



informe

operadores de mercado



Escribe Gabriel Mysler
CEO de Innovation@Reach



Atraer y retener talento en Seguros

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

«Recursos Humanos es el puente necesario entre el pasado y el futuro»

Gabriel Mysler reflexiona acerca de cómo reformular la estrategia de Recursos Humanos para atraer talento en tiempos de la postpandemia. El especialista señala que son las personas de una organización, de una empresa, o de un proyecto quienes serán los motores y vectores del cambio. Y por ello debemos poner foco en los Recursos Humanos. El futuro del Seguro depende de que podamos identificar, atraer y retener el mejor talento, creando el espacio propicio para que se desarrolle y, de este modo, establecer la mística necesaria para transformar al Seguro en una industria sexy, que atraiga y retenga a los mejores.



Mysler. «Es la dirección de Capital Humano quien debe inspirar y contagiar el coraje de desaprender, para poder volver a aprender cosas nuevas como personas y como organización. Es Recursos Humanos quien debe pensar estratégicamente qué cualidades, aptitudes y actitudes hacen a la diferencia y generar espacios que potencien, motiven y retengan a este talento.»

Escribe **Gabriel Mysler**
CEO de **Innovation@Reach**
www.reach-soluciones.com

El 16 de enero de 2020 publiqué en este mismo medio una nota titulada «¿Por qué es indispensable poner más atención en el Capital Humano en Seguros?».

Hace dos años ya hablábamos en ese artículo de la selección del personal en un mundo VICA: de las dificultades y de los desafíos. Por supuesto que muchos leyeron con interés la nota, pero también muchos en nuestra industria me comentaron -con una sonrisa- que estaba queriendo «volar demasiado alto» y que esta transformación tardaría muchísimos años en el Seguro, que las prioridades de la industria eran otras...

Parecía premonitorio, pero en ese entonces nadie pensaba en una pandemia: pocos sabían que el desastre ya había comenzado. El 11 de marzo de 2020 (dos meses después de publicada la nota) la OMS declaraba la Pandemia. El primer caso de la nueva enfermedad había sido reportado en diciembre de 2019. No parecía importante. Era otro virus. Pocos en el mundo intuyeron o pudieron ver el efecto 'bola de nieve' que se estaba gestando.

Esto mismo es lo que pasa con los cambios: muchos de los cambios radicales que hoy están sucediendo, solo los podremos ver cuando ya hayan avanzado... demasiado.

Los nuevos desafíos

Mucha agua ha corrido bajo el puente desde que un virus dejó la ciudad de Wuhan y salió a confrontarnos con tantos temas procrastinados: La necesidad de resiliencia, ➔

R.A.S.A.
REASEGURADORES ARGENTINOS S.A.
Haciendo historia en el reaseguro Argentino desde 1992.
EXPERIENCIA SOLIDEZ Y RESPALDO
CALIFICACIÓN **AA-**

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

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

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

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



ESCUDO SEGUROS
Una buena decisión

NUESTROS PRODUCTOS

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



www.escudoseguros.com.ar

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



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

N° de inscripción en SSN
0746

Atención al asegurado
0800-666-8400

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





PROTAGONISTAS



➔ la calidad de los servicios, la importancia de la salud, la razón de ser de las oficinas, la 'necesidad' de las reuniones, los viajes de negocios, los talentos necesarios, las distancias, los modelos de negocio, el contacto físico, las tecnologías disruptivas, la continuidad de negocio, el prestigio y la reputación de una empresa, la conectividad, la comunicación y sus matices, el bienestar de las personas de una organización, el cambio, la ambigüedad de nuestras percepciones y lecturas de la realidad...

complica aún más las cosas. No solo hay que cambiar, sino que hay que hacerlo a una velocidad que sea compatible con la velocidad de cambio del contexto.

El cambio implica vencer la Primera Ley de Newton... Y para eso hace falta una fuerza -muchas veces enorme- para vencer la inercia. La Primera Ley de Newton afirma que «Todo cuerpo mantiene su estado de reposo o movimiento uniforme y rectilíneo a no ser que sea obligado a cambiar su estado por fuerzas ejercidas sobre él». Esta ley, también conocida como la Ley de la Inercia, propone que un cuerpo no puede cambiar por sí solo su estado inicial, a menos que se aplique una fuerza. En otras palabras, es necesario aplicar una fuerza para poder vencer la inercia.

Se deduce de esta ley que cuanto mayor sea la masa del cuerpo en movimiento y mayor su velocidad, mayor será la resistencia a vencer y mayor deberá ser esta fuerza que debamos ejercer para vencer la inercia. El paralelo es sencillo: Cuanto más grande es la empresa y más tiempo lleva haciendo las cosas del mismo modo, mayor es la inercia, mayor es la resistencia al cambio y mayor deberá ser la fuerza que debamos ejercer para hacerle cambiar el rumbo.

Esta fuerza no podrá ser ejercida ni por máquinas ni por tecnologías, sino por personas. **Son las personas de una organización, de una empresa, o de un proyecto quienes**

serán los motores y vectores del cambio. Y por ello debemos poner foco en los Recursos Humanos.

Talento para el presente y el futuro

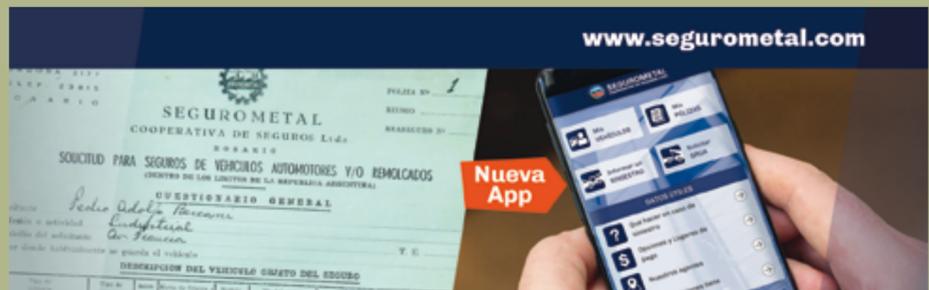
Recursos Humanos está llamado a ser protagonista. Un llamado que muchas veces no es oído por comodidad, por desidia o por soberbia. Cuando en mi podcast propongo que la industria del seguro debe ser más **SEXY** para atraer y retener el mejor talento, mi llamado es real, no tan solo un titular para atraer escuchas. **El futuro del Seguro depende de que podamos identificar, atraer y retener el mejor talento**, ese talento que pueda crear el futuro del Seguro, leer el mercado, adaptar y reinventar los procesos y producir los servicios que sean relevantes para el consumidor del futuro. Este talento -del que tanto se discute- no es blando o duro, es ambos. **No debe poder solo desempeñarse en** ➔



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

Contactanos y sumate a más!

quieroserpas@integrityseguros.com.ar
integrityseguros.com.ar/productores



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



Nº de inscripción en SSN: C285 | Atención al asegurado: 0800-666-8400 | Organismo de control: www.argentina.gob.ar/ssn | SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN



INTĒGRITY SEGUROS

Nº de inscripción en SSN: 720

Atención al asegurado: 0800-666-8400

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





▲ Gabriel Mysler, CEO de Innovation@reach junto a Delia Rimada, Directora de Informe Operadores de Mercado.

PROTAGONISTAS

➔ **el presente, sino también en el futuro.** No se trata del talento y las capacidades que preciso ahora, sino las que voy a necesitar también en el futuro.

¿Qué rol le damos en nuestras empresas a Recursos Humanos? ¿Cómo los apoyamos y los formamos para que sean ellos -junto con TI- los pivotes del futuro? ¿Cómo evaluamos a nuestro personal, cómo lo motivamos y lo potenciamos? ¿Cuánto invertimos en capacitación?

El trabajo remoto, el *Home Office*, las estructuras híbridas, la necesidad de resiliencia y optimismo, la imperiosa necesidad de innovar y ser creativos y, por sobre todo, la capacidad de adaptación permanente hoy son más evidentes que nunca.

Preparar a los nuevos líderes

Pensar las nuevas estructuras, implica pensar también los nuevos liderazgos. ¿Cómo salir del concepto de 'mano dura' y comando y control? ¿Cómo salir del espacio donde algunos piensan y el resto ejecuta para poder democratizar las decisiones y darle así más adaptabilidad, impulso y resiliencia a la organización?

Hay un ejemplo que se usa mucho en educación y nos dice que los primeros 12 meses de vida de un bebé lo animamos a hablar y a caminar y los 12 años siguientes le pedimos que se siente y se quede callado en clase. En nuestras organizaciones queremos ideas, creatividad, innovación y frescura, pero exigimos horarios fijos, protocolos rígidos, no discutir al jefe y estructuras piramidales. ¿Cómo hacer que no se acallen las voces y las opiniones si no motivamos el debate vertical y horizontal de ideas? ¿Cómo seleccionar y potenciar líderes con visión y humildad?

¿Cómo elegimos, sostenemos y potenciamos líderes que puedan convivir con equipos diversos, multidisciplinarios, que trabajen muchas veces desde ciudades o países distantes, con horarios distintos y culturas diferentes?

Los recursos humanos de una compañía deben ser pensados y administrados de modo estratégico, tanto como las tecnologías. Muchas veces invertimos más en las tecnologías que en quienes las operan y, fundamentalmente, las utilizan y les dan valor. Hace años que muchas empresas ya tienen gente de Recursos Humanos (HRBP) en los diferentes departamentos de las empresas, que actúan como nexo y traductores e intérpretes. Hay que dar un paso más. Recursos Humanos debe ser parte de la mesa estratégica del negocio, no solo un herramienta o centro de costos. Si el CFO es quien maneja el capital económico y financiero, el director de Capital Humano en el responsable de administrar el capital cultural, laboral, motivacional e intelectual de ➔

tpcseguros

¡Conocé
TPC App!



Ahora tenemos servicios más eficientes y rápidos para nuestros clientes.

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

¡Y más!



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

Buscanos en
TPC Seguros

Nº de inscripción en SSN
0741

Atención al asegurado
0800 566 8400

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

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

informe

operadores de mercado

Publicación especializada de aparición quincenal
AÑO 29 / Nº 699 - Septiembre 2021

REDACCIÓN, PUBLICIDAD Y SUSCRIPCIONES

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

DIRECTORA

Delia Rimada
delia.rimada@moez.com.ar

DISEÑO & DIAGRAMACIÓN

Analia Aita / analia.aita@moez.com.ar

ADMINISTRACIÓN, SUSCRIPCIÓN & PUBLICIDAD

Rosa Asta / rosa.asta@moez.com.ar

ADMINISTRACIÓN, FACTURACIÓN & CONTABILIDAD

Elizabeth Domenech / elizabeth.domenech@moez.com.ar

CONSEJO DE REDACCIÓN

Néstor Abatidaga, Oscar Díaz, Antonio García Vilariño, Raúl Herrera,
Juan Pablo Chevallier-Boutell, Walter Wörmer.

