



informe

operadores de mercado



Entrevista a Ariel Giachino

Chief Commercial Officer de Grupo Campici

Grupo Campici transforma el mercado

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

GRUPO CAMPICI PRESENTA A SU CHIEF COMMERCIAL OFFICER (CCO)

Entrevista a

Ariel Giachino

Grupo Campici diversifica y digitaliza sus canales y productos al servicio de sus PAS

El objetivo principal de Grupo Campici es posicionar a Boston entre las primeras 10 aseguradoras del mercado de la mano de su extensa red de productores. Actualmente, el Grupo trabaja en un proyecto digital muy grande que le va a permitir a su red comercial generar fuertes ingresos a través de la venta de productos no tradicionales y de gran volumen. Al mismo tiempo, trabaja en alianzas con grandes sponsors implementando programas de afinidades, donde el rol del PAS también será clave. Apuesta a triplicar sus ingresos reales para los próximos tres años sin descuidar la meta de que cada riesgo tiene que arrojar resultado técnico positivo.



Giachino. «Estamos haciendo foco en la diversificación y digitalización de canales y productos de ambas empresas. En breve estaremos lanzando una super app que tendrá los verticales de Fintech, insurtech y un market place. Estará dirigido principalmente a nuestra red de productores para que éstos puedan brindarle todos estos beneficios a sus clientes».

Ariel Giachino, Chief Commercial Officer (CCO) de Grupo Campici, reflexiona sobre la actualidad y la proyección del Grupo.

- ¿Cuáles son sus principales desafíos y objetivos como Chief Commercial Officer de Grupo Campici? ¿Qué lo motivó a sumarse al Grupo?

- Cuando Gonzalo me contó a qué nivel quiere llevar a las empresas del grupo, no dudé un segundo en sumarme. Me encontré con una decisión firme de querer revolucionar el mercado. Conducir comercialmente este grupo es, sin duda, el mayor y mejor desafío que se pueda liderar.

Nuestro objetivo principal es posicionar a Boston entre las primeras 10 aseguradoras del mercado de la mano de nuestra extensa red de productores.

Lo más desafiante será la forma en la que lo vamos a lograr. **Estamos trabajando en un proyecto digital muy grande** que le va a permitir a nuestra extensa red comercial generar fuertes ingresos a través de la venta de productos no tradicionales y de gran volumen. **Al mismo tiempo, estamos trabajando en alianzas con grandes sponsors implementando programas de afinidades.** En estos programas también será clave el rol del productor asesor.

- ¿Cuál es su trayectoria en el mundo de las finanzas y específicamente en relación a los Seguros?

-Tengo más de 20 años en el mercado asegurador. Tuve la posibilidad de liderar y desarrollar grandes negocios en importantes empresas. Desde la creación del centro de atención al productor en Liberty Seguros, el desarrollo de líneas personales y programas de afinidades en Aon, así como también la creación de Garbarino Seguros, entre otras experiencias. ➡

R.A.S.A

REASEGURADORES ARGENTINOS S.A.

Haciendo historia en el reaseguro Argentino desde 1992.

EXPERIENCIA
SOLIDEZ Y
RESPALDO

CALIFICACIÓN
AA-

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

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

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

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



ESCUDO SEGUROS
Una buena decisión

NUESTROS PRODUCTOS

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



www.escudoseguros.com.ar

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



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

N° de inscripción en SSN
0746

Atención al asegurado
0800-666-8400

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





PROTAGONISTAS



» - ¿En qué consiste el proyecto de transformación de Grupo Campici y cuál es su impacto directo en Boston Seguros y en TPC Seguros?

- Estamos haciendo foco en la diversificación y digitalización de canales y productos de ambas empresas. En breve estaremos lanzando una super app que tendrá los verticales de Fintech, insurtech y un market place. Estará dirigido principalmente a nuestra red de productores para que éstos puedan brindarle todos estos beneficios a sus clientes dándole la posibilidad de que puedan pagar en cualquier comercio accediendo a importantes descuentos, cotizar sus seguros y comprar, desde electrodomésticos hasta la posibilidad de acceder a un crédito.

