con este seguro, y Diehl detalló: «El diferencial de nuestro producto está dado precisamente por las asistencias que incluye y que son de gran utilidad para los dueños de las mascotas en su vida diaria. Entre ellas podemos destacar: servicios de castración y vacunación, aseo y limpieza dental, guardería, asistencia veterinaria de emergencia y traslado veterinario, descuentos en la compra de alimentos y accesorios. Con sus respectivos topes en montos y cantidad de eventos, pueden solicitarse las 24hs los 365 días del año».

Al respecto, Centeno dijo: «El seguro cuenta con asistencias adicionales como videollamadas con un veterinario y guardería de la mascota por vacaciones del titular, además de los servicios programados y de urgencias para la vivienda del titular de la póliza».



▲Fidel Centeno, Gerente Comercial de BBVA 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

Nº de inscripción en SSN 0157 | Atención al asegurado 0800-666-8400 | Organismo de control www.argentina.gob.ar/ssn | SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACION

Cotizá y contratá el seguro de tu auto con una bonificación adicional

Llamá al 0810.222.2444, consultá con tu productora o productor asesor de seguros o en provinciaseguros.com.ar.

Provincia Seguros | Grupo Provincia





Comercialización de las coberturas

Más adelante, indagamos sobre los canales de venta que ofrecen las compañías para comercializar estas coberturas. Los ejecutivos nos informaron que en **MAPFRE** se pueden contratar sus productos a través de sus productores o en sus oficinas distribuidas por todo el país; mientras que en **BBVA** se puede realizar de manera *on line* a través de la *app* y *web* de **Fielpet** (www.fielpet.com.ar/vbbva).

De forma similar, en **Galicía Seguros** su Plan para mascotas puede cotizarse y contratarse a través de *Online Banking* y la *App Galicia*. Además, utilizan el canal telefónico con asesores comerciales, así como también *Fonobanco* de **Banco Galicia** y en toda su red de sucursales.

Más asistencia para las mascotas

Recientemente, **DDN Central de Seguros**, también lanzó un servicio de asistencia para mascotas, llamado **Coberpet** (www.coberpet.com.ar), un sistema de asistencias y beneficios para perros y gatos. La iniciativa surge de la alianza con **Cardinal Assistance**, empresa de servicios de asistencia a nivel global con más de 20 años de trayectoria.

Coberpet es una cobertura que brinda protección en todo momento en gastos veterinarios por accidente y/o enfermedad, vacunas y desparasitado, infertilización, veterinario a domicilio para emergencias, alimentos «puerta a puerta» y baño de mascotas, entre otros servicios.

El servicio cubre a mascotas en todo el territorio argentino y brinda servicios muy variados:

- Gastos veterinarios por accidente y/o enfermedad.
- Primeras vacunas y desparasitado.
- Servicio de infovacunas.
- *Petphone* (asistencia telefónica ante necesidades médico-veterinarias de la mascota).
- Infertilización.
- Envío de alimentos a domicilio.
- Aseo de mascotas – Baño.



▲ José Zambrana, CEO de DDN Central de Seguros

- Hotel para mascotas por hospitalización del beneficiario (persona que figura en póliza).
- Paseo de perros por hospitalización del beneficiario (persona que figura en póliza).
- Certificación para viajes (consulta + reintegro de gastos por certificación).
- Horas de parto.
- Entierro/cremación.
- Orientación legal telefónica por responsabilidad civil.
- Asesoramiento en caso de daños a terceros.
- Referencia de hospitales y clínicas veterinarias, aseo y paseo de mascotas.

- Consultas veterinarias telefónicas las 24 horas.
- Consultas en centros veterinarios por urgencias.
- Chequeo general.
- Referencia y orientación de adiestramiento.
- Descuentos en compra de alimentos y accesorios.
- Reembolso de remís en caso de siniestro.
- Orientación legal telefónica.

Sobre el servicio, **José Zambrana, CEO de DDN Central de Seguros**, afirmó: «En nuestra sociedad las mascotas forman parte de la familia, principalmente perros y gatos. Nuestro mercado estaba solicitando asistencia completa para mascotas. Y **Coberpet** es la respuesta, con el respaldo del mejor equipo de expertos en seguros y asistencia».

Normativa

En Argentina la Ley N° 4.078 aprobada por la Legislatura porteña en diciembre de 2011, creó el registro de propietarios de perros considerados potencialmente peligrosos y reguló su tenencia. Esta Ley determina que **los dueños deben contar con un seguro de Responsabilidad Civil que cubra los gastos de los daños o lesiones que puedan llegar a producir a terceros u objetos.**

Además, estos animales deben estar identificados con una chapa colocada en el collar, en la que tienen que constar el nombre del dueño y el número de inscripción en el registro. Al ser llevados por la calle deben contar con un bozal colocado y una correa corta, de un máximo de dos metros no extensible.

Pero, ¿qué perros se consideran potencialmente peligrosos? La normativa contempla a las siguientes razas: *Pit Bull Terrier, Staffordshire Bull Terrier, American Staffordshire Terrier, Dogo Argentino, Fila Brasileño, Tosa Inu, Akita Inu, Doberman, Rottweiler, Bullmastiff, Dogo de Burdeos, Bull Terrier, Gran Perro Japonés, Mastín Napolitano, Presa Canario, Ovejero Alemán, Cane Corso* y aquellos adiestrados para el ataque.



Asimismo, **Groppa** mencionó sobre este tema: «Las razas peligrosas tienen que ver con características propias de cada una y sus antecedentes. En nuestras coberturas es un punto que solo se tiene en cuenta para la RC».

En sintonía, **Diehl** también especificó: «Nuestro seguro contempla en todos sus planes la Responsabilidad Civil independientemente de la peligrosidad -o no- del animal. Creemos que es algo importante destacar porque, más allá de la peligrosidad de la raza, siempre es preferible tener una cobertura contra daños que el animal pueda generarle a otros».

Pólizas y Siniestros

Para cerrar nuestro informe, les preguntamos a los voceros cuántas pólizas de mascotas tienen actualmente en sus compañías. Desde **Galicía Seguros**, **Diehl** afirmó: «Desde que salimos al mercado con este producto en agosto del año pasado hemos colocado ya más de 7 mil pólizas, apalancados en un producto que tiene muy buena aceptación, que es fácil de entender y, sobre todo, que resulta muy útil para los clientes gracias a los servicios que posee».

Por su parte, **Centeno** apuntó que, en **BBVA Seguros**, «contamos con una cartera de más 5.000 pólizas de este seguro. En cuanto a los siniestros más habituales de las mascotas, podemos mencionar la dermatitis, afecciones estomacales y enfermedades oculares».

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



Pérdida parcial y total por incendio sin franquicia.



Robo o hurto parcial al amparo del total sin franquicia.



Daños por granizo.



Servicio de gestión gratuito en caso de robo o pérdida total de la unidad.

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

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

Sumate a nuestra Red de Productores.



📍 Alicia Moreau de Justo 170 C-1107AAD - CABA - Argentina ✉ comercialpas@colonseguros.com.ar 🌐 www.colonseguros.com.ar

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

Productos a medida para los nuevos Consumidores



Los nuevos usuarios necesitan acceso a la información de lo que adquieren, conocer las características de los productos por los que están pagando, transparencia en los procesos, agilidad para interactuar con las empresas y entendimiento de los sistemas para poder manejarse con seguridad y confianza. Y sobre todas las cosas, piden productos personalizados, esto es, que se adapten exactamente a sus necesidades, podríamos decir, productos a su medida.

y podamos volver a la tan ansiada nueva normalidad. Nunca mejor utilizado el término de «nueva normalidad», dado que eso es lo que seguramente ocurrirá. Muchos de los pilares que sostenían la vida pre coronavirus ya no son queridos, deseados ni esperados por las sociedades. Podríamos decir que de algo tan malo hemos sabido sacar cuestiones positivas, que actualmente queremos que se instalen en esta realidad que recién comienza ahora, cuando empezamos a ver la luz al final del túnel.

La obligatoriedad de quedarnos en casa que, al menos en nuestro país, trajo consigo la llegada del virus durante meses,

potenció notablemente ciertos aspectos de nuestra vida a los cuales quizás antes no les asignábamos tanta importancia:

LA FALTA DE TIEMPO

El home office que si bien nos ahorra el tiempo de viaje desde y hacia nuestros hogares, implica la desaparición del horario laboral tal como lo conocemos. El trabajo inserto en todas las labores cotidianas de la casa y los hijos, sobre todo la superposición de la necesidad de cumplir con las tareas laborales y la virtualidad de las clases en las escuelas, complicó aún más la situación. De ahí surgió la necesidad de realizar un profundo análisis acerca de **cómo hacer el mejor aprovechamiento posible del tiempo disponible.**

Esto sin duda marcó claramente el comportamiento de los consumidores, quienes se volcaron al uso de herramientas que le permitieran satisfacer sus necesidades en el menor tiempo posible, pero cuyo consumo no se agotará claramente con la pandemia sino que, una vez descubiertos sus beneficios, pasarán a formar parte de la habitualidad:

- Ecommerce, las compras por internet crecieron a pasos agigantados.
- Uso de servicios de delivery.
- Adquisición de utensilios de cocina que facilitarían la tarea de cocinar todos los días,
- Utilización de los robots de limpieza ante la imposibilidad de contar con ayuda del exterior, ➔



Escribe Dra. Gabriela Álvarez

Productos a medida, transparencia y agilidad

Pandemia, Covid, vacuna, distancia social, aislamiento, barbijo, #Quedateencasa, son todas palabras y frases que venimos escuchando, leyendo y escribiendo desde aquél 19 de Marzo de 2020 hasta el mismísimo día de hoy, y que por un tiempo seguiremos leyendo, escuchando y escribiendo hasta tanto toda esta realidad -que a veces parece un mal sueño- termine



¡Extendimos la promo! con el pago adelantado, el ahorro está al volante.