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

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

#1
VOS



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

PROTAGONISTAS

→ la compañía. Las máquinas, la Inteligencia Artificial y los robots, reemplazarán más temprano que tarde a las personas que realizan tareas de fuerza o repetitivas. Lo harán mejor, más rápido y más barato. Es como seguir usando un ábaco para sumar. Puede ser 'vintage', pero claramente no tiene sentido. ¿A qué nos tendremos que dedicar las personas? A tareas 'humanas': creatividad, empatía, comunicación, negociación, experiencias, calidez, innovación, escucha activa, sostener equipos.

Surfeando el yin-yang

Hace dos años terminábamos la nota afirmando que la gerencia de Recursos Humanos en el mundo del Seguro debe ser parte vital de la estrategia de crecimiento de aseguradores, brókers y productores y usar toda la tecnología disponible para no solo adaptarse sino para adelantarse a los cambios. Resaltábamos que, en el mundo de la Inteligencia Artificial y el análisis de datos masivos, las cualidades humanas de los miembros de



LA NUEVA
Cooperativa de Seguros Limitada



DESDE 1933
Honestidad para asegurar
Solvencia para responder

Contratá On Line tu
seguro automotor
ingresando a nuestra web



PORTAL ASEGURADOS

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

Disponible en
App Store

DISPONIBLE EN
Google Play



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



una empresa, su creatividad, resiliencia, flexibilidad, integridad y capacidad de aprender y desaprender harán la diferencia.

El talento que tengamos es el que va a poder administrar el inestable y cambiante balance entre innovar y seguir haciendo lo que hoy hacemos, entre la necesaria burocracia y la esperada creatividad, entre el explotar y obtener rédito de lo conseguido y el explorar nuevos horizontes.

Es la dirección de Capital Humano quien debe inspirar y contagiar el coraje de desaprender, para poder volver a aprender cosas nuevas como personas y como organización. Es Recursos Humanos quien debe pensar estratégicamente qué cualidades, aptitudes y actitudes hacen a la diferencia y generar espacios que potencien, motiven y retengan a este talento.

Cuando se acabe la excusa de la pandemia, cuando sobrevivir deje de ser el objetivo primordial para muchos, la diferencia la hará la gente y su propósito compartido.

El pasado debe ser una referencia, un orgullo, una inspiración y un faro, pero no un ancla. **Recursos Humanos es el puente necesario entre el pasado y el futuro.** Un futuro que se construye con ideas, innovación, propósito y compromiso. El pasado es la base, pero puede actuar muchas veces de refugio y de excusa para sostener la inercia. Me gusta pensar en esa expresión que dice que «la vejez comienza cuando el recuerdo es más fuerte que la esperanza». **Las empresas envejecen cuando hablan más de sus éxitos del pasado que de sus sueños para el futuro.** Para soñar y construir ese futuro, necesitamos de las personas que transformen los ideales en acciones, que utilicen la tecnología y le den valor, que sean plásticas y comprometidas. Es función de Recursos Humanos buscar y sostener al talento necesario, crear el espacio propicio para que se desarrollen y establecer la mística necesaria para **transformar a la industria del Seguro en una industria sexy, que atraiga y retenga a los mejores.**



¡ÉXITO ROTUNDO!

OrangeTime



50%
de nuestra cartera de PAS
ya emite pólizas OT

120%
se incrementó el índice de
retención de asegurados

26%
es el ahorro promedio
de los asegurados

Vos lo sabés, cuando la **promesa** del producto **se cumple**, el nivel de **satisfacción** de los asegurados es **muy alto**. **Sumate** a OrangeTime. Somos Libra, más oportunidades, mejores negocios.

Somos **actitud que avanza**.
libraseguros.com.ar

LIBRA
Compañía de Seguros

Nº de inscripción en SSN 0852

Atención al asegurado 0800-666-8400

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



La Cobertura de Lucro Cesante en la Pandemia

Ezequiel Amar, Suscriptor TRO y Grandes Cuentas, Incendio, Multicoberturas y TRO del Grupo Asegurador La Segunda; Sebastián Fuentes, Gerente Técnico de Risk Group Argentina; y Alejandro Vega Cigoj, Head of Commercial Insurance de Zurich Argentina, analizaron la cobertura de lucro cesante, y la manera en que se respondió a las contingencias de la pandemia.

Escribe Lic. Aníbal Cejas

La pandemia puso en el tapete a la cobertura de lucro cesante. ¿Qué incluye y qué excluye la cobertura de lucro cesante? Además, ¿cuáles son los 'gatillos' que activan la cobertura? En principio, solicitamos a Ezequiel Amar, Suscriptor TRO y Grandes Cuentas, Incendio, Multicoberturas y TRO del Grupo Asegurador La Segunda, una definición de la cobertura de Lucro Cesante: «Un Seguro de Lucro Cesante o Pérdida de Beneficio es el 'salvavidas' para una empresa que se vea paralizada por un siniestro sobre su patrimonio. Podríamos decir, que la cobertura de pérdida de beneficio es el 'Seguro de Vida de una empresa' y es lo que le permitirá seguir desarrollando su actividad en el mismo nivel que tenía antes del siniestro.

Con respecto a nuestra cobertura de Pérdida de Beneficios, se encuentra asociada a la cobertura de Daños Materiales, con el objetivo de compensar al asegurado, mediante la indemnización, el perjuicio económico derivado de la disminución o paralización de las ventas como consecuencia de un siniestro cubierto bajo la póliza de daños materiales.

El margen bruto es el elemento que debe ser objeto de aseguramiento y cuyo valor se compone del Beneficio Neto más los Gastos



Fijos y Gastos Variables. La Suma Asegurada y Periodo Máximo de Indemnización son los componentes que consideramos esenciales para la contratación.

Notamos que, generalmente, se genera una dificultad en determinar estos valores, por lo tanto, en La Segunda contamos con un equipo de profesionales que mediante visitas a los establecimientos y llevando adelante un análisis del riesgo terminan

identificando los factores de vulnerabilidad de las empresas frente a una parada prolongada de la actividad, así como las medidas que pueden adoptarse para disminuir la pérdida. En este sentido, destacamos la importancia de la cobertura dado que una buena contratación le garantiza a nuestro asegurado la supervivencia de la empresa luego de acontecido un siniestro.

Luego, Sebastián Fuentes, Gerente Técnico de Risk Group Argentina, explicó que el Lucro Cesante es la ganancia que una persona (física o jurídica) deja de percibir como consecuencia de un daño o perjuicio sufrido, esto significa que: «Ante la ocurrencia de un siniestro, el asegurado ve disminuida su ganancia, siendo este lucro cesante la diferencia entre los ingresos que hubiera podido obtener respecto de los que efectivamente ha conseguido.

A modo de ejemplo, supongamos que una empresa tiene su mercadería almacenada en un depósito que sufre un siniestro de incendio. Como consecuencia de este evento se produce la pérdida material de los bienes. Esto provoca la imposibilidad de desarrollar su actividad comercial con la consecuente pérdida de las ventas futuras y de la ganancia asociada.

Muchas empresas desconocen la posibilidad de cubrir este tipo de riesgos que, en caso de siniestro, generan pérdidas financieras importantes.

Por su parte, el mercado de seguros ofrece coberturas de lucro cesante o pérdida de beneficios siempre como consecuencia de un daño material directo. Este tipo de coberturas se deben incluir dentro de los seguros de Todo Riesgo Operativo, Rotura de Maquinaria y se pueden contemplar adicionalmente como parte de los seguros de Construcción y/o Montaje amparando la pérdida de beneficios en forma adelantada.

Las coberturas de Transporte Internacional también contemplan como parte de la valuación de las mercaderías un concepto de beneficio imaginario que, en caso de pérdida de la mercadería, podría asimilarse al lucro cesante o a la pérdida de beneficio esperado. En Risk Group somos especialistas en este tipo de coberturas y tenemos un equipo técnico altamente capacitado para asesorar a nuestros clientes en todo lo relativo a la transferencia de riesgos de este tipo. ➡

COMPROMISO PYME.

Nuevos planes y condiciones especiales para mejorar tu propuesta comercial.

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

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

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

Grupo
Provincia

Provincia
ART

INVAI ES EL BROKER QUE ESTABAS ESPERANDO. SI SOS PRODUCTOR ASESOR DE SEGUROS DESARROLLA TODO TU POTENCIAL CON EL POWER INVAI.

CONOCE MÁS EN
WWW.INVAI.COM.AR

¡JUNTOS SOMOS INVAI!

SARMIENTO 930 STO.C - CABA / TEL. 5219-6440

Nº de inscripción en SSN
88.209

Atención al asegurado
0800-666-8400

Organismo de control

www.argentina.gob.ar/ssn

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

Nº de inscripción en SSN
0621

Atención al asegurado
0800-666-8400

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

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN



RIESGOS



▲ Ezequiel Amar, Suscriptor TMO y Grandes Cuentas de Grupo Asegurador La Segunda

➔ Cerrando la rueda, **Alejandro Vega Cigoj**, Head of Commercial Insurance de Zurich Argentina, mencionó: «El Lucro Cesante es la pérdida de beneficio bruto que resulta de la interrupción de la actividad del asegurado, consecuencia de un daño material a la propiedad o establecimiento que el mismo utiliza para su actividad, producida por un riesgo asegurado. La cobertura que ofrecemos es el seguro de Pérdida de Beneficios, que cubre los Gastos Fijos y el Beneficio neto.

El Seguro de Pérdida de Beneficios cubre entonces la pérdida de Beneficio Bruto. Los costos variables no se aseguran, debido a que varían en proporción directa al giro del negocio. Si por el daño se reduce el giro del negocio, estos costos se reducen a un ritmo igual y el asegurado no sufre pérdida por este concepto».

Daño emergente

¿En qué consiste el daño emergente y qué diferencia tiene con el Lucro Cesante?

Según **Ezequiel Amar**, el daño emergente es aquel que se produce sobre los bienes del asegurado. La indemnización que se realiza en este caso corresponde únicamente a la reposición de los bienes afectados.

«Desde la línea de negocios de Incendio Suscripción -continuo-, comercializamos los seguros para los daños emergentes bajo las pólizas de Incendio, Multicoberturas y Todo Riesgo Operativo. Siempre destacamos la importancia de que se realice la contratación adicional de la cobertura de pérdida de beneficios o interrupción de la explotación.

Basándonos en nuestra experiencia, podemos afirmar que sólo las empresas que cuentan con la cobertura de daños materiales y el adicional de pérdida de beneficios logran sostener su nivel de actividad luego de acontecido un siniestro».

Seguidamente, **Sebastián Fuentes** puntualizó sobre este tema: «A diferencia del lucro cesante en donde nos referimos a la ganancia que se deja de percibir, el daño emergente es el efectivamente sufrido al patrimonio como consecuencia de un daño o perjuicio que produce la pérdida o destrucción del bien. En el ejemplo que di anteriormente, el daño emergente sería

el valor de reposición de la mercadería afectada por el incendio.

Es importante destacar que actualmente el mercado de seguros cuenta con diferentes coberturas destinadas a amparar contingencias de este tipo. En nuestra compañía tenemos acceso a la totalidad de los mercados locales e internacionales que ofrecen este tipo de seguros como miembros exclusivos de la Gallagher Global Network».