A esto tenemos que sumarle la «oficina virtual» del productor, tienda que permite que los clientes coticen, contraten y gestionen la relación con su productor de una forma ágil y fácil. En ese sentido, estamos implementando canales digitales para que todos los clientes y productores puedan tener acceso a realizar gestiones a través de múltiples canales que se suman a los ya tradicionales.

- ¿Qué son las estrategias híbridas que abarcan la contratación cien por ciento online y de qué manera se inserta el rol del PAS en dicha estrategia?

- En este esquema aprovecharemos las grandes ventajas que nos aporta la tecnología, potenciando el asesoramiento y la calidad en la atención del PAS. El cliente podrá cotizar, contratar y/o solicitar el asesoramiento a través de la oficina virtual del productor, utilizando los medios de comunicaciones digitales a los que estamos acostumbrados a utilizar diariamente.

- ¿Cuál es el plan para la red de Productores Asesores del Grupo? ¿En que consiste la política de retención y fidelización del PAS?

- Estamos desarrollando herramientas que permitirán gestionar más ágilmente la relación con sus clientes y con la compañía.

Al mismo tiempo, los haremos socios en negocios muy grandes con sponsors. Este tipo de negocios, habitualmente en el mercado, pertenecen a otra unidad comercial dentro

de cada aseguradora. En nuestro caso, cada acción estará destinada a incrementar los ingresos del productor y brindar una mejor atención a cada cliente.

- ¿Cuál es el plan comercial delineado para Boston Seguros y su proyección de crecimiento?

- El plan comercial está orientado a hacer crecer exponencialmente los negocios de nuestros productores de la mano de las nuevas herramientas y desde la creación de nuevos productos. Apostamos a triplicar nuestros ingresos reales para los próximos tres años sin descuidar nunca la meta que tenemos, en la que cada riesgo tiene que arrojar resultado técnico positivo. »



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



Nº de inscripción en SSN 0286 | Atención al asegurado 0800-666-8400 | Organismo de control www.argentina.gob.ar/ssn | SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN



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



Nº de inscripción en SSN 720 | Atención al asegurado 0800-666-8400 | Organismo de control www.argentina.gob.ar/ssn | SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

PROTAGONISTAS

→ - A poco de cumplir 100 años de vida, ¿de qué manera proyectan posicionar a Boston Seguros entre las 10 primeras aseguradoras del mercado?

- Incrementando nuestra red de productores, diversificando sensiblemente la cartera, y a través de grandes alianzas comerciales que dentro de muy poco tiempo daremos a conocer.

- ¿Cuál es la estrategia de CRM (Customer Relationship Management) tanto para atender las demandas de los PAS como para dar respuesta ante el asegurado que sufrió un siniestro?

- Estamos trabajando desde hace tiempo en un cambio de cultura organizacional. Como un ejemplo de ello, todas las interacciones con nuestros productores y clientes estarán digitalizadas en un software que nos permitirá gestionar el nivel de servicio y el relacionamiento con cada productor y clientes.



- ¿Cuál es el presente y la proyección de TPC Seguros?

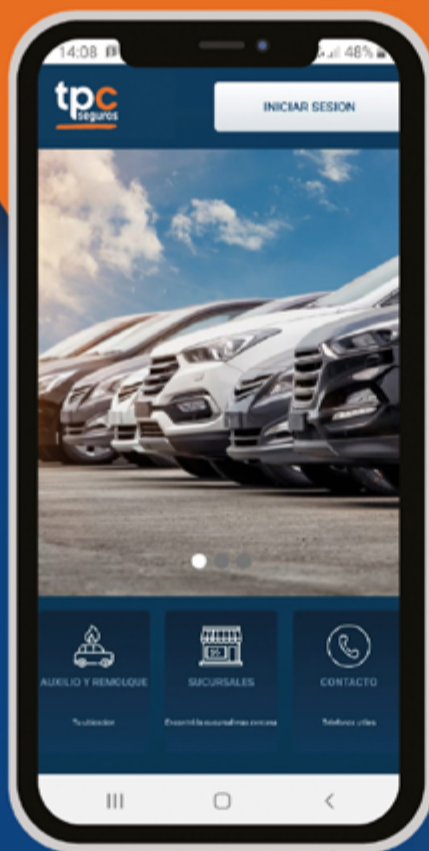
- TPC es una empresa sólida con fuerte expertise en RC profesional, esto genera un fuerte vínculo con cada productor dado que sus clientes nos están confiando mucho más que su patrimonio. En ese sentido, estamos por lanzar un programa de marketing relacional que nos va a permitir conocer profundamente las necesidades de cada profesional para ser asertivos en cada oferta que hagamos.