Reducl hasta un 25% el costo final del seguro de tu auto (*)

📱 Gestión ágil y 100% digital. 💰 Pago por tarjeta de crédito o CBU.

Consultá más sobre los alcances y límites en HDI@HDI.COM.AR



(*) El otorgamiento de la póliza está sujeta a previa autorización y revisión del automotor por parte de HDI Seguros S.A. Promoción válida para la República Argentina solo para nuevas pólizas de seguro automotor, emitidas vía el Portal de Autogestión PAS HDI Seguros, a través del Producto "Automóviles Contado", utilizando forma de pago Tarjeta de Crédito o débito directo vía CBU. El descuento se verá reflejado en el momento mismo de cotización y emisión de la póliza. Como en todos los seguros existen riesgos no cubiertos. No incluye impuestos en caso de aplicarse. No acumulable ni canjeable con otras promociones. Las imágenes son de carácter ilustrativo.



Cumplimos

25 AÑOS

Y NUESTRO DESEO ES SEGUIR CUMPLIENDO CON VOS

Cuidando la salud de tu trabajo





PANDEMIALS

- La compra de productos relativos al *fitness* marcada por el cierre de los gimnasios, pero también por el descubrimiento de los beneficios de tenerlo en casa y la posibilidad de su uso en cualquier tiempo y lugar.
- Inversión en tecnología y comodidad para llevar a cabo el trabajo desde casa de forma más ágil y segura, y la necesidad de contar con varios dispositivos para que cada integrante del hogar -en la medida de lo posible- pudiera llevar a cabo sus actividades sin interrupciones.
- La contratación de mejores servicios de internet que permitieran navegar rápidamente aún con varios dispositivos conectados.

ADAPTACIÓN AL CAMBIO PERMANENTE

Si hay algo que nos trajo de positivo esta pandemia, tiene que ver con el desarrollo de la **habilidad de cada uno para adaptarse a los cambios constantes**. No sólo por las medidas que imponía el gobierno relativas a los cierres y aperturas, sino también por la presencia de casos sospechosos o confirmados, que nos llevan a aislarnos en varias oportunidades, o incluso ante la aparición de síntomas de Covid que nos cambian de un minuto a otro todo lo planeado.

Modificación de hábitos y necesidades de consumo

Estar en casa provocó grandes modificaciones en nuestra vida diaria. La ropa de trabajo dejó de utilizarse, optando por ropas más cómodas acordes al hecho de permanecer en casa. El hábito de la cocina también se vio modificado, donde la comida casera fue una de las grandes protagonistas de la cuarentena y a ello se sumó la necesidad de una comida más saludable. La tecnología debió optimizarse para cumplir con el *home office* e incluso se incrementó la adquisición de nuevos dispositivos para abastecer las necesidades de toda la familia en una era de virtualidad cien por ciento. La necesidad de estar saludable provocó un auge en la compra de productos de *fitness*.

Todas estas nuevas necesidades provocaron un cambio en la valoración de las nuevas prioridades que impactó de lleno en el mercado, con un claro foco puesto en el hogar, la salud y el bienestar, impulsando el consumo de algunos rubros por sobre otros, como es el claro ejemplo de la indumentaria. Esta reevaluación de prioridades incluyó también el rol del consumo en la vida, es decir, qué y por qué compramos lo que compramos, donde nuevos bienes o servicios se presentaron como necesarios e imprescindibles como, por ejemplo, la salud, el bienestar, la conectividad, entre otros.

Ello trajo aparejado un **cambio en el perfil de consumidor**. Hablamos de un consumidor más reflexivo, consciente de sus elecciones y abierto a evaluar si realmente aquello que está comprando vale la pena o no.

Diversos estudios dan nota de un **fuerte incremento en la compra de tecnología y electrodomésticos**. El 43% de los compradores eligieron realizarlo de forma *online*, y el 46% de los que hicieron una compra *online* durante el año 2020, adquirió un producto de una categoría que nunca antes había comprado, lo que deja de manifiesto la confianza que ese canal se supo ganar. Hoy las empresas han pasado de competir por las tarifas a competir también en los beneficios que ofrecen tanto de entrega sin cargo, como de facilidad en la adquisición, cercanía, entre otras. En los casos de empresas que cuentan con la posibilidad de descargar una *app* para concretar las operaciones, resulta fundamental que la misma funcione, dado que al mínimo intento de descargarla y no poder hacerlo, la desinstalan automáticamente.

Los nuevos usuarios necesitan acceso a la información de lo que adquieren, conocer las características de los productos por los que están pagando, transparencia en los procesos, agilidad para interactuar con las empresas y entendimiento de los sistemas para poder manejarse con seguridad y confianza. Además de ello, necesitan **todo a tan sólo un click de distancia**, lo que implica que el lenguaje debe ser bien claro y no dejar lugar a dudas, porque una duda no resuelta a tiempo puede provocar el desiste de la compra.

El Sector Seguros y el nuevo consumidor

Lo mencionado hasta ahora, fija una base para entender desde qué posición arranca el consumidor cuando se enfrenta a la necesidad o al deseo de contratar un seguro.

Dicho deseo o necesidad surge como consecuencia del sentimiento de vulnerabilidad o fragilidad que cada persona ➔



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 LELOIR

www.scbrokerdeseguros.com

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

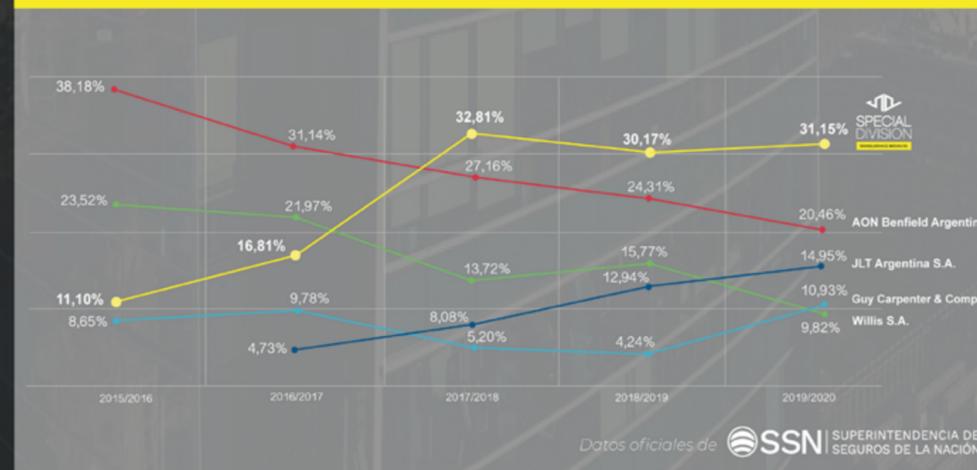
Nº de inscripción en SSN 1250 Atención al asegurado 0800-666-8400 Organismo de control www.argentina.gob.ar/ssn SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN



SPECIAL
DIVISION
REINSURANCE BROKERS

EL BROKER DE REASEGUROS INDEPENDIENTE

1 EN PRIMA INTERMEDIADA



www.specialdivisionre.com

info@specialdivisionre.com

PANDEMIALS

EL NUEVO CLIENTE PIDE INTERACCIÓN CON LA EMPRESA, PERO SOBRE TODO, PRODUCTOS PERSONALIZADOS

→ experimenta sobre ciertos temas, y ello lleva a la necesidad imperiosa de cubrir ese riesgo, lo que nos permitirá poder desarrollar nuestra vida con mayor tranquilidad. En definitiva, eso es lo que se persigue con la contratación de un seguro: **tranquilidad y seguridad ante la incertidumbre de la ocurrencia de un hecho imprevisto por el asegurado.**

De allí surgen dos temas primordiales:

- En un **primer momento**, la necesidad de una contratación ágil, sencilla, que brinde al consumidor la posibilidad de entender lo que se está contratando, la posibilidad de hacerlo desde la comodidad del hogar las 24 horas los 365 días del año, el pago de un precio razonable y la adquisición de una cobertura que logre una transferencia completa del riesgo que hoy en día considero que pesa sobre mis bienes, mi persona, mi empresa, mi familia.
- En un **segundo momento**, y desde mi punto de vista el más importante, la comprobación de que lo contratado valió la pena y me brindó esa tranquilidad que buscaba, lo cual se ve plasmado ni más ni menos que al momento de la ocurrencia del evento dañoso, imprevisto y no querido. Así como fue sencilla y ágil la contratación, ahora exijo que la resolución del siniestro sea igual de ágil y sencilla para cumplir mis expectativas.

Estos procesos que ya se venían gestando previo a la pandemia, con la llegada del virus se agilizaron, y lo que pensábamos que tardaría 10 años en llegar, tardó finalmente sólo 1. Esta adaptación a los nuevos consumidores y la nueva realidad, implicó para las empresas un cambio no sólo en lo tecnológico sino también en lo cultural, dado que a pesar de que la pandemia finalmente llegue a su fin, muchos de los cambios implementados llegaron para quedarse y deberán subsistir.

Obviamente, el surgimiento de la pandemia, y el hecho de que ésta estuviera relacionada con un tema netamente de salud, provocó un aumento muy notable en el interés de los consumidores por los seguros de vida y salud, no sólo por la propia sino también por la integridad de su familia y seres queridos.

Pero la pandemia tuvo también otras derivaciones no menos importantes. La cuarentena dio lugar al *home office*, lo que llevó a un aumento en el interés de proteger los elementos de trabajo, principalmente las *notebooks* y los celulares. El *home office*, a su vez, dio lugar a un incremento exponencial en las transferencias de datos y el uso de redes sociales y aplicaciones de videoconferencia y videollamada, lo que dio lugar a la actividad de los *hackers*, y el fraude informático también fue motivo de muchísimas consultas por ciber seguros.

Estar en casa tanto tiempo colocó al hogar en un lugar preponderante, elevando así el interés por la protección del mismo y de los bienes existentes en su interior.