Para **Alejandro Vega Cigoj**, «el daño emergente es la pérdida real, efectiva y acreditada que se produce tras un evento asegurado; es decir, está completamente demostrada su existencia y la indemnización corresponde a su valor económico».

«Por ejemplo, si un bien ha sido dañado, este valor sería el coste de reposición del mismo», añadió.

Consecuencias de la pandemia

La pandemia causó contingencias que generaron pérdidas y cada compañía debió asumir esos riesgos de diversas formas.

Desde **Risk Group**, **Fuentes** indicó: «La disminución del giro comercial por las restricciones sanitarias, lamentablemente, no es un hecho que pueda estar amparado por las pólizas de seguros. A pesar de ello, en la empresa acompañamos a todos nuestros clientes focalizando nuestro trabajo en el asesoramiento remoto, ya que la totalidad de nuestra información y sistemas de gestión se encontraban en la nube meses antes de la pandemia.

Esto nos permitió seguir estando cerca, no solo mediante nuestro servicio habitual, sino también desde el punto de vista financiero, en donde logramos aplicar bonificaciones en los seguros vigentes durante las etapas de asilamiento y reducciones significativas en los costos de renovación de las pólizas expirantes».



De acuerdo con **Vega Cigoj** en Zurich, «las contingencias que se produjeron por motivo de la presente pandemia no estaban contempladas en la cobertura general estándar de Pérdida de Beneficios; por este motivo, la compañía cubrió contingencias en los casos en que estaban previstas ciertas coberturas especiales».

Asimismo, **Amar** expresó: «En La Segunda, tal y como mencioné anteriormente, la cobertura de pérdida de beneficios siempre va condicionada a hechos que se produzcan como consecuencia de un siniestro que cause un daño material o físico. Si bien, hemos tenido algunas consultas asociadas a la Pérdida de Beneficio por el contexto COVID, el hecho no se podía encuadrar dentro de la cobertura, puesto que excluye enfermedades transmisibles. Frente a este hecho, la política de la Línea de Incendio Suscripción fue la de realizar el mayor esfuerzo para acompañar a los asegurados, por lo que en los meses más críticos hemos analizado cada caso en forma particular».

¿Cómo se prueba la existencia de un lucro cesante?

Para poder probar la existencia de lucro cesante, según **Vega Cigoj**, se requiere de extensa documentación, y referirse a la Cláusula de Ajuste, que establece que la evaluación de la pérdida debe tener en cuenta tendencias y variaciones en el negocio y circunstancias que lo afectan antes y después del daño. «Los valores ajustados tienen entonces que representar, lo mejor posible, los resultados que se habrían obtenido de no haber ocurrido el siniestro», definió.

Sobre este particular, **Fuentes** manifestó que deberá ser probado por el asegurado justificando mediante los diferentes elementos contables la disminución del giro comercial y el incremento de los costos de explotación como consecuencia de la ocurrencia del siniestro. Y agregó: «En lo que respecta al giro comercial, será la suma que resulte de aplicar la tasa de beneficio bruto al monto por el cual el giro comercial resulte disminuido respecto de la operatoria normal.

Con relación al aumento del costo de explotación, será el gasto adicional razonablemente incurrido para evitar (o disminuir) la reducción del giro comercial que, de no ser por tal erogación, habría tenido lugar como consecuencia del daño».

Todo Riesgo Operativo

Por último, analizamos la cobertura de Lucro Cesante en las pólizas de Todo Riesgo Operativo (TRO).

Al respecto, **Fuentes** afirmó que dentro de las pólizas de TRO el lucro cesante se ampara como consecuencia de un daño material directo y siempre en la medida de que el evento esté cubierto por la póliza. Y agregó: «Las pólizas amparan en general la pérdida del beneficio bruto debida a la reducción del giro comercial y al aumento del costo de explotación, entendiéndose por tales a la disminución del giro comercial normal, y al gasto adicional necesario y razonablemente incurrido con el propósito de evitar (o disminuir) la reducción del giro comercial.» ➔



▲ Sebastián Fuentes, Gerente Técnico de Risk Group Argentina



Junto a vos,
dedicados a brindar el mejor servicio.



Descargá nuestra aplicación.



0810 999 3200

www.segurosriবাদavia.com

Nº de inscripción en SSN 0222

Atención al asegurado 0800-666-8400

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

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

RIESGOS

EL LUCRO CESANTE ES LA GANANCIA QUE UNA PERSONA -FÍSICA O JURÍDICA- DEJA DE PERCIBIR COMO CONSECUENCIA DE UN DAÑO



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 0800-666-8400 | Organismo de control | www.argentina.gob.ar/ssn | SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACION



▲ Alejandro Vega Cigoj, Head of Commercial Insurance de Zurich Argentina

» La cobertura se otorga con un límite de indemnización equivalente al beneficio bruto (que es la suma que resulta de adicionar al beneficio neto los gastos fijos asegurados) y por un período de indemnización en donde se establece una cantidad máxima de meses y una franquicia, o período de espera en días, a cargo del asegurado. En Risk Group podemos diseñar este tipo de seguros a la medida de la necesidad de nuestros clientes y trabajar a la vanguardia de las coberturas ofrecidas por los mercados internacionales como miembros exclusivos de la Gallagher Global Network.

« El Lucro Cesante en las pólizas de Todo Riesgo Operativo se cubre a través de la cobertura de Pérdida de Beneficios por el período de paralización de la actividad de la empresa »

Más adelante, Amar detalló que el Lucro Cesante en las pólizas de Todo Riesgo Operativo se cubre a través de la cobertura de Pérdida de Beneficios por el período de paralización de la actividad de la empresa. «Es clave realizar un análisis histórico y proyectado de la actividad de la empresa, plantear distintas hipótesis de siniestros que afecten a la actividad y definir los plazos de paralización, de esta forma llegaremos a determinar la suma asegurada como el período máximo de indemnización», indicó.

Finalmente, Vega Cigoj precisó: «La cobertura de un siniestro comienza con el daño material y continúa hasta que las ventas y la rentabilidad hayan sido restituidas a los niveles antes del siniestro (se extiende más allá de la reparación del daño material y vigencia). Las coberturas de Pérdida de Beneficios siempre dependen de una póliza de Daño Material que sufra un daño directo cubierto y así desencadene un lucro cesante».



GALENO

TODAS LAS COBERTURAS EN PLANES MÉDICOS Y EN SEGUROS QUE TUS CLIENTES NECESITAN

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

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

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



www.galenoseguros.com.ar / www.galeno.com.ar

Servicios al Productor:
0800-333-7784

Nº de inscripción en SSN 0878 | Atención al asegurado 0800-666-8400 | Organismo de control www.argentina.gob.ar/ssn | SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACION

Evolución de la intermediación de Seguros en el Día del Productor Asesor

Productores Asesores de distintas zonas del país brindan su visión acerca de la actividad en pandemia; el rol del PAS y la función de asesoramiento; el desarrollo de la intermediación frente al avance de las redes sociales y la venta online; los cambios en el perfil del cliente; y los desafíos y perspectivas de cara al futuro. Por otra parte, Agustina Decarre, presidente de FAPASA, reflexiona sobre todos estos temas y nos cuenta cuáles son los planes de acción de la Federación.

Escribe **Dra. Gabriela Álvarez**

Con motivo de la conmemoración del **Día del Productor de Seguros**, el 28 de Septiembre, en esta oportunidad decidimos darle la palabra a ELLOS, los Productores Asesores de Seguros, quienes junto a las asociaciones que nuclean la actividad, colaboran todos los días para que el rubro asegurador crezca y se transforme en una actividad que cubra los inconvenientes que miles de clientes tienen en su vida cotidiana. Es que la actividad del productor asesor de seguros -como su nombre lo indica- dista mucho de ser una mera tarea de vender seguros. Hoy en día, **el principal valor agregado que la tecnología no puede brindar es el trato humano, el asesoramiento** respecto a las miles de dudas que se presentan ante el acaecimiento de un hecho fortuito y la intermediación con la compañía de seguros que resulta tan fundamental a la hora de dejar satisfecho al cliente.

Por tal motivo, entrevistamos a productores de distintas zonas del país buscando su opinión y su visión acerca de cómo ven la actividad aseguradora y qué proyecciones esperan a futuro.



¿Qué balance -tanto positivo como negativo- realiza de la actividad que el productor asesor de seguros llevó a cabo durante la etapa de la pandemia?

• **Cintia Nicolaci, es Productora de Seguros titular de la firma CN Asesores.** En su opinión, la pandemia aceleró los tiempos en cuanto a la profundización del conocimiento de los canales tecnológicos y medios de comunicación no habituales. *«Positivamente, nos ayudó a capacitarnos, a reemplazar presencia*

por medios digitales, y a conocer ese mundo digital del que quizás no estábamos tan actualizados como creíamos. Negativamente, hubo que redoblar esfuerzos debido a la carencia de horarios fijos de trabajo, y tomar decisiones constantes en cuanto a cómo mantener los niveles de eficiencia de servicio. En el balance general, la pandemia 'también' fue una oportunidad».

• **Héctor Omar Mele, es Productor de Seguros, titular de la firma Mele Seguros.** Héctor nos señaló que *«para todos -productores o no productores- es una experiencia desde ya desconocida que nos invita a desarrollar más que nada nuestra imaginación. Para un productor asesor de seguros, más que nunca nos pone en el lugar de vendedor de ilusiones, especialmente en la época en que vivimos el confinamiento. Nos sometimos al principio en un mar de rumores, reglamentos y disposiciones dictadas por sabe quién, con fórmulas mágicas de presupuestos que los dictaba la SSN, etc. Luego, los Asegurados que decían que no usaban el auto para nada y tener que pagar el seguro al precio de épocas normales, nos llevaba a una situación muy incómoda a la cual, de a poco, nos fuimos acomodando con los criterios que desarrollamos los Productores y las Aseguradoras, con bonificaciones sacadas 'de la galera' con tal de no anular pólizas o las Aseguradoras de retención de cartera».*

• **Sebastián Del Campo, es Productor de Seguros y titular de la firma DC Productores.** *«Lo positivo creo que fue que tuvimos que reinventarnos para ofrecer nuestros servicios de manera online. Lo negativo fue que perdimos el contacto estrecho con el cliente que creo era de suma importancia para nuestra actividad».*

• **Alejandro Orue, es Productor de Seguros de la firma VF.** En su opinión, *«la pandemia llevó, como lo hizo en otras industrias, a digitalizar muchas de las actividades que realiza el productor asesor, desde la captación de clientes hasta la atención de siniestros, pasando por todo el ciclo de vida del cliente y otras actividades administrativas, operativas y de capacitación que son propias de nuestra actividad. Como todos sabemos, la digitalización se adelantó varios años de manera forzosa, donde los aspectos positivos y negativos creo que radican ahí, en tanto esto haya sido relativamente superado por cada productor asesor y logrado satisfacer las necesidades de cada cliente durante la pandemia».*



AMERICAL
REINSURANCE
SOLUTIONS

Global Reinsurance Brokers

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

Buenos Aires Office

Manuela Saenz 323, Suite 517

Buenos Aires Plaza, Puerto Madero

C1107BPA, CABA, Argentina

Phone: +54 11 5217 9751

contact@americalre.com

www.americalre.com



¡Nuevo lanzamiento!