Estamos con foco en el desarrollo de un programa para toda la comunidad que irá desde los seguros, pasando por entretenimientos y llegando también con una super app que les permitirá acceder a un mundo de beneficios. →



tpc seguros

¡Conocé TPC App!



Ahora tenemos servicios más eficientes y rápidos para nuestros clientes.

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

¡Y más!

TPC Productores DISPONIBLE EN

Google play

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

Buscanos en TPC Seguros

Nº de inscripción en SSN 0741

Atención al asegurado 0800-666-8400

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

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

informe

operadores de mercado

Publicación especializada de aparición quincenal
AÑO 29 / Nº 713 - Abril 2022

REDACCIÓN, PUBLICIDAD Y SUSCRIPCIONES

Tucumán 1946, Piso 3º, Oficina "B" (C1050AAN), CABA, Argentina

www.informeoperadores.com.ar

https://www.instagram.com/informeoperadores/ - https://twitter.com/InformeOperador

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

COLABORADORES

Lic. Anibal Cejas.

Dra. Gabriela Álvarez.

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



→ - Siendo una de las empresas de mayor *expertise* en Responsabilidad Profesional, ¿de qué manera proyectan lograr una mayor diversificación de productos y negocios?

- Tenemos una posición de privilegio para diversificar el negocio dado que nuestros clientes finales nos confían mucho más que su patrimonio, por lo tanto, a través de la comunidad de beneficios que estamos desarrollando y de la mano de nuestra red, vamos a llegar con propuestas que se adecuen a cada cliente.

- ¿Cuáles son los planes de Grupo Campicí a corto y mediano plazo?

- Somos muy conscientes que el comportamiento de los clientes está cambiando cada día, ya nadie concibe que las nuevas generaciones estén cómodas utilizando los canales de comunicación a los que estuvimos acostumbrados. En ese sentido, *estamos preparando a nuestro grupo y red comercial para acompañar con celeridad estos cambios diariamente*. Nos enfocamos en anticiparnos y no «correr desde atrás» los cambios de consumo que se van modificando permanentemente.

Pretendemos que las empresas del grupo para los 100 años de Boston -en 2025- sean siempre y para todos los ramos, la primera elección para nuestros productores y clientes

- ¿Cuál es la importancia que tienen los Recursos Humanos para el Grupo?

- También *estamos muy enfocados en seguir sumando a los mejores talentos del mercado*. Esto no es un deseo sino una realidad, ya que desarrollamos un gran equipo corporativo que, junto con el gran esfuerzo y trabajo de los CEOs de cada empresa, vamos a lograr la transformación y la revolución que queremos. 🍷



En **Libra** te ofrecemos **más negocios y mejores oportunidades**



Somos una Compañía Integral que busca darte en todos los ramos **productos innovadores**. Desarrollamos, para vos y tus clientes, nuevos productos personalizados aportando un valor agregado al mercado asegurador.

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

LIBRA
Compañía de Seguros

Más Herramientas. Mejor Servicio

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



FEDERACION PATRONAL SEGUROS S.A.

www.fedpat.com.ar



Los balances a Diciembre están en rojo

En vista de los balances a diciembre 2021 de las aseguradoras, publicados por la SSN, invitamos a Juan Bettinelli, Socio de Russell Bedford Argentina; Nicolás Casarino, Socio de PwC Argentina; Gustavo Trías, Director Ejecutivo de la AACS; Eliana Gómez Barreca, Analista de Moody's Local Argentina; y a Julián García, Director Ejecutivo de ADIRA, para conocer su perspectiva sobre la crítica situación del mercado que se desprende de las cifras citadas.