La pandemia y la prohibición del uso del transporte público dieron lugar a la búsqueda de nuevas alternativas de movilidad y, a pesar de que la bicicleta se llevó todos los premios durante esta época, también vivieron grandes incrementos el uso de monopatines eléctricos y todo tipo de medios de transporte alternativos al uso público.

Por el contrario, la prohibición de circular que reinó durante varios meses, provocó una caída en el interés del seguro automotor, lo que obligó a las empresas a generar importantes promociones de rebajas de este seguro, en algunos casos hasta un 50%, con el único fin de no perder al cliente y mantenerlo en su cartera. Dicho descuento,



afortunadamente, se vio compensado por la baja de la siniestralidad durante estas fechas.

En esta misma línea, el cierre de gran cantidad de empresas, tanto pymes como grandes firmas, provocó una importante caída en los seguros de integral de comercio y riesgos del trabajo, debido a que las empresas en algunos casos debieron cerrar sus puertas por las restricciones impuestas por el gobierno y, en otros casos, debieron cerrar definitivamente.

Cómo adaptarse a esta nueva realidad

El nuevo cliente pide diálogo con la empresa, interacción y más agilidad para facilitar su vida. Pero por sobre todas las cosas, pide productos personalizados, esto es, que se adapten exactamente a sus necesidades, podríamos decir, un producto a su medida.

Pero, ¿qué sería en seguros un producto a medida? Podríamos definirlo como aquella cobertura que en primer lugar conozca a su usuario, sus datos personales, qué tipo de vida lleva, cuánto y cuándo utiliza el bien asegurado, con qué fin lo hace, de qué manera lo hace, ello permitiría brindar una cobertura acorde a los riesgos a los que se ve expuesto, por un lado, y por el otro, un precio razonable a la utilización que hace de ese bien que, por cierto, puede ser muy distinta de otros usuarios, lo que podría generar grandes desigualdades si a todos les brindáramos la misma cobertura al mismo precio.

Un ensayo muy importante que se aceleró con la cuarentena en este tema, tuvo que ver con el seguro automotor. Muchas empresas de seguros promocionaron productos de autos, en base a los kilómetros realizados, las zonas por las cuales se maneja el asegurado, quién lo conduce, qué tipo de uso le da al vehículo, cómo es su frecuencia siniestral, entre otras. Ello redundó en beneficios para ambas partes, para el asegurado porque abona un precio inferior y justo por el uso que le da a su auto y para la aseguradora porque conocer al cliente implica una reducción en la siniestralidad. Es más, si vamos más allá de lo que la cobertura implica, podríamos decir que este tipo de seguros generan en el cliente una actitud diferente, dado que cuanto mejor conduzca y menos siniestros tenga, menos pagará de seguro, lo que implica una conducción más responsable con la consecuente baja en la tasa de siniestralidad y, por ende, de lesionados y fallecidos en accidentes de tránsito. Obviamente, estos tipos de seguros implican para la empresa de seguridad una importante inversión en tecnología y telemática, tendientes a obtener del asegurado la mayor cantidad de datos en tiempo real.

Hoy en día, las aseguradoras deben desempeñar un papel activo y en muchos casos tomar la iniciativa, no tanto basado en el riesgo, sino más bien participar y fomentar la promoción de un estilo de vida más saludable, ello se podría aplicar a todos los tipos de seguros y redundaría en una baja en la siniestralidad en los seguros de salud, vida, entre otros, fomentando una alimentación más saludable y la realización de actividad física, también en los seguros sobre bienes determinados, como el auto, el hogar, entre otros.

Los nuevos consumidores aceptan compartir sus datos personales, siempre que se les garantice seguridad y privacidad desde ya, a cambio de nuevas experiencias. Esta nueva generación se inclina más por aquellas empresas que ajustan sus productos a su medida, brindan una mayor transparencia y tienen modelos de precios justos por el servicio brindado. ☺

Más Herramientas. Mejor Servicio

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



FEDERACION PATRONAL SEGUROS S.A.

www.fedpat.com.ar



Nº de inscripción en SSN 726

Atención al asegurado 0800-666-6400

Organismo de control

www.argentina.gob.ar/ssn

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACION



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.

San Cristóbal SEGUROS

ASOCIART

San Cristóbal RETIRO

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

GRUPO SAN CRISTÓBAL

Orígenes Seguros llega a un acuerdo para adquirir MetLife Seguros en Argentina

**Orígenes
SEGUROS**

Los accionistas del Grupo Financiero GST, controlante de Orígenes Seguros, han concretado la firma del acuerdo por la compra del 100% de las acciones de MetLife Seguros. El cierre

definitivo de la operación está sujeto a la aprobación por parte del organismo regulador. Con esta adquisición el Grupo GST, a través de su compañía Orígenes Seguros, consolida y fortalece su participación en el mercado de Seguros en la República Argentina, donde ya opera las compañías Genes Seguros de Retiro, Orígenes Seguros y Orígenes Seguros de Retiro, con una presencia de más de 30 años en el mercado asegurador, con más de \$100.000 millones de activos bajo administración. Resaltamos que todas las condiciones de contrataciones de pólizas por parte de los clientes se mantienen inalteradas.

«Esta adquisición consolidará la posición de liderazgo de Orígenes Seguros, convirtiéndose en la empresa de más rápido crecimiento en la industria local de protección, aumentando los activos bajo su administración y posicionándose como líder en el segmento de seguros de vida», afirmaron los principales accionistas del Grupo GST, Roberto Domínguez y Pablo Peralta, quienes agregaron que «para Orígenes representa un salto cuantitativo y cualitativo en sus operaciones. Nos enorgullece seguir invirtiendo en el país y apostando por el desarrollo y crecimiento de la Argentina. Con la compra de MetLife Seguros, redoblamos nuestro compromiso para, junto al nuevo equipo, ofrecer el mejor servicio y calidad a nuestros clientes en el largo plazo».

«Nos complace que Orígenes vea nuestro sólido negocio en Argentina como un motor de crecimiento y valor, y confiamos que serán los administradores correctos del negocio para nuestros clientes y colaboradores», comentó Carlos Bargiela, gerente general de MetLife Argentina. Luego añadió: «Si bien esta transacción forma parte de nuestra estrategia corporativa de enfocarnos y simplificar nuestros negocios, esperamos mantener una presencia significativa en Argentina a través de MetLife Servicios, nuestra compañía de servicios que emplea a 150 profesionales talentosos que dan soporte a diversas operaciones de la compañía alrededor del mundo».

El Grupo GST participa en el sistema financiero con las aseguradoras Orígenes y Genes, el banco corporativo BST, Quinquela Fondos en FCI, con Fid Aval en SGR, GST Capital en Leasing, la compañía de créditos para el consumo Directo y la empresa Gestión, de cobranzas.

Más de 150 productores en una nueva jornada de Integrity Academy

La gran convocatoria se dio en el marco de una charla de marketing digital con el especialista y consultor Leonardo Villasmil. Por tercer año consecutivo, la aseguradora Integrity realiza este programa para brindar herramientas a sus aliados estratégicos. Desde principios de año con una serie de capacitaciones, la aseguradora



Integrity Seguros lleva adelante la tercera edición de Integrity Academy. Como parte de la estrategia de la compañía de potenciar los negocios de los Productores Asesores de Seguros, se realizan jornadas sobre diversas temáticas.

En esta última hubo más de 150 productores que participaron virtualmente. La charla estuvo a cargo de Leonardo Villasmil, un especialista y consultor de marketing digital que se desempeña como Director de Contenidos de la agencia Pipol. El curso brindó detalles sobre las formas para alcanzar a los clientes, consejos para la creación de contenidos y herramientas para medir los resultados. Al finalizar las dos horas pautadas para la capacitación, los productores realizaron consultas y agradecieron el espacio.

La aseguradora Integrity realiza estos programas que comprenden exposiciones sobre productos de la compañía, tecnologías aplicadas al negocio, temas de interés general sobre la industria y como diferencial abona el 100% del curso de reválida de la matrícula.

«Todos los que somos parte de la organización de Integrity Academy estamos muy contentos con los resultados que estamos obteniendo. La convocatoria es un reflejo del nivel de los oradores y el valor agregado que aportan. El compromiso de la compañía con los Productores se construye a diario y ellos lo retribuyen a diario con el trabajo que llevan adelante», dijo Luciana Capuya, Jefa de Marketing de Integrity Seguros.

Breves de Informe

40º Aniversario de ADIRA: Cuarenta años promoviendo la cultura aseguradora

El 5 de agosto de 1981 un pequeño grupo de aseguradoras del interior del país daban forma a 'ADIRA' -Aseguradoras del Interior de la República Argentina-.

El objetivo de esta cámara empresarial era contribuir con el desarrollo del sector asegurador en particular y de la sociedad en general a través del diálogo, el consenso y el trabajo en equipo. Cuarenta años después, sigue vigente su legado, y a través de ella sus representantes tienen la misión de fortalecer al sector asegurador en general con una perspectiva federal y desde su sede en Rosario, provincia de Santa Fe.

En la actualidad, las empresas 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, Grupo Asegurador La Segura, Grupo Asegurador San Cristóbal, Cooperación Seguros, Previnca SA, Asociación Mutual Dan, NSA y Segurometal.

La entidad está integrada por compañías del interior del país y de capitales nacionales con una trayectoria promedio de 80 años. Sus miembros tienen su génesis vinculada al cooperativismo y mutualismo, lo que les permite contar con mucha presencia territorial, siempre en sintonía con las comunidades en las que se encuentran. En los tiempos que corren, en los que todo se acelera y cambia vertiginosamente, es tranquilizador tener un respaldo que nos cubra de los imprevistos. Por eso acercar el seguro a la sociedad es clave. Trabaja para la construcción de una verdadera cultura aseguradora es el leitmotiv de las compañías que integran la cámara «Aseguradoras del Interior de la República Argentina» (ADIRA). Uno de los objetivos planteados para el trabajo a desarrollar en el marco del su 40º aniversario tiene que ver con promover a nivel nacional la construcción de una cultura aseguradora, una cultura de la confianza, que es la esencia del seguro y es una característica que históricamente se destaca en las cooperativas y mutualidades que la integran. Es así que, las compañías asociadas están convencidas de que hoy más que nunca es necesario alejarse de los tecnicismos y hablar con los ciudadanos, con los clientes, de forma llana y sencilla para que prime la confianza y se comprenda la verdadera importancia de contar con una cobertura.