Nuestro asegurado hace su denuncia online y el tercero, ¡también!

Tenemos un nuevo portal de denuncias para aquellos que tengan un siniestro de tránsito con un asegurado de Swiss Medical Seguros.

Solo se necesita:

- ☑ Ingresar a nuestra web.
 - ☑ Cargar la información requerida.
- ¡Y listo!**

Podrán hacer seguimiento online del caso, hasta su resolución.

Hacemos las cosas **más simples.**

www.swissmedicalseguros.com



SMG COMPAÑÍA ARGENTINA DE SEGUROS S.A. CUIT 30-50003196-0. AV. CORRIENTES 1865 PLANTA BAJA (C1045AAA) BUENOS AIRES, ARGENTINA

Nº de inscripción en SSN
0002

Atención al asegurado
0800-666-8400

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





▲ Cintia Nicolaci, Productora de Seguros, titular de CV Asesores

➔ • **Darío Leonel Rodríguez**, es **Productor de Seguros y Analista en Marketing**. «La pandemia, como todos saben, vino para cambiar por completo el paradigma de la sociedad moderna. Mucha gente tuvo que tomar hábitos tanto sociales como buscar un modo amigable de relacionarse con la tecnología, se vio inmersa por completo en un mundo de pólizas digitales, pagos a través de medios electrónicos, a una comunicación no presencial con el PAS, cuestión que en algunos casos no ayuda a la venta, y puede que ingresen actores como los bancos a la comercialización de seguros, por lo que hay que mantener esa imagen de persona visible más allá de la digitalización de la comunicación cliente-PAS».

• **Juan Martín Rosenbusch Lasala**, es **Productor de Seguros y titular de la firma GR**. Según nos comentó, en su opinión resulta imposible realizar un balance positivo en el contexto nacional que nos encontramos transitando.

- **¿Qué importancia le asigna a la función de asesoramiento dentro de la actividad del productor de seguros? ¿Considera que dicha función se cumple en el mercado?**

• Para **Cintia Nicolaci**, el rol del PAS es fundamental. «No sólo en el asesoramiento, sino en el acompañamiento continuo, desde la contratación de una cobertura a medida de su necesidad hasta la contención ante un siniestro y su rápida gestión de resolución. En líneas generales, en el mercado actual, se cumple. Pero lo más importante es que hoy es una exigencia por parte del asegurado».

• Según **Héctor Omar Mele**, la sensación en el mercado es que la gente está buscando crear en quien le brinde la mejor oferta. «En mi caso, reúno un menú de opciones de Aseguradoras con sus ventajas y desventajas, explicándole al Asegurable las diferencias entre compañías Clase 'A' y Clase 'B'».

• Desde el punto de vista de **Sebastián Del Campo**, «el asesoramiento lo es todo en nuestra actividad. Lamentablemente, no veo que nuestro rubro cumpla correctamente con el asesoramiento».

• **Alejandro Orue**, señaló que «el asesoramiento es fundamental en la industria del seguro, así como también considero que ese es el rol ineludible e insustituible del productor asesor, quien es el agente responsable de generar conciencia aseguradora, así como asesorar integralmente en todos los riesgos que puedan tener sus clientes. El asesoramiento se cumple en cada póliza si la intermediación es realizada por un productor asesor de seguros, esto entiendo sigue siendo de preferencia de los asegurados en la realidad actual, aunque siempre hay puntos por mejorar desde luego».

• **Darío Leonel Rodríguez**, consideró que «la palabra del PAS debería ser un estado de tranquilidad por parte del asegurado a la hora de proteger sus bienes, la explicación de cuestiones relacionadas a las coberturas, las cláusulas, y cómo se comporta el premio en función del contexto actual económico en el cual estamos inmersos. Hay productores que saben lo que hacen y lo hacen bien, eso se nota en el momento de ocurrir un siniestro donde el cliente ya tiene una noción de qué tipo de cobertura contrató en



▲ Héctor Omar Mele, Productor de Seguros, titular de Mele Seguros

su momento; como también existen algunos que lo toman de una manera muy relajada, mostrando deficiencia en los conocimientos de que el curso de obtención de la matrícula debió dejar marcado a fuego en el procedimiento del día a día de la actividad del PAS».

• **Juan Martín Rosenbusch Lasala**, sostuvo que la actividad del productor resulta esencial. Sin embargo, considera que dicho rol no se cumple actualmente en el mercado.

- **¿Cómo considera que continuará la actividad del productor de seguros, si tenemos en cuenta el crecimiento de las redes sociales y otros canales como competidores en la venta de seguros?**

• Para **Cintia Nicolaci**, el PAS cumple un rol fundamental y ese rol seguirá vigente. «Considero que debemos estar actualizados constantemente y también acompañados con una presencia digital importante y fuerte, para poder competir en este mercado hoy, donde ya casi el papel no existe y la forma presencial de contacto es mucho menor».

• Según la opinión de **Héctor Mele**, «hay que estar preparados y los ganadores serán aquellos que den el mejor servicio, atención cuando se necesite, estar presente y más que nada escuchar la necesidad del posible Asegurado».

• **Sebastián del Campo**, comentó que la presencia del productor al contratar una póliza es clave «pero también es verdad que la tendencia es saltar el productor y contratar de forma directa y online con la compañía. Creo que el mercado está dividido entre personas que confían y usan el productor, y una camada de clientes que prefiere la contratación online».

• Para **Alejandro Orue**, fundamentalmente, «se notó en la pandemia, el avance en las formas y medios para comunicar y hacer negocios, la industria de seguros no es la excepción y es por ello que el productor asesor tiene que subirse a estas nuevas formas, de hecho, ya los hay y la diferencia siempre es a favor si se hace de manera correcta, dado que el trato personalizado, profesional y continuo que brinda un profesional de los seguros es insustituible. Desde luego, los canales de comunicación y las tecnologías son importantes, pero solo esto no es suficiente, se necesita del profesional idóneo, es decir del productor asesor de seguros».

• En opinión de **Darío Leonel Rodríguez**, por su experiencia personal, la actividad del PAS se vio favorecida en el aspecto de digitalización del servicio, lo cual ahorra dinero y, lo más importante, tiempo en la operatoria del seguro. «En el aspecto redes sociales y venta de seguros, tengo mis dudas si es tan efectiva como un buen servicio y la recomendación de los actuales clientes hacia potenciales y nuevos. Más allá de que la presencia en redes ayude a darse a conocer y generar un impacto de marca dentro del sector».

• **Juan Martín Rosenbusch Lasala**, consideró que «la actividad del productor frente al crecimiento de las redes sociales se verá cada vez más acotada».



▲ Sebastián Del Campo, Productor de Seguros, titular de DC Productores



VEMOS MÁS ALLÁ

NOS ADAPTAMOS, EVOLUCIONAMOS, CRECEMOS

CORE DE NEGOCIO
ERP INTEGRADO
ANALYTICS
PORTAL WEB

A través de nuestra capacidad tecnológica y optimizando todos los resultados para cada necesidad





Estamos donde tus proyectos nos necesitan

Buenos Aires | La Plata | Córdoba | Neuquén | Posadas | Tucumán
Sgo. Del Estero | Resistencia | Mendoza | Rosario | Santa Fe

Centro Comercial Online 0810-220-9411 www.albacaucion.com.ar

Inscripción en SSN | Atención al Asegurado | Organismo de Control
N° 0329 | 0800-666-8400 | www.argentina.gob.ar/ssn

Seguros en 

 SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACION

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



▲ Alejandro Orue, Productor de Seguros de la firma VF

→ - ¿Qué acciones lleva a cabo en miras a la venta de seguros no obligatorios para sus clientes? ¿Qué respuesta recibió de ellos? ¿Qué seguros fueron los más contratados?

• En el caso de **Cintia Nicolaci**, realizaron acciones de venta cruzada «segmentando nuestra base de datos, apoyados en nuestra calidad y calidez del servicio que brindamos. Acompañamos en nuestros canales digitales estas campañas comerciales. Nuestros asegurados reaccionaron de forma positiva, se mostraron receptivos al escuchar nuestras propuestas sobre productos no convencionales, teniendo fuerte aceptación la contratación de seguros de vida y retiro, así como también seguros de home office».

• Según nos comentó **Héctor Mele**, en su experiencia los seguros más contratados son los de automotores, siguiendo los seguros de combinados para casas de familia. «En esta época se empezaron a asegurar bicicletas, teléfonos celulares y accidentes personales y ocupacionales».

• **Sebastián Del Campo** manifestó: «Trabajamos mucho por recomendación, hacemos mucho hincapié en la atención, eso genera que los clientes estén muy contentos con nuestra respuesta al momento de solucionar algún inconveniente, lo cual genera que hablen bien de nosotros y nos llamen continuamente para contratar seguros. Lo más vendido es pólizas de automotor».

• **Alejandro Orue** relató que «una vez captado un cliente, normalmente por referidos y recomendaciones dado que nuestra actividad es de personas, se busca indagar acerca de las actividades y riesgos al cual se ve expuesto el cliente. En esto, la oferta se hace en base a la necesidad de tener coberturas acordes, y como



▲ Darío Leonel Rodríguez, Productor de Seguros, Analista en Marketing

siempre es mejor tener algo a no tener, el cliente opta por contratar y resguardar su patrimonio. Combinado familiar, integral de comercio y seguro de vida son los que están a posterior de la contratación del seguro de auto».

• Según analizó **Darío Leonel Rodríguez**, «la cuestión de los seguros no obligatorios en un estado económico como el actual, sumado a que la Argentina no posee cultura aseguradora, se encuentra poco desarrollada. Cuando un cliente te está consultando sobre cómo ahorrar dinero en su seguro actual, ya sea cambiando de compañía o modificando cobertura, se hace algo contradictorio vender esos seguros, se necesita crear la conciencia y la posterior necesidad del consumidor en la contratación de los mismos».

- ¿Qué cambios nota en el perfil del cliente en los últimos tiempos?

• **Cintia Nicolaci** señaló que «el acceso a la información sobre seguros y la valoración de los servicios prestados por parte de los distintos actores del mercado, genera un aumento de 'conocimiento' por parte del cliente, quien hoy tiene un perfil más exigente en cuanto a servicio y tiempos de respuesta. Sin embargo, muchas veces la información es incompleta, irreal, y carece de elementos de valor que, en cada caso, es función del PAS poder brindar ese correcto asesoramiento para que el cliente comprenda si el producto que va a contratar es acorde a sus necesidades».



▲ Juan Martín Rosenbusch Lasala, Productor de Seguros, titular de GR

• Según **Héctor Mele**, «en el perfil del cliente, como mencioné en otro punto, se nota una mayor participación del Asegurado en buscar la forma de conseguir costo, cobertura y tratando de bucear en redes, con el peligro que significa la interpretación errónea de una cobertura seleccionada sin el criterio adecuado por un asesor que, si bien el costo conseguido lo hace feliz, las consecuencias que pueda traer a futuro con la práctica le dé sorpresas negativas, con cláusulas y textos que no supo interpretar y lo deje sin la cobertura pretendida. Una de las cláusulas que crean incertidumbre en seguros de incendio, por ejemplo, es la de la Prorrata. Se sorprenden cuando los asesoro y les explico cómo funciona».