Escribe Lic. Anibal Cejas



Recientemente, la SSN publicó los balances actualizados al 31/12/21. En vistas de lo allí expuesto, consultamos a los especialistas sobre la situación actual del mercado asegurador argentino.

«Los resultados del mercado asegurador argentino por el período de 6 meses finalizado el 31 de diciembre de 2021 arrojaron una pérdida de (\$14.441 millones)», expuso Juan Bettinelli, Socio de Russell Bedford Argentina, «lo cual muestra un profundo deterioro respecto de los resultados registrados en el mismo período del año anterior (31/12/2020), cuando alcanzaron una ganancia de \$ 43.022 millones.

Dichos resultados se dan en un contexto de fuerte presión inflacionaria, donde los costos siniestros crecen a un ritmo superior al de la producción».

Gustavo Trías, Director Ejecutivo de la AACS, amplió esta mirada, analizando el contexto económico del país: «Estamos en un cuarto año con inflación muy elevada, la cual seguramente estará cercana al 60%. Por otro lado, el crecimiento del último año estuvo en 10% del PBI y este año estará entre 3% y

4%. Esto último es positivo para nuestro sector, aunque todavía no se ve plasmado en ciertas actividades económicas, como la automotriz, importante para el desarrollo de la venta de seguros. Las ventas de vehículos 0km de los últimos tres años están por debajo de los 460.000 vehículos, cuando el promedio de los cinco años previos fue de 750.000 ventas promedio por año. Esto impacta directamente en la evolución y el desarrollo del sector.

Dentro del ramo Automóviles, este estancamiento ha generado una guerra de precios bastante riesgosa, ya que pareciera que los

players del mercado no se resignan a perder cartera, por lo que deben buscar sólo en la competencia. Con esta puja, las tarifas se ajustan a la baja, cuando tenemos frecuencias que han retornado a la normalidad, y la inflación de piezas y repuestos es muy superior al IPC y al incremento de los precios de los 0km, muchas veces motivado por la baja de las importaciones en esta materia.

Otra de las problemáticas que se viene manifestando tiene que ver con el rendimiento negativo de las inversiones. Los balances de diciembre de 2021 arrojaron un resultado de Inversiones de 1,5% negativo sobre las primas ganadas, mientras que en el mismo período del año anterior fue 14,7% positivo.

La siniestralidad se ha recuperado y ha alcanzado los niveles prepandemia; al cierre de diciembre alcanzó 58,8% contra 51,7% del año anterior.

La combinación de ambos resultados ha generado que el mercado cierre diciembre 2021 con pérdidas de \$ 14.500 Millones, resultado que no se veía desde hace muchos años.

En este momento, nos encontramos con desafíos muy importantes como mercado asegurador. Debemos cuidar fuertemente el resultado de las aseguradoras para no continuar con pérdidas que sólo llevarán a destruir la solvencia de los jugadores que se encuentren con mayores complicaciones».

Trías sugirió trabajar en la eficiencia del gasto, avanzar en trabajos colaborativos, desarrollar y comercializar los productos bajo bases técnicas, tener herramientas que permitan innovar y facilitar la mercantilización de productos, atendiendo a los cambios. «Todos ellos son desafíos que tenemos que afrontar para tener un mercado más solvente y que compita en igualdad de condiciones», concluyó.

En consonancia con esto, Eliana Gómez Barreca, Analista de Moody's Local Argentina, indicó: «Uno de los principales desafíos de la industria para 2022 es lograr un crecimiento por encima de la inflación, en un contexto de alta competencia que limita a las compañías a trasladar los costos crecientes en su estructura de gastos a sus tarifas. Al cierre del primer semestre del ejercicio fiscal 2021/2022, se observó un crecimiento en las primas brutas del mercado de tan sólo el 0,5% en términos reales con respecto al mismo período del año anterior.