«Crear cultura aseguradora es generar conocimiento sobre el rol de los seguros en la sociedad. Es difundir y concientizar sobre la importancia de tomar los seguros adecuados. Es generar la confianza suficiente en la comunidad para que elijan contratar los seguros que les permitirán transferir sus riesgos a las aseguradoras, y así estar cubiertos ante esos no deseados pero posibles eventos, resguardando su patrimonio o bien facilitando la continuidad educativa o laboral, por ejemplo», subrayó Juan Carlos Mosquera, presidente de ADIRA.

Además, destacó que «se trata de una actividad fundada en el principio de solidaridad y, como tal, tiene fuertes vínculos con la cultura de la previsión y la prevención, contribuyendo así también al desarrollo social». Por eso «la creación de la cultura aseguradora es un objetivo que debe perseguir la industria en su conjunto, para una evolución armónica de las actividades productivas y económicas en general».

Desde esta entidad, sus integrantes están convencidos de la importancia de trabajar entre todos los actores de la cadena (Aseguradoras, Productores Asesores, Estado, etc.), para visibilizar la relevancia y conveniencia de que las personas o empresas cuenten con un seguro para protegerse de los riesgos a los que están expuestos a diario. Y que de producirse ese hecho, y habiendo tenido previsibilidad, pueda contar con un recurso que le permita salir de esa situación crítica. El desafío es continuar desarrollando una auténtica tarea docente en forma permanente, con vistas a construir una cultura preventiva en la sociedad para que se comprenda que el seguro es un aliado estratégico que nos acompaña en todos los órdenes de la vida y de los negocios.

Grupo Allianz continúa con sólidos resultados al cierre del segundo trimestre 2021

Todos los negocios de la compañía están dando buenos resultados y esperan cerrar el año alcanzando sus máximos objetivos. Allianz, líder

Allianz

global en seguros y servicios financieros, publicó los resultados de la primera parte del 2021, demostrando que el negocio sigue un buen curso. Grupo Allianz ha dado continuidad a su excelente comienzo de 2021 con otro sólido desempeño en el segundo trimestre del año. Con su cartera de negocios diversificada, el Grupo se benefició de la recuperación económica global con un fuerte crecimiento en los ingresos totales y el beneficio operativo. A su vez, la utilidad neta atribuible a los accionistas también mejoró en comparación con el segundo trimestre del año anterior. Entre sus principales anuncios se destacan:

- Crecimiento total de ingresos del 10,9 por ciento en el segundo trimestre de 2021.
- Resultado operativo de 3.300 millones de euros durante el segundo trimestre de 2021.
- El beneficio neto atribuible a los accionistas aumentó un 45,7% hasta los 2.200 millones de euros durante el segundo trimestre del año.
- El beneficio operativo del primer semestre de 6.700 millones de euros alcanza el 55% del punto medio de las perspectivas para todo el año.
- Los ingresos netos atribuibles a los accionistas del primer semestre de 2021 aumentaron un 63,7% hasta los 4.800 millones de euros.
- Un índice de capitalización de Solvencia II del 206%.

Hacia el futuro, el Grupo espera que la perspectiva de ganancias operativas para todo el 2021 se encuentre cercano al objetivo estipulado de 12 mil millones de euros.

«Allianz tuvo un muy buen semestre y logró un crecimiento de dos dígitos en las ganancias operativas. Nuestros productos y soluciones han tenido una demanda saludable», expresó Oliver Bäte, CEO de Allianz SE. Por su parte, Giulio Terzariol, Director Financiero de la compañía, afirmó: «El segundo trimestre subraya una vez más el sólido desempeño subyacente de Allianz, que se reflejó en todas las cifras financieras clave. Me complace que todos nuestros negocios estén dando muy buenos resultados y que estemos creciendo de manera rentable. Sobre esta base confiamos en la segunda mitad de 2021 y esperamos ahora una ganancia operativa en la mitad superior de nuestro rango objetivo».

Para descargar el informe de resultados completo, ingresar en: https://www.allianz.com/en/press/news/financiarios/business_results/210806_Allianz-2Q-2021-earnings-release.html

Para más información sobre la compañía, ingresar en: <https://www.allianz.com.ar>

Seguros Rivadavia trasladó su Centro de Atención de Rosario



La Aseguradora reabrió sus puertas en las instalaciones de una nueva sucursal santafesina en la ciudad de Rosario, con un espacio acogedor y funcional, buscando mejorar la atención de sus asegurados, productores, terceros y proveedores. Con más de 50 años de presencia en la localidad y comprometida por preservar el patrimonio rosarino, Seguros Rivadavia inauguró su oficina comercial ubicada en la planta baja del edificio situado en Avenida Eva Perón 5036. El local ofrece un ambiente cómodo y propicio para la realización de trámites y diligencias, acercando excelencia en productos, coberturas y servicios para todos los clientes de la zona.

Continuando con la adopción de rigurosos protocolos predefinidos para resguardar la salud de todos sus públicos, por el momento, permanecerá suspendida la atención presencial y sólo será posible realizar operaciones de forma virtual. Para ello, deberá contactarse con un turno previamente asignado a través del sitio web oficial de la compañía y luego un/a asesor/a comercial especializado/a se contactará para resolver las gestiones y trámites allí registrados.

Con este mismo propósito, la Aseguradora incorporó un nuevo canal de consultas vía whatsapp a través de las líneas 0341-691-5351 y 0341-691-9442. Es de destacar que el horario de atención continuará siendo de lunes a viernes, de 9 a 16 horas, y con una guardia mínima de personal, ajustándose a las normas y modalidades establecidas localmente por las autoridades.

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

Milliman



Nuestra misión:
Proteger al equipo de salud.

Uno de cada dos médicos está cubierto por Seguros Médicos.

SEGUROS MEDICOS
Su compañía, su seguridad

con la experiencia y el respaldo de la
ASOCIACIÓN DE MÉDICOS MUNICIPALES
DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

SEGUROS MEDICOS: Viamonte 1674. Tel: (5411) 5811-3510 / 3918 / 3510 | info@segurosmedicos.com.ar | www.segurosmedicos.com.ar

Nº de inscripción en SSN
0749

Atención al asegurado
0800-666-8400

Organismo de control

www.argentina.gob.ar/ssn

SSN SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN

Prevención ART lanza una campaña por sus 25 años

● **Prevención ART** se encuentra celebrando su **25° Aniversario**. Es la **empresa líder del mercado de Riesgos del Trabajo en cuanto a primas facturadas**, siendo la ART más elegida por el empresario argentino. Ha lanzado recientemente una campaña publicitaria y de comunicación que pone el foco en la evolución de la aseguradora en la prevención de accidentes y enfermedades profesionales, siempre con el objetivo de hacer del trabajo un lugar cada vez más seguro y cuidar el recurso más importante que tiene una empresa, sus trabajadores; también en la evolución tecnológica y digitalización de sus procesos y, por supuesto, la evolución en la calidad de las prestaciones que brinda ante la ocurrencia de un siniestro. Bajo el lema: «25 años cuidando a tu gente, 25 años cuidando a tu empresa», la pieza central de la campaña es un **spot animado** que puede verse ingresando **aquí**.

«Haciendo honor a nuestro nombre, en estos 25 años logramos prevenir una gran cantidad de accidentes y enfermedades profesionales. La tasa de accidentalidad (cantidad de accidentes por cada 100 trabajadores asegurados) tuvo una disminución constante a lo largo del tiempo, se redujo a menos de la mitad (11,0% en 1996 a 4,6% en 2021). Además, gracias a todo ese trabajo preventivo, también logramos reducir la tasa de mortalidad en un 81%», detalló el **Gerente General, Guillermo Davi**.

Prevención ART no es ajena a la transformación digital que vive el mercado. De hecho, uno de sus últimos desarrollos tecnológicos ha sido **Kine Mobile**, una innovadora herramienta que permite llevar adelante tratamientos de rehabilitación de trabajadores accidentados de manera virtual, complementando el trabajo realizado presencialmente en sus Centros Médicos Laborales.

En la misma línea, realizó una renovación completa de su **sitio de autogestión PreveNET**, orientado a satisfacer necesidades manifiestas de los clientes y con múltiples funcionalidades que permiten gestionar todos los trámites online.

También en materia preventiva, y valiéndonos de los grandes beneficios de las nuevas tecnologías, la empresa desarrolló una gran cantidad de cursos **online** para diferentes tipos de riesgos y herramientas con realidad virtual y realidad aumentada para la capacitación de los trabajadores, buscando hacer más amigables los procesos de formación en prevención de riesgos laborales e instalando en las empresas una mayor cultura preventiva.

«Recientemente hemos lanzado **Autogestión PAS**, una plataforma web disponible tanto en versión PC como para dispositivos celulares, donde los Productores Asesores de Seguros tienen la posibilidad de realizar gestiones de cotización de riesgos, suscripción y afiliación de manera fácil y en un solo lugar, desarrollando una herramienta ágil, moderna e intuitiva que potenciará a nuestros Productores de Seguros en el proceso de ventas», destacó **Guillermo Davi**.

A través de esta campaña, **Prevención ART** celebra un cuarto de siglo al servicio de las empresas clientes y su red de Productores de Seguros, al tiempo que reafirma su compromiso de seguir trabajando para brindar prestaciones de alta calidad, con atención personalizada, asesoramiento profesional, respuestas inmediatas, contención a los trabajadores, herramientas digitales y cercanía permanente.