• En opinión de **Sebastián Del Campo**, «los cambios que noto son que los clientes más jóvenes quieren todo online, mientras que la franja de 40/70 años prefiere ir a la oficina y resolver sus asuntos cara cara con el productor».

• **Alejandro Orue** señaló que «producto de la pandemia y la sensibilidad que ésta provocó, las consultas acerca de seguros de vida, por ejemplo, han subido, así como su contratación. En el caso de los patrimoniales, si bien han subido también, hay siempre una cuestión de costo que el asegurado evalúa, entiendo esto último debido a la necesidad de economizar en estos tiempos».

• Según nos comentó **Darío Rodríguez**, desde su óptica ve un cliente más avezado en cuestiones más técnicas y operativas del sector, donde ya conocen cosas como cláusulas de ajuste, franquicias, etc. →

aacms
ASOCIACION ARGENTINA DE COOPERATIVAS
Y MUTUALIDADES DE SEGUROS

stop loss
bureau de reaseguros s.a.



Reaseguradores Argentinos SA

FINALLOSS S.A.
de Mandatos y Servicios

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

La compañía de siempre, más cerca, más ágil.

Mercantil Andina



Incondicional. Siempre.

f i y t / mercantilandina.com.ar

Nº de inscripción en SSN 116 | Atención al asegurado 0800-666-8400 | Organismo de control www.argentina.gob.ar/ssn | **SSN** SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN



➔ Para **Juan Martín Rosenbusch**, el perfil del cliente varía de acuerdo al nivel socio-económico al que pertenezca.

¿Qué desarrollo y avance se imagina en la actividad aseguradora para los próximos años?

• **Cintia Nicolaci** comenta que «si bien hoy la actividad aseguradora se volvió más ágil y dinámica, el PAS no dejará de ser un actor principal. Se podrán contratar coberturas como commodities, pero la esencia de la actividad que es el asesoramiento técnico y el acompañamiento constante, no será tan simple de reemplazar por medios digitales».

• **Héctor Mele** informó que «los próximos años seguiremos insistiendo en el mismo criterio que empleé en 46 años de experiencia, en asesorar, como primera medida, luego proyectar según las circunstancias, entrar en métodos modernos y ágiles constantemente y emplear el criterio de la buena fe, buen trato como esencia del Seguro. A las buenas empresas las hacen buenos hombres. Un logo o una marca es bueno porque detrás hay personas».

• **Sebastián Del Campo** consideró que «es inevitable la venta y posventa online, pero sin embargo el intermediario entre el cliente y la compañía debe estar para agilizarle los reclamos y problemas que pueda tener el cliente».

• **Alejandro Orue** manifestó que «se va a intensificar la digitalización en todos sus aspectos, desde la comunicación hasta los procesos de los seguros, así como también la generación de nuevas coberturas. Las insurtech podrían surgir con más fuerza y ahí tenemos que estar los productores asesores para ser agentes de cambio, generar conciencia aseguradora y ser protagonistas».

• **Darío Rodríguez** señaló que «el asegurado se va a tornar más digital, va a exigir por parte de las compañías y productores asesores la misma velocidad en el servicio, igualando la que él procesa sobre el accionar de sus seguros».

• **Juan Martín Rosenbusch** indicó que, en su opinión, «en nuestro país es utópico imaginar el futuro desde un día o por décadas».

FAPASA

Asimismo y con la intención de contar con una opinión más generalizada y desde otro ámbito del mercado, entrevistamos a **Agustina Decarre, Presidente de FAPASA**, quien amablemente nos brindó su opinión al respecto.

Balace

Agustina Decarre nos comentó que el balance de la actividad realizada por los productores durante la pandemia es positivo, ya que se consolidó el protagonismo de los PAS en la relación y cercanía con los Asegurados. «Desde el primer día de pandemia, cuando había mucha incertidumbre y necesidad de contención, los Productores Asesores estuvimos cerca de los clientes, evacuamos dudas sobre las coberturas vigentes, nuestra atención se mantuvo en modalidad virtual sin importar horarios



▲ Agustina Decarre, Presidente de FAPASA

ni turnos de atención como otros canales y esto es una ventaja competitiva que los clientes valoran mucho. Saben quiénes somos y nosotros sabemos lo que necesitan en cada caso. Por supuesto, el balance negativo es la tristeza por las pérdidas de vidas, el dolor de una sociedad que llora a sus seres queridos y, en muchos casos, la pérdida económica de fuentes de trabajo de muchas personas que ven afectada su actividad. El seguro es una actividad que acompaña los vaivenes económicos y la crisis en algunos sectores por supuesto la sentimos.

Rol del PAS

El asesoramiento es clave en nuestra actividad, es lo que agrega valor a nuestro rol. En este punto es fundamental interpretar que no se trata de vender una remera, un electrodoméstico o un auto, sino que asesoramos, interpretamos condiciones de riesgo de nuestros clientes, ayudándolos a contratar la cobertura que realmente proteja sus bienes, su patrimonio, su vida y que cumpla la verdadera función social y económica que tiene el seguro.

Lamentablemente, vemos algunos avances de ciertas plataformas de venta digital que no cumplen esta función de asesoramiento que debe primar en la actividad aseguradora. Por eso trabajamos sobre estos temas acercando a la SSN estas cuestiones para una correcta regulación de esta actividad y la protección de los intereses de los Asegurados y la Sociedad en general.

Actividad

En cuanto a la actividad de los productores de seguros y las redes sociales, considero que todos los avances tecnológicos y medios de comunicación son aliados de los PAS, cuando están bien utilizados son una herramienta que permite estar conectados, acortar distancias, difundir la actividad aseguradora y que la Sociedad perciba nuestra función.



La actividad del PAS sigue siendo la protagonista del sector y así lo reconocen las Compañías que trabajan con Productores Asesores, siendo el canal de comercialización que continúan eligiendo los Asegurados, por eso año a año aumentamos el porcentaje de participación de mercado.

El desafío es continuar incorporando tecnología aplicada por los PAS y profesionalizar la labor a través de capacitación continua.

Cientes

Los clientes en estos últimos tiempos están informados, utilizan las redes y la información web para analizar temas vinculados al seguro. En muchos casos, realizan las primeras indagaciones pero la contratación sigue siendo a través de los Productores Asesores. Es lógico que haya cambios en las formas de consumo y estamos preparados para eso, mientras que exista el Asesoramiento y la contención de los PAS. En muchos casos, cuando las contrataciones fueron por la web u otros canales, al momento del siniestro se necesita contar con la explicación, ayuda y contención que brinda una atención personalizada. Ahí es cuando se valora el canal del PAS, que está para evacuar dudas, asesorar y que conoce lo que el cliente necesita. Muchas de estas experiencias de clientes descontentos se vuelcan al canal profesional. Lo mismo sucede con seguros contratados a través de Bancos o las contrataciones de Prendarios que no pueden elegir el canal al momento de realizar las operaciones. Son situaciones que no deberían existir, pero que estadísticamente refuerzan la importancia de los PAS en la actividad.

Desafíos

Creo que hay mucho trabajo por delante, donde los cambios tecnológicos, sociales y culturales se aceleraron en el mundo a partir de la pandemia que cambió la realidad de todos. Durante los primeros meses del año pasado creo que todos los sectores tomaron acciones para adaptarse rápidamente y ser flexibles a estos cambios que fueron la clave para seguir adelante. Con el correr de los meses y con el contexto actual, se están notando nuevas realidades y se va perfilando cómo se proyectan los cambios para muchos sectores a un plazo mediano y largo. El desafío para todos será entender la necesidad de adaptarnos y estar abiertos a cambios y modelos de trabajo que van a continuar cambiando, que debemos incorporar sin perder nuestra esencia y lo que nos identifica. Seguramente surgirán nuevos productos cubriendo necesidades que detectamos y que el Mercado demanda, será nuestra función como Asesores la difusión de las nuevas coberturas y concientizar a la Sociedad sobre las posibilidades para cubrir estos riesgos.

Federación

FAPASA representa 22 Asociaciones de Productores Asesores de Seguros de todo el país, con lo que esto implica en cuanto a diversidades de economías regionales, de territorios y de formas de trabajo, pero con una identidad común que es la defensa de la actividad del PAS y el trabajo para que la Sociedad incorpore los valores de previsión, prevención y protección de su patrimonio y su vida, con el mejor asesoramiento de un PAS. Nuestro foco está puesto en 4 planes de acción concretos que son la Concientización y la Construcción de Cultura Aseguradora, la Capacitación y Profesionalización de los PAS a través de todos los programas disponibles para ser mejores cada día y agregar valor a nuestro rol, un programa de Innovación que estamos desarrollando para brindar las herramientas tecnológicas que necesitan los PAS para el nuevo mercado tan competitivo y que pondremos a disposición de los socios de las APAS, para que sin importar el tamaño de su cartera o en qué lugar desarrollen su actividad, puedan acceder a estas nuevas formas de trabajo y, por último, seguir trabajando en la defensa de nuestra actividad, con acciones concretas contra el intrusismo en la intermediación, la venta ilegal y por canales compulsivos que tanto mal hacen a la actividad aseguradora por el perjuicio reputacional que generan en los damnificados y la Sociedad. ●

Grupo San Cristóbal celebró más de 80 años construyendo junto a sus Productores Asesores

● En el marco del **Día del Productor Asesor de Seguros**, **Grupo San Cristóbal** celebró y reconoció su rol fundamental dentro de la historia de la compañía y de los seguros en general. En el mundo, los Productores Asesores de Seguros comercializan entre el 70 y 80% de las primas y en Argentina, hay más de 41.000 PAS de los cuales, 7.300 eligen trabajar con **Grupo San Cristóbal**. De esta manera, 2 de cada 10 Productores Asesores desarrollan su actividad junto a **San Cristóbal Seguros** y **Asociart ART**, siendo el canal comercial por excelencia, que le permite a la compañía llegar con su cobertura a todo el país y preservar la cercanía con el cliente.



Diego Guaita, CEO de **Grupo San Cristóbal**, destacó: «Apuntamos a ser el mejor lugar para que un productor u organizador se desarrolle. Juntos somos un equipo con historia que apostamos a lo que va a venir y estamos orgullosos del camino recorrido. Por eso, seguimos trabajando entre todos, haciendo que nuestros clientes estén seguros, cuidando su bienestar y patrimonio, esmerándonos por entender sus necesidades, ayudándolos a tener éxito y superando sus expectativas».

A lo largo de estos años y con el objetivo de reforzar la propuesta de valor del PAS, tanto con nuevos productos como con la capacitación constante, **Grupo San Cristóbal** desarrolló **Sitio Seguro**, una herramienta que permite a los productores asesores generar su propio sitio web a partir de la plataforma que **San Cristóbal Seguros** pone a su disposición. En esta misma línea, año a año se realiza el **Ciclo de Capacitación Continuada para Productores Asesores de Seguros (CCPAS)**, con el propósito de fortalecer su crecimiento y potenciar su liderazgo profesional en el mercado de seguros.