Además, si a esa imposibilidad de trasladar el aumento de gastos a precios, le sumamos los bajos rendimientos financieros, ➔

TRAYECTORIA QUE NOS UNE



Hace un año que comenzamos un nuevo recorrido. Nos renovamos porque para nosotros lo más importante de nuestra trayectoria, es consolidar la de nuestros clientes y productores asesores.



BOSTON
SEGUROS



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



➔ obtenemos como resultado una disminución en el retorno sobre el capital de la industria, que presenta una tendencia a la baja en los últimos trimestres y que al cierre de diciembre de 2021 tomó un valor anualizado de 5% negativo».

Julián García, Director Ejecutivo de ADIRA, presentó una situación similar, afirmando que los resultados negativos que muestran los balances tienen como consecuencia un replanteo de la gestión dentro de las propias compañías. «Se evidencia un problema serio sobre las tarifas, o sea las primas, y a su vez hay que enfrentar los costos crecientes de los siniestros. Los valores de repuestos automotores o daños son cada vez mayores y los fallos judiciales imponen montos realmente excesivos, no acordes a la realidad económica del daño a indemnizar. Actualmente, la siniestralidad está en niveles iguales o superiores a la etapa prepandemia».

La ronda finalizó con Nicolás Casarino, Socio de PwC Argentina, quien afirmó que, a pesar de todo, «el mercado argentino ha logrado sostener los niveles del negocio en cuanto a facturación, con un aumento nominal de la producción del 51,5% en comparación con el mismo período del año anterior, totalizando un volumen de \$662,4 mil millones en el semestre julio-diciembre 2021. Considerando el nivel de inflación general de 50,9% durante el año 2021, podemos decir que el mercado superó la presión inflacionaria sobre los ingresos, sin llegar a tener un crecimiento significativo en términos reales que destacar».

Y sumó: «La presión inflacionaria sí se hace sentir sobre la siniestralidad que, al 31 de diciembre de 2021, se ubica en 54,9%, ratio que desmejora respecto del último cierre anual a junio 2021 el cual marcaba 45,3%. Los siniestros liquidados durante el mismo período de julio-diciembre 2021 superaron ampliamente el nivel del segundo semestre del 2020, creciendo en más de un 97% en términos nominales».

Seguidamente, añadió: «Vale tener en cuenta que la economía argentina evidenció un crecimiento interanual del 8,6% al cierre del último trimestre del 2021, siendo el cuarto trimestre de variación positiva luego de seis períodos de caídas consecutivas. Por su parte, en el desempeño trimestral, es decir respecto al período julio-septiembre de 2021, el PBI desestacionalizado se expandió un 1,5%. Durante el año 2021, la economía avanzó 10,3% respecto del año 2020».

En este contexto de rebote pospandemia de la economía local, es esperable observar un acompañamiento del mercado de seguros en términos de primas emitidas, aunque el riesgo inflacionario continuará afectando los resultados técnicos y financieros de las entidades».

Inflación

Casarino y García volvieron sobre el impacto de la inflación en los números de las aseguradoras.

«La reexpresión de la información contable a moneda homogénea generó un sinceramiento de los números del sector asegurador», afirmó Casarino. «La información contable histórica nos mostraba una estructura de resultados técnicos negativos con resultados financieros altamente positivos. Esto se revierte al reconocer la exposición a la pérdida del poder adquisitivo que tienen



▲ Juan Bettinelli, Socio de Russell Bedford Argentina

los activos monetarios netos de las aseguradoras. El rendimiento de las carteras de inversiones no llega a cubrir la tasa de inflación del mercado (rendimiento real negativo), por lo que el resultado financiero pasa a ser negativo. En cambio, los resultados técnicos se ven mejorados por la homogeneización en la moneda en la cual se miden las primas y siniestros devengados», aseguró.

Además, comentó que el incremento de los costos del sector se da por el aumento del precio de las indemnizaciones que la inflación genera, y por la frecuencia siniestral que en los últimos meses volvió a ubicarse a los niveles previos a marzo de 2020.