Breves de Informe

Con Orange Time de LIBRA, tu tiempo vale



● **Orange Time** es la única cobertura de seguro automotor del mercado argentino en la cual el **asegurado abona una tarifa que se ajusta en función del tiempo de uso**, llegando a ahorrarse un significativo importe respecto de la tarifa tradicional para esa misma cobertura. Manteniendo en todo momento la protección que el cliente contrata, como reza el slogan de **Orange Time: menos usás el vehículo, menos pagás**. De esta forma, desde **LIBRA Seguros** se ofrece al mercado el **único seguro automotor cuyo precio es justo**, porque le da la posibilidad al asegurado de abonar sólo por lo que usa. Pero si bien en este caso se podría aplicar la famosa frase «el tiempo es dinero», con el seguro **Orange Time de LIBRA** no termina allí, porque **con esta cobertura el tiempo realmente vale**.

Vale y mucho, por ejemplo, cuando un asegurado tiene un accidente con su vehículo, en donde el tiempo en el cual recibe asistencia puede marcar una gran diferencia. Con **Orange Time**, el asegurado cuenta con un **Servicio de Alerta Automática ante Accidentes** a través del cual el dispositivo detecta de manera automática un choque de relevancia e inmediatamente dispara un alerta de accidente, en tiempo real, a un operador que informa a las fuerzas de seguridad y asistencia de salud más cercanos al lugar del hecho, además de contactarse con el asegurado para corroborar que él y los ocupantes del vehículo se encuentran bien. También incluye **«Llamando al Doctor»**, un servicio de atención médica por videollamada las 24 hs los 365 días del año, para las siguientes especialidades: Medicina General, Pediatría, Ginecología y Obstetricia. Asimismo, también sabemos la importancia de contar rápidamente con el dinero necesario para reponer un vehículo en caso de robo, más en este contexto en el cual el uso del transporte público se encuentra restringido a los trabajadores esenciales. Por tal motivo, el seguro **Orange Time de LIBRA** cuenta con un exclusivo pago de siniestros de muy corto plazo en caso de robo total del automóvil.

«Con **Orange Time**, la compañía pone a disposición de los Productores Asesores una cobertura única en el mercado que les permite acercarse a su cliente una oferta realmente diferencial y, de esta forma, retener y captar clientes brindando asesoramiento, protección y servicio. **Orange Time** es un producto innovador que fue diseñado pensando en el cliente y en la necesidad de los Productores de satisfacer una demanda cada vez más exigente», comenta **Juan Ignacio Perucchi, Gerente General de LIBRA Seguros**, destacando que «entre tantas opciones y ofertas que sólo contemplan descuentos y promociones, las características de **Orange Time** hacen que sea una cobertura muy valorada, porque es tiempo de brindar valor y también de valorar el tiempo».

Tres Cortes Provinciales se suman a la aplicación del Baremo de la Ley Nacional 27.348

● Recientemente, tres Cortes Provinciales dieron importantes pasos en materia de **Riesgos del Trabajo**. Dos de ellas, **Santa Fe**



y **San Luis**, respecto de la **aplicación del Baremo de Ley** y la tercera, **Jujuy**, con una **ejemplar nulidad de sentencia y condena en costas a los jueces**. Parecería redundante destacar lo obvio. Es decir, el respeto a lo definido por la reforma de la Ley de Riesgos del Trabajo (27.348/17). Sin embargo, es importante hacerlo frente al apartamiento y las pretensiones divergentes con las que algunos tribunales obran y dictan sentencia.

1) El caso de la **Provincia de Santa Fe** constituye un **espaldarazo de la Corte a la adhesión a la Ley Nacional 27.348** que entró en vigencia en su territorio el pasado 3 de mayo. Se trata de la **conválidación del Baremo del Dec. 659/96 incorporado al texto legal**.

En los autos «Valdez, Marilina del Carmen c/ Asociart ART s/ cobro de Pesos», la Corte Santafecina revocó la sentencia de Cámara que había hecho una sumatoria lineal de factores de ponderación, por cuya exclusiva incidencia, una incapacidad parcial se habría convertido en total, sin respetar el límite máximo del 65% que el Baremo prevé para esos casos. En consecuencia, mandó dictar una nueva sentencia conforme el Baremo de Ley. Este decisorio **va en línea con lo resuelto por la CSJN (Corte Suprema de Justicia de la Nación)** en el caso «Piedrabuena», siendo otro elemento más tendiente a cerrar los planteos sobre la aplicación de un **Baremo único, en sede administrativa y Judicial, tal como lo establece la Ley 27.348**.

2) El caso de **Provincia de San Luis**, adquiere una relevancia adicional, por tratarse de una **jurisdicción que si bien aún no adhirió a la Ley Nacional 27.348, la Corte provincial recepta la aplicación obligatoria del Baremo del Dec. 659/96** ya incorporado al texto legal por la Ley 26.773, siguiendo la doctrina de los casos «Ledesma» y «Ferro» de la Corte Suprema de Justicia de la Nación.

Así, en los autos: «Crucero, Pedro José c/ Asociart s/ accidente», la Corte puntana revoca la sentencia por haberse aplicado el Baremo «Secchi», apartándose así del único Baremo de aplicación uniforme para todo el país, cuya vigencia fue confirmada por la última reforma a la LRT; garantizándose así, un **trato igualitario para todos los damnificados cubiertos y dejando de lado la elección arbitraria de tal o cual baremo a criterio del perito**.

3) Por último, tenemos que el **Superior Tribunal de Justicia de Jujuy** declaró la **nulidad de una sentencia condenatoria porque se había tomado como base de la misma una incapacidad que, insólitamente, no había sido determinada**.

La sorprendente sentencia anulada, dictada en los autos «Carrasco, Oscar Roberto c/ Federación Patronal» remitida a los considerandos y votos precedentes, pero sin hacerse cargo de que aquellos considerandos nada resolvían al respecto, ya que diferían la estimación de la incapacidad. Ante ese grave error sustancial, el **Superior Tribunal de Jujuy, en ejemplar sentencia, impuso las costas a los jueces**, condena que finalmente resultó inoficiosa porque no se regularon honorarios a los letrados. En conclusión, estas tres alentadoras sentencias no sólo ponen una vez más sobre el tapete la **imperiosa necesidad de concluir la unificación de criterios para la correcta y efectiva aplicación del Baremo de Ley** sino que **echan luz sobre una asignatura incumplida aunque también contemplada en la Ley 27.348**.

Nos referimos a la conformación de los **Cuerpos Médicos Forenses**, tal como establece el art. 2° de la Ley 27.348. Un cuerpo integrado por peritos convocados por concurso de antecedentes. Es decir, se trata de jerarquizar la actividad pericial, pero también de darle un ordenamiento en cuanto a la única tabla de medición del daño siniestral reconocida por ley y el cobro de honorarios, no ya acoplados al monto de la sentencia, sino definidos por acto pericial independiente del porcentaje de la pericia. La justicia, en cada una de las provincias adheridas, tiene una deuda pendiente con el sistema de riesgos del trabajo. La creación de este instituto consagrado por ley terminaría con desvíos incomprensibles e insostenibles, que no sólo atentan contra la sustentabilidad del sistema laboral argentino, sino que despiertan sospechas que nada bien le hacen a los actores clave involucrados.

La clave de la conformación de los CMF. Con la misma vara se ponderarían las incapacidades remanentes de un accidente o enfermedad profesional, lo cual otorgaría equidad al tratamiento del tema y, claramente, **al disminuir las controversias utilizando un criterio común disminuiría la litigiosidad**, uno de los objetivos que buscó la sociedad al aprobar la Ley 27.348.

Alerta a Asociados de SanCor Salud



● «Pedimos a nuestros asociados que, ante llamados telefónicos en nombre de «Ética Más» solicitando datos personales y privados (CUIL – DNI – Clave Fiscal) por un supuesto cambio de denominación de nuestra empresa,

desestimen la llamada e informen inmediatamente a nuestra compañía. **Dicha información es falsa y representa un uso indebido y no autorizado de la marca SanCor Salud**.

Todas las comunicaciones oficiales de **Grupo SanCor Salud** se realizan por los canales convencionales: correo electrónico (marketing@sancorsalud.com.ar), redes sociales oficiales o nuestras líneas telefónicas publicadas en la web **sancorsalud.com.ar**.

Ante estas situaciones u otras de características similares, contactarse a la línea telefónica **0810 444 SALUD (72583)** o informar a nuestros medios de contacto mencionados. Desde la empresa estaremos abordando esta situación desde instancias legales.

Provincia ART suma capacitaciones con foco en liderazgo

● **Provincia ART**, la aseguradora de riesgos de **Grupo Provincia**, confirmó su **cronograma de capacitaciones para el octavo mes del año** con una oferta formativa que se enfoca en la **gestión del liderazgo**. En esta oportunidad, la cartilla de cursos incorpora encuentros específicos para los trabajadores y trabajadoras que tienen personal a cargo y desean perfeccionar sus habilidades para dirigir equipos, entendiendo que son parte fundamental para difundir la cultura de la prevención en los ambientes de trabajo.