Además, desde las distintas unidades del Grupo se desarrollaron propuestas novedosas como los **Clubes de Mujeres**, que incentivan la vinculación e intercambio entre las profesionales del seguro y potencian su desarrollo profesional y comercial; y el programa de incentivos **«Todos a bordo»**, premiando a la productividad con viajes de primer nivel.

De esta forma, **Grupo San Cristóbal celebra un año más junto a sus productores y productoras en todo el país**, reconociendo el camino construido en conjunto y apostando al futuro que tienen por delante.

Convenio radicación de Investigadoras/es de Fundación Grupo Sancor Seguros (FGSS)



● La **Fundación Grupo Sancor Seguros (FGSS)** trabaja en el desarrollo de un **Polo Académico-Científico-Tecnológico** en la ciudad santafesina de Sunchales y su región, donde se encuentra radicado su **Instituto Cooperativo de Enseñanza Superior (ICES)** y **CITES**, la **aceleradora científico-tecnológica del Grupo Sancor Seguros (GSS)**.

Para el desarrollo de este Polo Académico-Científico-Tecnológico, la FGSS ha realizado acciones que posibilitaron mejoras sustanciales en la docencia de grado y posgrado. En 2017 se creó el **Centro Universitario Sunchales (C.U.S.)**, generando las bases para ofrecer diferentes carreras de grado y posgrado mediante convenios especiales de colaboración y articulación con universidades del país y del exterior (UNR, UCSF, UCSE, UNL, UNRaf, UCA, Universidad Hohenheim de Stuttgart-Alemania, ESCOOP - Facultad de Tecnología de Cooperativismo de Brasil).

En ese sentido, la **FGSS** sostiene la necesidad de potenciar las acciones de investigación, innovación, desarrollo y transferencia orientadas a la solución de problemas regionales. En esta convocatoria se ofrece **financiamiento e infraestructura de excelencia para el desarrollo de las actividades de investigación, transferencia y docencia de posgrado en las instalaciones de su Departamento de Investigación**.

De modo que la **FGSS** y el **CONICET llaman a la radicación de investigadores**, preferentemente de la categoría Adjunto o Independiente. Los perfiles se orientan a tres campos: **1) Cooperativismo y Mutualismo; 2) Economía y Finanzas; y 3) Ciencias Aplicadas de la Computación**.

Se valorará muy especialmente que las y los investigadoras/es a radicar se trabajen en pos de potenciar el crecimiento del Polo Académico-Científico-Tecnológico, asumiendo el compromiso de construir grupos de trabajo y nuevas líneas de investigación en temas asociados con el desarrollo regional.

Más información:
https://www.fundaciongruposancorseguros.org/acciones/1503
Contacto: investigacion_fgss@gruposancorseguros.com

Breves de Informe

Orbis Seguros inaugura Agencia en Concordia, Entre Ríos



● En **Orbis Seguros** continúan creciendo y avanzando con su plan de expansión y desarrollo a lo largo de todo el país. Por eso, han abierto una **nueva agencia** ubicada estratégicamente en el corazón de **Concordia, Entre Ríos**. «Mientras trabajamos en la remodelación del local ubicado en Urquiza 899, invitamos a los PAS a que se contacten con **Carla Zapata**, responsable de la sucursal, telefónicamente al 3454-122936 o vía mail a czapata@orbisseguros.com.ar. Esta nueva agencia nos permitirá afianzar el vínculo comercial que nos une con nuestra extensa red de Productores Asesores de Seguros y Clientes, consolidando nuestra política de crecimiento en el litoral argentino; en una ciudad que es motor económico de la región del país». «En **Orbis** continuamos creciendo y sumando herramientas para facilitarle los días a nuestros clientes y PAS».

El Grupo Sancor Seguros felicitó a sus Productores Asesores en su día



● Cada 28 de septiembre, el mercado asegurador celebra el **Día del Productor Asesor de Seguros**, que históricamente constituye una figura clave en la comercialización de las diferentes coberturas. El **Grupo Sancor Seguros** se hizo eco de la efeméride y **saludó a los más de 9.300 PAS** que conforman su amplia red de ventas a nivel nacional.

Al respecto, el **Director de RRRP y Servicios al Trazador Asesor de Seguros, Osiris Trosero**, comentó: «No concebimos el negocio sin nuestros aliados estratégicos: los PAS. Desde el comienzo de la pandemia cobraron una nueva relevancia, pues llevaron calma en medio de la incertidumbre y estuvieron allí para cada asegurado, en todo momento y lugar. Por eso, para el **Grupo Sancor Seguros** es un orgullo contar con un cuerpo de ventas como el nuestro».

Grupo BAIONI
Siempre Juntos

Baioni S.A. Seguros Baioni BLIFE bcenter VIVA SEGUROS Baionline ASSISST

assisto tuseguro devije.NET

<http://www.grupobaioni.com>

Atención al asegurado 0800-666-6400

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACION



Fundación Grupo Sancor Seguros presentó una versión virtual de su Parque de Educación Vial



En una nueva muestra de su espíritu innovador y de su capacidad de adaptación a las nuevas tendencias, **Fundación Grupo Sancor Seguros** presentó la **Plataforma Virtual del Parque Temático de Educación Vial**, una innovación pedagógica que hace posible que personas en edad escolar puedan vivir este espacio desde cualquier lugar del mundo. Cabe recordar que el 5 de octubre de 2010, *Día del Camino*, se inauguró en Sunchales (Santa Fe) el **Parque Temático de Educación Vial del Grupo Sancor Seguros**, una ciudad en miniatura para vivir la seguridad vial desde un enfoque participativo y contribuir a la formación de conciencia vial desde la más temprana edad. Tras casi 11 años de esa exitosa primera experiencia, se presentó su **versión virtual**, que en tiempos de pandemia intenta acortar distancias entre los ciudadanos y la seguridad vial, pretendiendo transmitir en este formato los recursos necesarios para formar usuarios responsables del tránsito y seguros en sus desplazamientos por la vía pública. El lanzamiento contó con la participación de la **Directora de la Agencia de Seguridad Vial de la Provincia de Santa Fe** y del **Intendente de la Municipalidad de Sunchales**, junto a las **máximas autoridades del Grupo Sancor Seguros y su Fundación**. Durante el evento, que fue conducido por **Guillermo Hemmerling**, se compartió un video que permitió conocer más detalles sobre la Plataforma Virtual del Parque Temático de Educación Vial de boca de sus propios protagonistas y hacedores: los Docentes del Parque y el **Gerente de Fundación Grupo Sancor Seguros**, quien comentó: «De esta manera, se desvanecen las fronteras y el universo de visitantes potenciales del Parque Temático de Educación Vial ya no tiene límites». El cierre tuvo lugar a través de un diálogo con el **Dr. Horacio Botta Bernaus, Coordinador Técnico del Parque Temático** y Abogado especialista en Derecho de Tránsito y en Seguridad y Educación Vial. Para conocer la Plataforma, ingresar a: <https://lparquedeeducacionvial.com.ar> Para revivir el evento de lanzamiento, **ingresar aquí**.

La UART anuncia su 11mo Congreso de Seguridad y Salud Ocupacional

La **Unión de Aseguradoras de Riesgos del Trabajo** anuncia el **11mo Congreso de Seguridad y Salud Ocupacional 2021**, a realizarse el **próximo jueves 7 de octubre a las 9 hs vía Zoom**. La actividad es gratuita con cupos limitados y requiere preinscripción. El encuentro, este año en el marco de los 25 años del Sistema de Riesgos del Trabajo, contará con un nutrido panel de expertos, locales e internacionales, convocados para abordar una muy amplia gama de temáticas, desde la prevención, la tecnología y digitalización en los procesos de trabajo hasta el escenario postpandemia.

A continuación, **programa completo**:

9:00 a 9:40 hs – Apertura
Lic. Mara Bettiol, Presidente de UART.
Lic. Marcelo Domínguez, Gerente General de la Superintendencia de Riesgos del Trabajo.
9:40 a 10:10 hs – Cuidado inteligente: nuevas soluciones y tecnologías para espacios de trabajo más seguros
Dir. Martín Sciarillo, Director de Customer Success de Microsoft.
10:10 a 10:15 hs – Break
10:15 a 11:00 hs – Buenas prácticas en prevención / Bloque 1
«Los desafíos de la bimodalidad: la nueva seguridad virtual y presencial»
Lic. Diego Liebling, Jefe Regional de Prevención Centro y NOA de Asociart ART.
«Entornos ágiles interactivos: nuevas oportunidades de aprendizaje en prevención»
Lic. Andrés Jarulakis, Especialista en servicios y herramientas de prevención de Experta ART.
«Área ART: una nueva dimensión en la formación de los trabajadores»
Ing. Mauricio Cattaneo, Gerente de Seguridad y Salud Ocupacional de Prevención ART.
Prof. Melina Massa, Capacitación, investigación y desarrollo del área SySO de Prevención ART.
11:00 a 11:30 hs – Re- Evaluar la cultura preventiva
Ing. Salvador Carmona Fálder, Director de i+3 (España).
11:30 a 11:35 hs – Video 25° Años
11:35 a 11:40 hs – Break interactivo
11:40 a 12:25 hs – Buenas prácticas en prevención / Bloque 2
«Los beneficios de implementar un programa de bienestar laboral»
Lic. Raúl Gastón, analista de riesgo de Swiss Medical Group.
Prof. Carlos Parlack, Líder de Proyecto Programa Bienestar.
«Teletrabajo sano y seguro en perspectiva integral»
Lic. Daiana Sotelo, Asesora en Ergonomía de Provincia ART.
«Buenas prácticas en Seguridad Vial: una mirada alineada a la visión Zero»
Lic. Grisel Di Bert, Líder Comunicación Institucional de Grupo Aseguradora La Segunda.
12:25 a 13:00hs – Covid-19: Errores y aprendizajes. La postpandemia
Dra. Marta Cohen, Patóloga pediátrica nombrada «Miembro de la Orden del Imperio Británico (Reino Unido)».
Inscripciones: <https://bit.ly/3Ec94KBI> 1mo Congreso UART
Más información: www.uartprevenir.ar
Por consultas hola@uartprevenir.org.ar



Breves de Informe

Movilidad sustentable: un vínculo entre la ciudad, la sociedad, y el tránsito, según San Cristóbal

El **Grupo San Cristóbal** se sumó a la Semana de la Movilidad Sustentable que se celebró en todo el mundo del 16 al 22 de septiembre. **Grupo San Cristóbal** realiza una reflexión sobre la movilidad sustentable y segura a través de **Circulantes**, una serie de contenidos que recopila datos de interés sobre las ciudades, la micromovilidad, la logística urbana y el diseño sustentable de las ciudades, entre otros.