«Por otro lado -continuó-, los resultados financieros no logran cubrir la exposición a la inflación. Los activos invertidos por las aseguradoras están sujetos a las variables propias de la economía argentina, siendo títulos de deuda pública locales los principales activos financieros que poseen las compañías, con una participación del 43% de la cartera total de inversiones del sector».

El dólar oficial muy contenido, el estancamiento del país, la incertidumbre sobre los procesos de negociación con organismos internacionales de crédito y sobre el cumplimiento en término de los compromisos de deuda del Estado, sumado a la inflación, son variables que han afectado significativamente el desempeño financiero del negocio, el cual anteriormente alcanzaba a compensar las pérdidas técnicas y aportaba el margen de rentabilidad general para el negocio».

García, por su parte, aportó: «Es una problemática que no se registraba desde hace muchos ejercicios. Antes, se daba una compensación a través del resultado financiero, de los magros resultados operativos. En esta oportunidad, los resultados financieros también son negativos y esto ocasiona un cóctel problemático para la



▲ Gustavo Trias, Director Ejecutivo de la AACS

gestión de las compañías ante la falta de opciones que permitan enfrentar el deterioro de las inversiones frente a la inflación. Así, la conjunción de resultados negativos operativos y de rentabilidad financiera llevan al replanteo de muchos aspectos de la gestión de las compañías de seguro para este año».

Finalizó pronosticando una redefinición de lo que se va a desarrollar en 2022, siendo «un contexto con una macroeconomía altamente inflacionaria y pocas alternativas de inversión que permitan un resultado financiero que, al menos, compense la inflación».

Resultado Final del Ejercicio

La siguiente intervención fue de Bettinelli, quien explicó los factores que llevaron a que el Resultado Final del Ejercicio haya arrojado pérdida: «Si bien las primas emitidas por el período de 6 meses finalizado el 31 de diciembre de 2021 se incrementaron porcentualmente en línea con la inflación (51,5%) en comparación con igual período del año anterior, los costos siniestros subieron muy por encima de estos porcentajes, provocando un fuerte deterioro en los resultados técnicos, que ascendían a \$15.173 millones en diciembre de 2020 y totalizan sólo \$ 847 millones para diciembre de 2021».

Con esto presente, afirmó que esta significativa baja del resultado técnico registrado a diciembre de 2021 no permite compensar el efecto del resultado negativo de la estructura financiera. Y agregó: «Adicionalmente a este efecto, los cargos



▲ Eliana Gómez Barreca, Analista de Moody's Local Argentina

por impuesto a las ganancias, que incluyen el efecto del impuesto diferido, también impactan negativamente al 31 de diciembre de 2021, profundizando el efecto en el resultado final».

La evolución de los indicadores de gestión y rentabilidad al 31 de diciembre de 2021 reflejan claramente esta situación, arrojando peores ratios respecto de los registrados en diciembre de 2020, principalmente en siniestros sobre primas, índice combinado, resultados sobre primas y sobre patrimonio».

Más adelante, Gómez Barreca afirmó: «La baja rentabilidad financiera es producto del contexto de tasas reales negativas y la falta de oferta de instrumentos de inversión que logren retornos por encima de la inflación, lo cual erosiona los márgenes de rentabilidad de las compañías».

En cuanto a la rentabilidad técnica de las aseguradoras, la frecuencia siniestral mostró un aumento significativo, con un índice de siniestralidad del 53,7% al cierre del primer semestre del año fiscal en curso, comparado al 40% reportado al cierre del año fiscal 2020/2021».

«En Moody's Local esperamos que el aumento en la frecuencia siniestral de los últimos meses -comentó- junto con la suba en el costo siniestral por encima de la inflación y la escasez de repuestos a raíz del faltante de divisas y las expectativas de devaluación, generen presión sobre la rentabilidad técnica de las aseguradoras».

Además, identificó la situación actual del sector de aseguradoras de riesgos del trabajo como un factor importante a considerar: «Presentó un retorno sobre el capital de 3% negativo al cierre del último año fiscal, que anualizado a diciembre ➔

TENEMOS UN SEGURO PARA CADA NECESIDAD

#ESTÁSSEGUROESTÁSTRANQUILO

WWW.ORBISEGUROS.COM.AR

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

Junto a vos, dedicados a brindar el mejor servicio.