En agosto **Provincia ART** incorpora siete nuevas propuestas específicas para jefes, jefas y mandos medios, entre las que se destacan: «La importancia de las estadísticas para la confección de un programa preventivo» y «Cómo armar un puesto de trabajo ergonómicamente eficaz». Además, la ART N° 1 en cápitaa nivel país reedita sus cursos de: «Prevención de COVID-19 en ámbitos laborales»; «Primeros Auxilios» y «Reanimación Cardio Pulmonar». Asimismo, cabe destacar que se abren nuevos cupos para los cursos «Teletabajo sano y seguro»; «Documentación de Prevención (FRE+RGRL+RAR): Asesoramiento, criterios y carga web»; «RAR + Res. 811/19: Criterios de exposición y carga web de formularios» y «Prevención de COVID-19 en ámbitos laborales». La oferta también incluye «Comunicación asertiva y empática»; «Formación de líderes en seguridad vial», parte I y II; «Líderes promotores de la salud y la prevención» y «Comunicación asertiva: Cómo ser un buen orador». Para consultar el cronograma, pedir más información e inscribirse, los interesados pueden visitar la sección **Programa de Capacitaciones** del sitio web de **Provincia ART** o escribir a: capacitaciones@provart.com.ar. Otras vías de comunicación son el 0-800-333-1278, de lunes a viernes, de 8 a 20 horas; Facebook/provinciart y LinkedIn/company/provinciart.

Empezó la primera edición del Premio «Docentes que Inspiran»

● Clarín y Zurich lanzaron el premio **Docentes que Inspiran**, una **iniciativa que reconoce a los educadores más destacados de nuestro país**. El premio busca movilizar a toda la comunidad a favor de una mejor educación difundiendo las historias inspiradoras de aquellos docentes excepcionales que dejan una huella en sus estudiantes. **¿Quién puede ser un Docente Inspirador?** El candidato puede ser cualquier docente que se encuentre trabajando actualmente en algún establecimiento educativo con reconocimiento oficial del Ministerio de Educación de la Nación, y enseñen a estudiantes de cursada obligatoria (desde sala de 4 hasta último año del secundario). **El concurso busca reconocer a aquellos docentes que generan resultados destacados de aprendizaje en sus estudiantes y un impacto más allá del aula**; que sean una fuente de inspiración, que contribuyan a mejorar la profesión docente mediante el trabajo en equipo, y que sean distinguidos como un ejemplo de vida para sus alumnos y alumnas, entre otras cualidades.

«Con esta iniciativa queremos reconocer a aquellos docentes que se destacan en su trabajo diario generando un impacto positivo tanto en sus estudiantes al motivarlos a desplegar su potencial, así como también en la comunidad en la que operan», afirma **Adriana Arias, Head of Communications de Zurich Argentina**.

¿Cómo se puede postular? Para postularse como candidatos, los docentes deben completar un formulario en **www.docentesqueinspiran.com.ar**, compartir sus historias como educadores y reflexionar sobre su experiencia pedagógica. La convocatoria estará abierta hasta el 22 de agosto a las 23:59 y las postulaciones se realizan a través de **www.docentesqueinspiran.com.ar**. Hay un millón de pesos en premios. Habrá tres instancias de selección hasta conocer al Docente Inspirador del Año: un Comité de Preselección conformado por la Fundación Varkey seleccionará 24 candidatos semifinalistas; luego, un Jurado integrado por especialistas designados por Asociación Conciencia, Fundación Cimientos, Enseñá por Argentina, Proyecto Educar 2050, Argentinos por la Educación, Fundación Lúminis y Fundación Noble evaluará a los candidatos y elegirá a 6 finalistas; por último, un Gran Jurado integrado por 13 personas reconocidas del ámbito académico, científico y de ONGs de educación, elegirá al Docente Inspirador del Año, quien recibirá un premio de \$600.000 y a dos menciones especiales que recibirán un premio de \$200.000 cada una.

«La educación está llamada a generar equidad y desarrollo social, y los docentes son actores cruciales para alcanzar ese objetivo. Con esta iniciativa queremos promover el reconocimiento a su trabajo, en la figura de aquellos cuya dedicación, innovación y compromiso transforman e inspiran», sostuvo **Martín Etchevers, Gerente de Relaciones Externas de Grupo Clarín**. «Desde nuestro lugar buscamos seguir impulsando la conversación sobre la importancia de la educación, en este caso destacando la tarea docente como pilar fundamental del sistema», agregó.

Además, quienes conozcan a un docente que los marcó y que hoy sigue inspirando a sus estudiantes con su forma de enseñar, pueden postularlo a través de la web para que pueda participar del certamen. «En Zurich entendemos a la sustentabilidad como un concepto que atraviesa toda nuestra operación. Uno de los ejes en los que nos enfocamos es la Comunidad, y la educación es uno de los pilares primordiales dentro del cual llevamos adelante acciones que apuntan a contribuir a dar una respuesta a los desafíos de la enseñanza en el siglo XXI», concluyó **Adriana Arias, Head of Communications de Zurich Argentina**. Las novedades del Premio **Docentes que Inspiran** se pueden seguir a través de la página web **www.docentesqueinspiran.com.ar**, desde Facebook en **Docentes Que Inspiran** y por Instagram en **@docentesqueinspiran**.

Breves de Informe

HDI Seguros presente en Expo Virtual Alemania

● **HDI Seguros** estuvo presente en **Expo Virtual Alemania**, la feria multisectorial virtual más grande de Alemania y América Latina. La 2ª edición, celebrada en Julio, ofreció un espacio de intercambio a países latinoamericanos y a un variado espectro de riesgos y comercio. En su stand virtual, **HDI Seguros brindó contenido corporativo e información sobre sus productos**. Quienes lo visitaron, pudieron conocer el **Seguro de Transportes**, que cuenta con total protección para las cargas en tránsito en operaciones de importación o exportación, para vía marítima, aérea y terrestre. Sus coberturas adicionales abarcan riesgo de falta de entrega de bulto entero, averías particulares, carga y descarga, descompostura de equipo frigorífico, guerra, huelga, tumultos y conmociones civiles, transbordos, ampliación de la cobertura de incendio y prórroga de los demás riesgos en jurisdicción aduanera. En lo que a PyMEs se refiere, la compañía presentó soluciones para asegurar al personal de las Pequeñas y Medianas Empresas. Por un lado, **«HDI PyMEs Proteja a su Gente»**, la cual ofrece una cobertura para

accidentes personales, sepelios, Ley de Contrato de Trabajo, convenio mercantil, vida colectiva, asistencia médico-farmacéutica. Por otro, **«HDI PyMEs Proteja su Inversión»**, que cuenta con cobertura de incendio, robo, Responsabilidad Civil, daños climáticos, seguro técnico, cristales y carteles, daños en maquinarias y equipos, transporte para importación y exportación, flota de autos y vehículos para utilitarios y camiones. También dio a conocer

MyWay, el seguro de automóviles que se adapta a la realidad. Ofrece diversos beneficios, tales como la actualización de la suma asegurada mensual, optimización del presupuesto, reducción del costo financiero, producto hiper personalizado y flexible y póliza anual con facturación mensual.

Durante la feria, **HDI Seguros** ofreció cupones de descuento exclusivos. Entre ellos se destacaron «Con el pago adelantado, el ahorro está al volante», la cual contempla descuentos de hasta el 25% por pago contado del seguro de Automóviles, y el 15% de descuento por el pago de los seguros por primera vez a través de Mercado Pago, en la semana que duraba la feria. **Expo Alemania Virtual** contó con la presencia de alrededor de 300 empresas de 20 países, 80 conferencias y más de 200.000 visitantes a la plataforma. Es organizada por la Cámara de Industria y Comercio Argentino-Alemana.

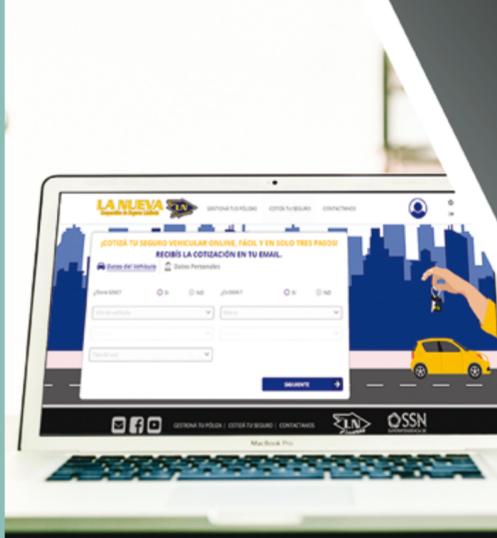


LA NUEVA
Cooperativa de Seguros Limitada



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



VIAJAR EN TRENES
DE ALTA VELOCIDAD
ES IMPOSIBLE
PORQUE LOS PASAJEROS
MORIRÍAN DE ASFIXIA

DR. DIONYSIUS LARDNER, 1828

NO PODÉS PREDECIR EL FUTURO.
PODÉS ASEGURARLO.



Provincia NET abre un nuevo local en Ensenada

● **Provincia NET**, la empresa de recaudación extrabancaria de **Grupo Provincia**, inauguró una **nueva sucursal en Ensenada**, un espacio que es el resultado del trabajo articulado con el Municipio que permitirá ampliar la oferta de servicios a los vecinos y vecinas de este partido.

A la apertura del local, ubicado en **Presidente Perón 391**, asistieron el **presidente de Banco Provincia y Grupo Provincia, Juan Cuattromo**; el **intendente de Ensenada, Mario Secco**; y el **presidente de Provincia NET, Juan Balasini**. De esta manera quedó oficialmente habilitada la sucursal para brindar atención al público de lunes a viernes de 7.30 a 14 horas.

«Es un motivo de satisfacción y orgullo el trabajo que venimos realizando. Utilizamos todas las herramientas del Banco y del Grupo y las ponemos al servicio de los y las bonaerenses, a través de los acuerdos con los gobiernos municipales, que es lo que espera el gobernador Axel Kicillof. Es una verdadera satisfacción porque así acompañamos al Municipio y traemos soluciones a los vecinos y vecinas de Ensenada, ya que creemos que este es nuestro rol público», destacó **Cuattromo**.

Por su parte, **Secco** expresó: «Tener a **Provincia NET** acá es muy bueno para Ensenada. Queremos darle respuestas a la gente y sabemos lo que significa un local de estas características funcionando en el edificio de

Hacienda. Es extraordinaria la oportunidad que nos da Juan Cuattromo, para nosotros es una medida revolucionaria, porque pensamos en la gente, que ahora podrá acceder de manera más fácil a hacer sus trámites».