Se trata de un proyecto que nace desde la necesidad de transformar un tema complicado y distante para la sociedad, en algo fácil de entender y con una mirada entretenida, desde un lugar positivo, interesante y novedoso. De esta forma, **la propuesta permite establecer un vínculo entre la ciudad, la sociedad, y el tránsito**. Los temas se trabajan desde la mirada de distintos especialistas, pero buscan generar una reflexión en cada uno de los que hacen el tránsito en las distintas ciudades. «La sinistralidad vial es una preocupación de nuestro Negocio y es también una meta de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Pacto Global, desde el **Grupo San Cristóbal** decidimos trascender la mirada histórica de la 'accidentología' para atender esta problemática y centrarnos en el entorno vial como un ecosistema en el que conviven múltiples actores y situaciones atravesados por cuestiones estratégicas, tácticas y culturales. Con **Circulantes** comenzamos a trabajar en este sentido y nuestra intención es evolucionar este abordaje y llevarlo desde la generación de contenidos que busca instalar conversaciones y visibilizar programas de intervención en las comunidades para impactar positivamente en el bienestar y la calidad de vida de las personas», destacó **Exequiel Arangio, jefe de Comunicaciones Corporativas y Sustentabilidad de Grupo San Cristóbal**. Además, con el objetivo de promover e incentivar el uso responsable de los recursos, la descontaminación del medio ambiente y la mejora de la calidad de vida de las personas, **Grupo San Cristóbal** acompañó como **media partner** al **Foro Mundial de la Bicicleta** que se realizó del 15 al 19 de septiembre en Rosario.

Tendencias en la movilidad sustentable

Una de las principales tendencias es la micromovilidad, un fenómeno que empezó a tomar fuerza en los últimos años y que la situación de pandemia en Argentina y el mundo, impulsó aún más. Son nuevas formas de movilidad vinculadas al transporte individual de personas, como por ejemplo: scooters, bicicletas, monopatines. Se trata de medios que le permiten a las personas ser más conscientes de sus traslados: acotar tiempos, utilizar transportes menos contaminantes o híbridos, y a su vez, en la mayoría de los casos, complementan el estilo de vida de las personas. Otras de las tendencias visibles es la **revalorización de la bicicleta y de la caminata**, la **demanda de más y mejor transporte público** (trenes de cercanía, bicicletas públicas, buses alimentados con energías alternativas), la **movilidad colaborativa como el carpooling o el pool de compañeros** que se turnan para viajar juntos en un auto al lugar de trabajo. Estas son muy comunes en ciudades grandes, pero también pasarán a serlo en ciudades más pequeñas. El negocio de los seguros tuvo que adaptarse rápidamente a las consideraciones técnicas de las coberturas para contemplar estos nuevos vehículos y formas de transportarse y desarrollar también nuevas propuestas aplicables a dichas tendencias. No alcanza con disponer seguros para bicicletas o monopatines eléctricos, además hay una demanda de cobertura por uso o por periodos cortos. Allí es donde el seguro tiene el mayor impacto, en la necesidad del usuario más que en el tipo de vehículo. «Con ese nuevo perfil de actividad, desde **Grupo San Cristóbal** nos estamos anticipando a cómo será la demanda de productos de acuerdo a los nuevos hábitos de consumo. Hoy existe una generación de consumidores, los centennials, que son el 12% de la estructura poblacional, unos 4,5 millones de jóvenes entre 18 a 23 años, que tienen ingresos bajos y perciben el consumo de otra manera: menos bienes, más experiencias, y eso puede marcar una nueva manera de demandar productos que cubran ese patrimonio o experiencia», concluyó **Arangio**.

La Perseverancia Seguros incorporó una guía de servicios adicionales en todas sus pólizas integrales de Comercio y Consorcio



Se trata de una amplia gama de servicios adicionales, entre ellos servicio de emergencias médicas, plomería, electricidad, cristales y más. **La Perseverancia Seguros** -compañía líder en el país, con más de 115 años de trayectoria- **incorporó en todas sus pólizas integrales de Comercio y Consorcio una amplia gama de servicios adicionales**. En esta nueva guía, se pueden encontrar además de servicio de emergencias médicas, plomería, electricidad y cristales, **adicionales** como cerrajería a domicilio, gas, obstrucciones localizadas en cañerías, desatascos, vigilancia, mantenimiento de aire acondicionado, grupo electrogénico, servicio de limpieza y lavandería, servicio de traslado y guarda de muebles. Para conocer más sobre la nueva guía de servicios ingresar en <https://www.lps.com.ar/>

La Perseverancia Seguros presenta una nueva versión 4.0 de su APP LPS PRODUCTORES

Se trata de la aplicación más avanzada del mercado, la cual les permitirá a los productores gestionar de forma simple y segura su cartera de asegurados. **La Perseverancia Seguros** -compañía líder en el país, con más de 115 años de trayectoria- **presenta una nueva versión de su APP LPS PRODUCTORES**. A partir de esta nueva actualización, los productores podrán 'loguearse' de manera más rápida y segura con su huella digital o FaceID. Además la APP permitirá cotizar y emitir pólizas de motovehículos y retomar cualquier formulario de inspección cargado desde el portal web, entre otros beneficios.



«La nueva versión de la APP para productores, es parte de nuestro plan de innovación tecnológica y de procesos que tiene como objetivo sumar nuevas y mejores funcionalidades a los sistemas», asegura **Adalberto Bruzzone, Director de La Perseverancia Seguros**, y agrega: «De esta manera, generamos no sólo nuevas coberturas y procesos si no que facilitamos la gestión por parte de nuestros asesores de seguros».

¿Qué beneficios tendrá la nueva APP?

- Loguearse usando sus datos biométricos huella digital y FaceID tanto en iPhone como en Android.
- Cotizar y emitir pólizas de motovehículos, conforme normas de aceptación de riesgos
- Retomar desde la app el formulario de inspección una operación cargada desde el portal web. De esta forma, si se incorporaron los datos desde el sistema web, luego se puede capturar las fotos desde la app, emitiéndose la póliza en el mismo instante que las sube.

En la consulta de póliza:

- Se puede ver un detalle pormenorizado de la cobertura.
- Se puede llamar al asegurado haciendo **click** en el icono del teléfono.
- Se puede compartir con el asegurado el certificado de cobertura por **whatsapp** o cualquier otro canal de mensajería disponible en el celular.
- Además se incorporó en el menú lateral una nueva sección de estadísticas que permite acceder a información global de la cartera, actualmente se puede conocer la composición de la cartera vigente.

Para conocer más sobre las nuevas funcionalidades de la **APP LPS PRODUCTORES** ingresar en <https://www.lps.com.ar/>

Afianzadora: En las Elecciones crecerán los Seguros de Caución



Por **Mariano Nimo, Gerente General de Afianzadora**
Los resultados electorales de las PASO parecen coincidir en una cuestión fundamental: **cuando hay ajuste fiscal los oficialistas sufren en las urnas**. De la misma manera que Macri y sus amarillos recibieron un fuerte revés electoral en los principales bastiones electorales en las PASO de 2019, la historia se repite en este particular 2021 donde Alberto, Cristina y sus aliados recibieron un resultado que ni el más osado de los encuestadores pudo predecir.

Cuando analizamos las causas observamos un factor común: **el ajuste fiscal**. A pesar de la semántica oficialista, la primera parte del año transcurrió en un severo ajuste fiscal que, en conjunto con la alta inflación, fue licuando el principal problema osificado argentino: el desmedido Gasto Público. Coincidentemente con lo que sucedió en el último año macrista, donde prácticamente entregó un déficit fiscal primario anual en equilibrio (0,44% del PBI), el primer semestre del 2021 clona esa situación con los mismos guarismos (0,5% del PBI). Independientemente que existen otras valoraciones (cuarentena, poder adquisitivo, libertades, escuelas cerradas, inflación, vacunas, Olivos Gate, etc), claramente **la contracción del gasto en épocas de elecciones constituye un suicidio electoral**.

Empieza la carrera por revertir el abrumador avance de la oposición, inyectando dinero en el mercado, para llegar a noviembre con otra sensación. El presupuesto 2021 estipula un déficit de 4,5% del PBI para este 2021, y sólo se consumió un 0,5% en los primeros seis meses. Sin dudas, estos 4 puntos completos disponibles serán fundamentales para cambiar el humor social, buscando un achicamiento de la abrumadora distancia de las PASO.

Mientras tanto, **los seguros de caución contractuales crecerán al calor de esta inyección intensiva monetaria** que, entre sus distintas modalidades, también conducirá bonanza a través de la Obra Pública. La negativa repercusión en la macro es predecible pero... ¡lo que importa es noviembre!
#CulturaAfianzadora
Fuente: **Afianzadora - Seguros de Caución**
<http://www.afianzadora.com.ar>



gourmend

EL TROPEZÓN
DESDE 1884
Calle 248, C.A.B.A. / 011 4371 5046
@eltropezonrestaurant

profile
profile

CLUB DEL PROGRESO RESTAURANTE

Un emblema histórico de Buenos Aires



Historia
Fundado en 1852, el restaurante del **Club del Progreso** es el «Gentleman Club» más antiguo de Sudamérica. La casa en la que funciona perteneció originalmente a la familia Duhau y por su interior desfilaron importantes personajes de la política argentina.

En 1852 la sociedad argentina se encontraba dividida en dos posiciones al parecer irreconciliables, Urquicistas y Porteños, cuyos constantes conflictos dificultaban el desarrollo del país. Por esta razón, luego de la batalla de Caseros, en marzo de ese mismo año, Diego de Alvear convocó a cincuenta y seis vecinos de la ciudad de Buenos Aires y les propuso fundar un club cuyos objetivos fueran: «Desenvolver el espíritu de asociación con la reunión diaria de los caballeros más respetables tanto nacionales como extranjeros... Uniformando en lo posible las posiciones políticas por medio de la discusión deliberada y mancomunar los esfuerzos de todos hacia el progreso moral y material del país». Es con estos objetivos que el primero de mayo de 1852 se funda el «**Club del Progreso**». Según una carta del fundador del Club publicada en el diario *La Tribuna* en 1853, no interesaban a los socios tan solo los aspectos políticos, sino terminar «con la división y la desconfianza recíproca en que vivíamos». Este objetivo se logra a través de diversas actividades sociales, principalmente bailes y tertulias

donde se encontraban las más importantes personalidades del momento. Este fue el carácter que mantuvo el club durante largo tiempo, asimilando las nuevas costumbres de la ciudad e incorporando el deporte como otra de sus actividades. Finalmente, en los últimos años el funcionamiento del club se ha inclinado a la realización de actividades de tipo cívico culturales a través de debates, seminarios y conferencias.

Distinciones Recibidas

- «Sitio de Interés Cultural» al **Edificio del Club del Progreso** (Legislatura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires - 15 de Octubre 2009).
- «Testimonio Vivo de la Memoria Ciudadana» al **Edificio del Club del Progreso** (Museo de la Ciudad - Ministerio de Cultura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires - 15 de Noviembre 2007).
- Distinción por «Aporte y Enriquecimiento del Patrimonio Cultural» al **Club del Progreso** (Ministerio de Cultura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires - Abril de 2011).