«Desde Provincia NET acompañamos las acciones impulsadas por Banco Provincia, acercando nuestro servicio tecnológico a la comunidad, como una herramienta clave para la inclusión», agregó **Balasini**. La apertura permitirá que muchas personas abonen sus impuestos y servicios en efectivo o con tarjeta de débito, incluso si no cuentan con la factura. Además, quienes se acerquen a realizar sus trámites a este local podrán retirar efectivo, hasta \$20.000 con tarjeta de débito de **Banco Provincia**, y recargar saldo en la tarjeta SUBE y en las líneas de telefonía celular.

Esta iniciativa forma parte de una serie de acciones llevadas adelante por **Grupo Provincia** y **Provincia NET**, en línea con la decisión política de Banco Provincia, para seguir acercando servicios financieros a las comunidades del interior. Por eso es que en los próximos meses se proyecta ampliar la presencia a más puntos de atención en municipios de toda la provincia.



«Es un motivo de satisfacción y orgullo el trabajo que venimos realizando. Utilizamos todas las herramientas del Banco y del Grupo y las ponemos al servicio de los y las bonaerenses, a través de los acuerdos con los gobiernos municipales, que es lo que espera el gobernador Axel Kicillof. Es una verdadera satisfacción porque así acompañamos al Municipio y traemos soluciones a los vecinos y vecinas de Ensenada, ya que creemos que este es nuestro rol público», destacó **Cuattromo**.

Por su parte, **Secco** expresó: «Tener a **Provincia NET** acá es muy bueno para Ensenada. Queremos darle respuestas a la gente y sabemos lo que significa un local de estas características funcionando en el edificio de

Breves de Informe

SANCOR SEGUROS Uruguay presenta su cuarto Reporte de Sustentabilidad (2020)



● La pandemia de COVID-19 desató una crisis sin precedentes a nivel mundial en materia de salud, pero también a nivel económico y sociocultural. Frente a este escenario de gran complejidad, **SANCOR SEGUROS Uruguay** presenta su **cuarto Reporte de Sustentabilidad**, correspondiente al año 2020, a través del cual **rinde cuentas de su accionar a sus diferentes públicos y muestra, una vez más, el compromiso de la empresa con un futuro más sostenible**.

Como es habitual, este Reporte se elaboró en el marco del **Proceso de RSE** que el **Grupo Sancor Seguros**, de Argentina, lleva adelante desde hace más de 15 años. Para su realización participaron empleados de todas las áreas de **SANCOR SEGUROS Uruguay**, con el fin de reflejar de forma transparente y sistematizada la gestión económica, social y ambiental del negocio.

«Una de las oportunidades que surgen de esta crisis es que contribuya a que se ponga en el centro a la estrategia de sustentabilidad de las empresas, visibilizando la necesaria alineación intrínseca que tiene con el negocio y su continuidad. Además, puso de manifiesto la importancia de la sustentabilidad en la gestión de riesgos para detectar los desafíos y oportunidades ante momentos de incertidumbre, en la planificación estratégica y las respuestas resilientes. Las tendencias del sector asegurador muestran una variedad temática que incluye expectativas crecientes hacia las prácticas de sustentabilidad y la transparencia; innovación digital y experiencia de usuario; Blockchain y nuevas tecnologías; seguros a medida y primas más justas; y un liderazgo más humano y empático», expresó **Sebastián Trivero**, Gerente General de **SANCOR SEGUROS Uruguay**.

En el transcurso del año 2020 la empresa revisó cuáles son las temáticas claves que deben guiar a la gestión de sustentabilidad, bajo el convencimiento de que este análisis es esencial para responder con responsabilidad a las necesidades que surjan durante y luego de la crisis. De esta manera, se definieron los temas más importantes a trabajar, diferenciándolos en 5 ejes: la **innovación**, el **relacionamiento con el asociado**, la **eficiencia en los procesos clave del negocio**, el **capital humano**, la **promoción y el respeto por los derechos humanos**, y el **crecimiento con rentabilidad**. Algunos de los principales temas priorizados por los grupos de interés de la empresa y que hoy cobran mayor relevancia son: la atención de calidad y contención al cliente; transparencia y claridad en la comunicación de productos y servicios; conciliación laboral, personal y familiar, seguridad y salud de los empleados, diversidad e igualdad de oportunidades, innovación corporativa, ética y transparencia en la gestión del negocio, productos y servicios adaptados a las nuevas tendencias; entre otros.

Para su elaboración se siguieron iniciativas y estándares internacionales de sustentabilidad como los **Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)** y su herramienta **SDG Compass**, los lineamientos de **Global Reporting Initiative (Estándares GRI)**, la **Norma Internacional de Responsabilidad Social ISO 26000 de Responsabilidad Social** y los **10 Principios del Pacto Global de Naciones Unidas**, los **Principios de Empoderamiento de las Mujeres (ONU Woman)** y la **Serie AAI000 de AccountAbility**.

«Sabemos que aún falta mucho por hacer, como la generación de alianzas fuertes para abordar las problemáticas globales de un modo más integral. En tal sentido, seguiremos trabajando para contribuir a los Objetivos de Desarrollo Sostenible desde nuestra experiencia, pero abogando por un liderazgo que impulse a sumar voluntades, convencidos de que trabajando en red, las posibilidades son ilimitadas», destacó **Trivero**.

SANCOR SEGUROS Uruguay reafirma el apoyo a las iniciativas de Naciones Unidas. Este Reporte de Sustentabilidad 2020 se convierte en una **nueva Comunicación para el Progreso (COP)** como rendición de cuentas de los **10 Principios del Pacto Global**. Para más información y para conocer este Reporte de Sustentabilidad: <https://www.sancorseguros.com.uy/rse/ReporteSSUY2020.pdf>

En un mercado en constante movimiento, Grupo San Cristóbal sigue capacitando a sus PAS

● Luego de 23 años consecutivos ofreciendo la CCPAS, el Grupo proyectó un encuentro diferente para este 2021. Adaptándose a las nuevas realidades, pero sin dejar de estar cerca de los más de 1200 productores asesores de seguros de todo el país, se llevó a cabo, *via streaming*, la **24ª capacitación continuada -CCPAS- del Grupo San Cristóbal**. Transmitiendo en vivo desde Buenos Aires y con puntos de encuentro con referentes en cada sucursal, las seis jornadas giraron en torno al eje de Seguros de Personas con la disertación exclusiva de **Héctor Peruchchi**, asesor de entidades aseguradoras y reconocido por su trayectoria técnica en la industria. Asimismo, contaron con el acompañamiento de Amupssen, F.A.P.A.S.A y APAS Corrientes.

«Desde Grupo San Cristóbal trabajamos constantemente para lograr mejores relaciones de cercanía con los PAS. Diseñamos estas actividades y ofrecemos nuevas propuestas de valor para nuestro principal canal de venta con el objetivo de fortalecer su crecimiento y potenciar su liderazgo profesional en el mercado de seguros», aseguró **Diego Guaita**, CEO del Grupo San Cristóbal.

De esta forma, el Grupo suma un año más brindando capacitación diferencial a sus productores y productoras en todo el país.



gourmendo

EL TROPEZÓN
DESDE 1974

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

profile profile

LAS CHOLAS

Carnes a las brasas y horno de barro



Al costado de esta quinta existía un camino llamado popularmente «El Camino de las Cañitas», que con los años se transformó en la actual Avenida Luis María Campos a través de una ordenanza municipal del año 1914.

Aunque los límites de esta zona no están exactamente delimitados, puede considerarse que el barrio Las Cañitas está situado entre las avenidas Luis María Campos, Dorrego,

con el campo y su rusticidad, pero que tendrá también un perfil desconstruido y un ambiente joven y fresco

Nombre

El nombre «Las Cholas» deviene de la denominación característica de las mujeres del norte, las llamadas cholas o cholitas, de las cuales no solo incorpora la comida sino también los colores de sus vestimentas.

Arquitectura & Decoración

En su arquitectura, se mantuvieron las características de la casona antigua en la que está emplazado el restaurante, sumándole color y estilo de decoración rústica de campo, combinada con un servicio, ambientación y música muy característicos, que hacen que comer sea toda una experiencia no solo de sabores sino también de sensaciones.



Historia

Las Cholas - Parrilla y Hornito de Campo - fusiona las clásicas carnes a la parrilla con la cocina regional norteña. Ubicado en el barrio de Las

Cañitas, el local es muy amplio, ventilado, luminoso y una de sus principales características es que «todos se ven», ya que carece de recovecos o subdivisiones. Por otra parte, se encuentra emplazado en una antigua casona con historia y características propias.

El nombre de **Las Cañitas** proviene del hecho que en el actual predio del barrio existía una quinta llamada 'Las Cañitas', la cual estaba ubicada entre la actual Avenida Luis María Campos, y la Avenida del Libertador. La quinta existió hasta principios del siglo XX y se la denomina así por el cañaveral que había en los bajos del arroyo Maldonado.



Del Libertador y la calle Matienzo, rodeando el Campo Hípico Militar y limitando con el sector llamado La Imprenta que se extiende a partir de la calle Benjamín Matienzo.

En la segunda década del siglo XXI Las Cañitas, al igual que La Imprenta, experimentaron una explosión de construcción de edificios de alta categoría y grandes torres, debido a que la zona es de alto poder adquisitivo.

De día la zona es muy tranquila, con poco tráfico de vehículos por la organización que tienen las calles del barrio. De noche, se transforma debido a la cantidad de pubs, restaurantes y discotecas que se han instalado en los últimos años.

La inauguración de **Las Cholas** data del año 2001, a partir de la idea de fusionar las dos fuentes de comida más tradicionales de Argentina, como son las carnes a la parrilla y las comidas regionales nortenas, buscando armar un lugar característico e identificado



Ambiente

El público es muy variado ya que se entremezclan jóvenes y adultos, familias y grupos de amigos, todos con un denominador común: la buena onda y las ganas de compartir una mesa para disfrutar la excelente cocina de **Las Cholas**. También existe un alto porcentaje de clientes que es habitual.