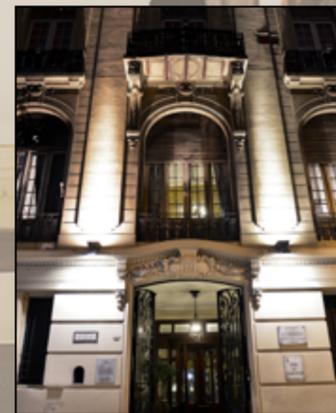
Nombre

«Progreso» era en ese entonces la palabra mágica sobre la cual convergían todas las tendencias y aspiraciones. Expresaba el acceso a lo moderno, a la técnica y a la ciencia, y por ende a la prosperidad.

El grabado de su emblema -isologo- en el que un aerostato sostiene un buque de ruedas a vapor, simboliza en su diseño la esperanzada

ficha técnica

NOMBRE	CLUB DEL PROGRESO Restaurante
DOMICILIO	Sarmiento 1334, Centro Ciudad Autónoma de Buenos Aires
TELÉFONO	(54 11) 4372 3350
ESPECIALIDAD	Cocina Internacional
VARIOS	Don Silvio Ristorante. Cocina italiana. Viraró Brasas . Parrillada Argentina. Salones en primer piso y planta baja. Patio central y Jardín. Servicio de Té y Brunch. Delivery.
HORARIOS	Desayunos desde las 8:00 hs Almuerzos de 12:00 a 16:00 hs. Meriendas de 17:00 a 19:00 hs. Cenas en Patio y Jardín de 20 a 0 hs



visión que los porteños cifraban en esa mágica palabra, en cuya concreción todo sería posible: la educación, la industria, el transporte, las artes, y finalmente como logro concreto y positivo, **una vida mejor y más digna para todos**.

Arquitectura y decoración

En 1941, con los nuevos tiempos de Argentina, se instaló en su actual sede en la calle **Sarmiento 1334**, antigua residencia privada de un miembro de la familia Duhau construida por los arquitectos Lanús y Hary. ➔



Cocina internacional en un ambiente distinguido y exclusivo



El edificio es exponente de la mejor arquitectura porteña, elegante y distinguida, y en sus salones tienen cabida muchas actividades, como cursos, exhibiciones de cine, conciertos, lecturas, conferencias, sin olvidar, por cierto, los tradicionales bailes y recepciones de toda la vida.

El Club del Progreso mantiene, 158 años después, enhiesta la dinámica y la lozanía de sus mejores tiempos, lo cual constituye un motivo de orgullo para nuestra ciudad y también para quienes han sabido preservar esta inapreciable referencia de nuestro pasado.

Ambiente

El Club del Progreso Restaurante es uno de los lugares con más tradición existentes en el centro de la Ciudad de Buenos Aires, al que siempre ha concurrido una mezcla de porteños y turistas. La edades de sus comensales varían entre los 18 y 80 años, donde muchas generaciones dentro de una misma familia son recurrentes visitantes. El promedio de edad oscila entre los 40 y 60 años, tanto hombres como mujeres.

Gastronomía

Club del Progreso Restaurante cuenta con opciones para todos los gustos. El menú está orientado a lo casero, destacándose por la abundancia y calidad de sus platos. La carta es muy amplia y las porciones son muy abundantes, sobresaliendo su tradicional Cochinitillo a la Segoviana. Las entradas son variadas, y las carnes, pastas y pescado figuran entre las opciones más solicitadas. Una característica

es que todos sus clientes vuelven y lo recomiendan. El Restaurante funciona en diferentes espacios del edificio histórico, cuyos salones exclusivos se encuentran en el primer piso. El salón principal tiene una magnífica boiserie y apliques de bronce. Hay otro salón más pequeño que resulta ideal para realizar eventos privados y un patio en damero en la planta baja, donde se encuentran la parrilla y el horno de barro, además de una barra bien nutrida. La especialidad de la casa es muy amplia, donde se destacan las empanadas, la entraña grillada, las costillas de cordero, pesca del día, pastas caseras, Osobuco al horno de barro, comidas típicas patrias -como locro y mondongos-, así como el tradicional Cochinitillo al estilo segoviano cortado con un plato.

En verano, «se activa» el patio cervicero en la zona del Jardín.

La carta de Don Silvio Ristorante presenta Sugerencias del Chef como Revuelto Gramajo 'Del Progreso', Osobuco 'Daniel Casanova' (braseado en horno de barro y acompañado de puré rústico), Ravioles 'Juan Carlos Delmisier' (Rúcula, ricota y tomates secos a la crema) o Cuarto de Cochinitillo al Horno de Barro (acompañado de papas y batatas), entre otros.

En materia de Entradas, sobresalen la Burratina con Prosciutto; Gambas al Ajillo; Rabas a la Romana; Mozzarella In Carrozza; o las exquisitas Mollejas Confitadas 'Lisandro'. Por otra parte, hay variedad de Ensaladas como 'Don Silvio' (Palta, rúcula, tomate, cebolla morada y champignon); 'Tunita' (Atún, tomate, huevo, palmito, olivas, palta y cebolla morada);

o 'Del Patio' (Pollo, rúcula, espinaca, queso parmesano con dip de miel y mostaza).

Entre las Pastas Caseras, se destacan los Sorrentinos de Cordero braseado en su fondo de cocción al Malbec; Noquis 'Santino' de papa rellenos de jamón y mozzarella; Lingüini a 'La Lido' con crema de fontina y brócoli, entre otros.

Los Pescados y Mariscos presentan opciones como Pulpo a la Gallega; Cazuela de Pulpo español; Paella de Mariscos; Salmón Rosado a la plancha; o la clásica 'Cazuela de Mariscos' (Langostinos, calamares, mejillones, camarones y pulpo en su caldo), entre otros.



Entre las Carnes, se ofrecen platos como Lomo a la mostaza con papas españolas; Bondiola de Cerdo (en reducción de oporto y miel sobre zócalo de crema de batatas y jengibre); Bife de lomo; Bife de chorizo especial; Ojo de bife; Milanesa de Peceto a la Parmigiana, entre otros.

El momento dulce llega a través de Postres como el Cheesecake de chocolate blanco 'Graciela Borges' con compota de frutos rojos; Lemon Champ; Flan casero de vainilla al caramelo con dulce de leche; Almendrado con Charlotte; Gran Metropolitano (Queso cremoso y Dulce de Batata); Tiramisú o Creme Brulée de naranja, entre otras exquisiteces.

Bodegas

Club Del Progreso Restaurante posee una cava vidriada exclusiva, con las mejores marcas del mercado, en donde sus clientes pueden disfrutar de toda su oferta de tragos y vinos.

Negocio

Consultados por la marcha del negocio, desde Club del Progreso respondieron: «Este año, estamos fusionando un formato de Menú tradicional a la carta con platos tradicionales en los salones del primer piso, y en la Planta Baja ofrecemos un mix de comidas italianas (Don Silvio Ristorante) y Parrillada Argentina (Viraró Brasas) desde el patio central al jardín. Dado que el espacio es amplio entre mesa y mesa, podemos disfrutar de un momento especial y, sobre todo, seguro. En la Planta Baja ofrecemos diferentes Shows de altísima calidad con reconocidos exponentes de la música.»



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

Marcelo Suárez

Divorciado, en pareja - 36 Años - 1 Hijo - Signo Tauro (18-05-1985)

Jefe de Cobranzas en Fianzas y Crédito

● **UN HOBBY**

Escuchar música

● **LA JUSTICIA**

Algo con lo que lucho día a día

● **SU MAYOR VIRTUD**

Estar siempre para el otro

● **LA SEGURIDAD**

Un paso adelante

● **AVIÓN O BARCO**

Avión

● **VESTIMENTA FORMAL O INFORMAL**

Casual

● **UN SER QUERIDO**

Mi Hijo

● **ACTOR Y ACTRIZ**

Jean Reno / Kate Winslet

● **UNA ASIGNATURA PENDIENTE**

El estudio universitario

● **LA MENTIRA MÁS GRANDE**

Los Créditos UVA

● **NO PUEDO DEJAR DE TENER...**

Algo dulce

● **UN RIESGO NO CUBIERTO**

El engaño

● **LA MUERTE**

Un punto y coma en la vida

● **EL MATRIMONIO**

Un aprendizaje

● **EL DÓLAR**

Un ahorro

● **SU RESTAURANTE FAVORITO**

PARA CENAR

Sushi Club

● **UN SECRETO**

No tengo

● **EL PASADO**

Una referencia para construir un mejor futuro

● **ME ARREPIENTO DE**

Nada, todo es un aprendizaje

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

Donde se vea afectado el medio ambiente

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

Las vacaciones en familia

● **LE TENGO MIEDO A...**

Los insectos

● **LA INFLACIÓN**

Un gasto que hace perder nuestro poder adquisitivo

● **TENGO UN COMPROMISO CON...**

Mi familia y amigos

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

No pasa por el sexo, pasa por la persona

● **EL FIN DEL MUNDO**

Algo para tener en cuenta

● **UN PERSONAJE HISTÓRICO**

José de San Martín

● **EN COMIDAS PREFIERO...**

Pastas

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

Ser rutinario

● **¿QUÉ COSA NO PERDONARÍA NUNCA?**

La infidelidad

● **EL LUGAR DESEADO PARA VIAJAR**

España

● **DIOS**

Un referente de Fe

● **ESCRITOR FAVORITO**

Florencia Etcheves

● **EN TEATRO**

Stand Up

● **LA CORRUPCIÓN**

El gran problema de este país

● **LA INFIDELIDAD**

Una decisión

● **PROGRAMA PREFERIDO DE TV / CABLE**

Cualquiera de canto

● **UNA CANCIÓN**

My heart will go on

● **ESTAR ENAMORADO ES...**

Compartir la vida con el otro

● **UN PROYECTO A FUTURO**

Comprarme un auto

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

Las risas

● **LA TRAICIÓN**

Imperdonable

● **SU BEBIDA PREFERIDA**

Vino

● **UN FIN DE SEMANA EN...**

La costa

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

La Sirena, Florencia Etcheves

● **EL AUTO DESEADO**

Lamborghini Aventador

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

Mejor: Milagro en la celda 7

Peor: Midsommar

● **PSICOANÁLISIS**

Nunca lo practiqué

● **MI MÚSICO PREFERIDO ES...**

David Bisbal

● **EL CLUB DE SUS AMORES**

Boca Juniors

● **EL PERFUME**

Hugo - Hugo Boss

● **LA MUJER IDEAL**

Graciosa y compañera

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

Los zapatos

● **RED SOCIAL PREFERIDA**

Instagram

● **LA CULPA ES DE...**

«Quien le da de comer»

● **SI VOLVIERA A NACER, SERÍA**

La misma persona

● **MI MODELO PREFERIDA ES**

No tengo

● **UN MAESTRO**

Mi viejo

● **EN DEPORTES PREFIERO...**

Natación

● **UNA CONFESIÓN**

Colecciono perfumes

● **EL GRAN AUSENTE**

Mis abuelos

● **NO PUEDO**

Salir de la cama sin pisar con el pie derecho

● **MI PEOR DEFECTO ES**

No saber pedir perdón

● **MARKETING**

Un medio para alcanzar un objetivo

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

Un viaje

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

Salir de compras

● **DE NO VIVIR EN ARGENTINA...**

¿QUÉ LUGAR DEL MUNDO ELEGIRÍA?

Uruguay

CARA a CARA



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