Gastronomía

El estilo de cocina es muy personal, ya que

ficha técnica

NOMBRE	LAS CHOLAS
DOMICILIO	Arce 306, Las Cañitas Ciudad Autónoma de Buenos Aires
TELÉFONO	(+54) 4777 1683 / 4899 0094
ESPECIALIDAD	Parrilla / Cocina regional nortena
VARIOS	Delivery - Take Away Web para pedidos online Mercado Pago / Efectivo Terraza, Salón, Vereda y Deck con calefacción.
HORARIOS	Abierto todos los días de 12 a 23 hs.



consigue integrar en el menú la típica parrilla argentina -asado, vacío, chorizo, provoleta- con las clásicas comidas del norte de nuestro país -loco, lentejas, carbonada, tamales, humitas, empanadas-, a los cuales suma platos de creación propia como el **Gran Bife Las Cholas**; el **Aroz choleño**; la **Ensalada Las Cholas**; o la **Cazuela de espinaca, mascarpone y salmón**.

Por otra parte, el menú contempla platos para personas que no consumen carne, como la **Cazuela de calabaza, choclo y miel**; los **Canelones de espinaca o la Parrillada de vegetales** (Pimientos, hongos, berenjenas, zucchini, tomate, cebolla, papa, batata y calabaza). Y además, presenta opciones de pescado como el **Pacú al hierro** o el **Salmón al guacamole**.



aacms
ASOCIACION ARGENTINA DE COOPERATIVAS
Y MUTUALIDADES DE SEGUROS

stop loss
bureau de reaseguros s.a.



rasa
Reaseguradores Argentinos SA

FINALLOSS S.A.
de Mandatos y Servicios

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

Cocina típica argentina en un ambiente descontracturado



► **Para Empezar** presenta opciones como las 'Empanadas al hornito' (lomo, espinaca, jamón y queso, chorizo, tomate y provolone); Mix de Achuras; Salchicha Parrillera; Provoleta completa (tomate, cebolla y oliva); Tamal Norteño o Humita en chala norteña.

Desde el Norte propone platos como Mondongo argentino; Arrocito de Estancia con hongos; Locro; Carbonada; Ñoquis caseros (con tomate, crema y albahaca fresca); o los exquisitos Canelones de espinaca (con salsa rosa y queso).

Con la Mano (sale con lechuga, tomate y fritas) cuenta con Choripán simple (sale solo); Choripán completo; Sanguiche de pollo deshuesado; Sanguiche de vacío; Sanguiche de mila; Sanguiche de berenjena, pimiento y tomate. También hay variedad de 'Milangas' y Quesadillas.

A las brasas propone 1/4 de pollo deshuesado; Pollo picante a la piedra; Matambrito de cerdo; Vacío; Entraña; Bife de chorizo; Bife de lomo; Ojo de bife; Asado de tira; Mix de Carnes.

Una vedette de la carta es la Tabla Las Cholas (Asado, vacío, matambrito de cerdo, pollo, chorizo, morcilla, riñoncitos, chinchulines, salchicha, cebolla grillada, tomate asado, papas fritas, puré de calabaza, arroz con vegetales y provo diablo).

La casa recomienda platos como el Mix de Achuras (chinchulín, riñón y mollejas); el Sándwich 3P (pollo, provolone y pimientos),



el Mix de Carnes (asado, vacío y matambrito de cerdo); y la Hamburguesa de Asado (con panceta, queso, huevo frito y papas fritas).

Como detalle, los platos de la parrilla salen con papas fritas y arroz con vegetales, y las porciones son abundantes.

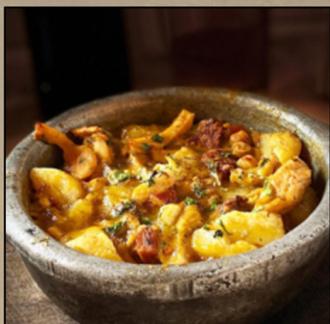
El momento de los **Dulces** llega con opciones como Flan casero; Flan mixto; Brownie tibio con helado; Mousse de Chocolate negro; Panqueque con dulce de leche; Rogel rústico al fuego (quemado en ron al hierro); Bocha de helados varios; 2 Bochas de helado varios; o Pastel de manzana tibio con helado.

Vinos

El menú presenta etiquetas tradicionales, con el agregado de vinos de bodegas nuevas y muy variadas. Por otra parte, el restaurante posee una cava de vinos propia para algunas etiquetas.

Negocio

«Siempre estamos en crecimiento, tratando de expandirnos y buscando nuevos rumbos, manteniendo las características que nos identifican, la buena onda y la buena comida, considerando que toda la gente que trabaja en el local constituye una gran familia, que busca siempre dar lo mejor para recibir a nuestros clientes y amigos que nos visitan, a quienes debemos nuestro éxito», concluyen desde Las Cholas. ◉



Cumplimos 25 años cuidando a tu gente, 25 años cuidando a tu empresa.

Prevención ART 25 de SANCOR SEGUROS 25 AÑOS





TU TRANQUILIDAD CRECE.

www.galenoseguros.com.ar

informe

operadores de mercado



TU TRANQUILIDAD CRECE.

www.galenoseguros.com.ar

María Ducret

Divorciada - 47 Años - 2 Hijos - Signo Leo (27-07-1974)
Líder Agronegocios de Río Uruguay Seguros (RUS)

● **UN HOBBY**

Viajar

● **LA JUSTICIA**

A veces injusta

● **SU MAYOR VIRTUD**

Actitud proactiva y positiva

● **LA SEGURIDAD**

Una materia pendiente del Estado

● **AVIÓN O BARCO**

Avión

● **VESTIMENTA FORMAL O INFORMAL**

Casual

● **UN SER QUERIDO**

Francisca

● **ACTOR Y ACTRIZ**

Denzel Washington - Sandra Bullock

● **UNA ASIGNATURA PENDIENTE**

Viajar a Grecia

● **LA MENTIRA MÁS GRANDE**

Las promesas en campañas electorales

● **NO PUEDO DEJAR DE TENER...**

El placard repleto

● **UN RIESGO NO CUBIERTO**

La estabilidad cambiaria

● **LA MUERTE**

A todos nos va a suceder, fin de una vida terrenal

● **EL MATRIMONIO**

Unión entre dos personas

● **EL DÓLAR**

Ahorro

● **EL PASADO**

Aprendizaje

● **LE TENGO MIEDO A...**

La soledad

● **SU RESTAURANTE FAVORITO PARA CENAR**

No tengo preferencias

● **UN SECRETO**

Si es un secreto y lo cuento, dejaría de serlo

● **ME ARREPIENTO DE**

Haber demorado la toma de una decisión trascendental

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

Bar

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

Cuando recibí de regalo mi primer par de patines

● **LA INFLACIÓN**

Difícil de contener en Argentina

● **TENGO UN COMPROMISO CON...**

Mis hijos

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

No es una cuestión de género, más bien es una cuestión de habilidades para desarrollar determinadas tareas

● **EL FIN DEL MUNDO**

No lo se...

● **UN PERSONAJE HISTÓRICO**

San Martín

● **EN COMIDAS PREFIERO...**

Verduras

● **¿QUÉ COSA NO PERDONARÍA NUNCA?**

La traición

● **DIOS**

Un ser superior, un refugio



CARA
a
CARA

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

Chequear el celular cada segundo

● **EL LUGAR DESEADO PARA VIAJAR**

Alemania

● **ESCRITOR FAVORITO**

Dan Brown

● **EN TEATRO**

Roberto Moldavsky

● **LA CORRUPCIÓN**

Acción de personas que finalmente nos perjudica a todos

● **LA INFIDELIDAD**

Sinónimo de que algo se rompió

● **PROGRAMA PREFERIDO DE TV / CABLE**

No suelo ver mucha televisión

● **UNA CANCIÓN**

Set Fire to de Rain

● **ESTAR ENAMORADO ES...**

Un estado de plenitud

● **PSICOANÁLISIS**

Herramienta para conocernos y sanar

● **UN PROYECTO A FUTURO**

Viajar

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

La sinceridad

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

Holocracia

● **LA TRAICIÓN**

La peor acción de una persona

● **SU BEBIDA PREFERIDA**

Agua

● **UN FIN DE SEMANA EN...**

La montaña

● **EL AUTO DESEADO**

No tengo preferencias, me da igual

● **MEJOR Y PEOR PELÍCULA QUE VIO ÚLTIMAMENTE**

No lo sé

● **MI MÚSICO PREFERIDO ES...**

No tengo preferencias

● **EL CLUB DE SUS AMORES**

Boca Juniors

● **EL PERFUME**

Good Girl, Carolina Herrera

● **¿QUÉ ES LO PRIMERO QUE MIRA EN UN HOMBRE?**

La sonrisa

● **LA MUJER IDEAL**

Depende de quien la observe

● **RED SOCIAL PREFERIDA**

Instagram

● **MI MODELO PREFERIDA ES**

Reina Isabel II

● **LA CULPA ES DE...**

No es cuestión de buscar culpables...

● **SI VOLVIERA A NACER, SERÍA**

María Ducret

● **UN MAESTRO**

Dalai Lama

● **EN DEPORTES PREFIERO...**

Básquet

● **UNA CONFESIÓN**

Me la guardo

● **EL GRAN AUSENTE**

El Estado

● **NO PUEDO**

Una excusa

● **MI PEOR DEFECTO ES**

La exigencia conmigo misma

● **MARKETING**

Una herramienta para conquistar las mentes de los consumidores

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

Un perfume

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

Yoga

● **DE NO VIVIR EN ARGENTINA...**

¿QUÉ LUGAR DEL MUNDO ELEGIRÍA?

Cádiz

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