SEGUROS RIVADAVIA

0810 999 3200 www.seguosrivadavia.com

Descargá nuestra aplicación.

Nº de inscripción en SSN 0222 | Atención al asegurado 0800-666-8400 | Organismo de control www.argentina.gob.ar/ssn | SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

→ 2021 es de -24%. La rentabilidad de este segmento se vio afectada mayormente por el aumento de la litigiosidad, sumado a la demora en el proceso de cierre de siniestros por la falta de instrumentación de los cuerpos médicos forenses, dado que esto implica que muchos casos pasen a instancias judiciales en lugar de poder ser resueltos en una instancia administrativa, y ocasiona un aumento en la suma última pagada por el siniestro. Adicionalmente, el fondo fiduciario de enfermedades profesionales resultó insuficiente para cubrir los casos de coronavirus, por lo que las compañías brindaron cobertura sin poder restituir dichas erogaciones. Esto agregó mayor incertidumbre a la evolución de la rentabilidad en este segmento.

Estas desmejoras se han visto reflejadas también en un deterioro de los índices combinados desde junio de 2020.

Por su parte, Bettinelli señaló: «Los resultados de la estructura financiera se vieron influenciados negativamente por el alto impacto del Resultado por Exposición al Cambio en el Poder



▲ Julián García, Director Ejecutivo de ADIRA

Adquisitivo de la Moneda (RECPAM), generado por los rubros monetarios de los Estados Contables. Arrojó una pérdida de (\$ 8.213 millones para el total del Mercado.

Las cifras comparativas con el periodo anterior (diciembre de 2020) arrojaban una ganancia total para la estructura financiera de \$ 46.521 millones, con una influencia de la pérdida por RECPAM de menor cuantía que a diciembre de 2021».

Activos y Pasivos

¿Cómo evolucionaron los Activos y Pasivos, en general, entre 2020 y 2021?

Bettinelli nos brindó su perspectiva, afirmando que los activos y los pasivos se incrementaron nominalmente en porcentajes similares (en torno al 39%), comparando diciembre de 2021 y diciembre de 2020. Sin embargo, remarcó que dichos porcentajes se encuentran por debajo de la inflación registrada en dicho periodo, «provocando una disminución patrimonial neta en términos reales en torno del 7% para todo el mercado asegurador».

Y continuando, destacó: «Las inversiones fueron el rubro del activo que menos se incrementó en términos nominales, comparando diciembre de 2021 versus diciembre de 2020 (35,08%), lo que conlleva un mayor deterioro en términos reales». Y sumó: «Por otra parte, las deudas con asegurados, que es el rubro más significativo del pasivo, registró al 31 de diciembre de 2021 el mayor incremento interanual en términos nominales (46,19%).»

Con respecto a la evolución de los principales indicadores patrimoniales, al 31 de diciembre de 2021 se verifica una disminución de la participación de las inversiones financieras dentro del Activo, mientras se registran incrementos en la participación de los rubros créditos e inmuebles».



▲ Nicolás Casarino, Socio de PwC Argentina

BIENESTAR ES CONTAR CON

Planes Médicos y Seguros



PLANES MÉDICOS

Todas las coberturas y la mayor infraestructura sanatorial propia - Sanatorios de la Trinidad



SEGUROS PATRIMONIALES

Autos y Flotas, Motos, Hogar, Caucción, Integrales de Comercio y de Consorcio, Todo Riesgo Operativo, Agro, Técnico, Responsabilidad Civil, Incendio, Robo



SEGUROS DE PERSONAS

Vida Colectivo (obligatorios y optativos), Accidentes Personales, Vida Saldo Deudor, Sepelio



ART

Cobertura integral en el ámbito laboral, cuidando la salud del trabajo



GALENO.COM.AR - GALENOSEGUROS.COM.AR

aacms
ASOCIACION ARGENTINA DE COOPERATIVAS Y MUTUALIDADES DE SEGUROS

stop loss
bureau de reaseguros s.a.

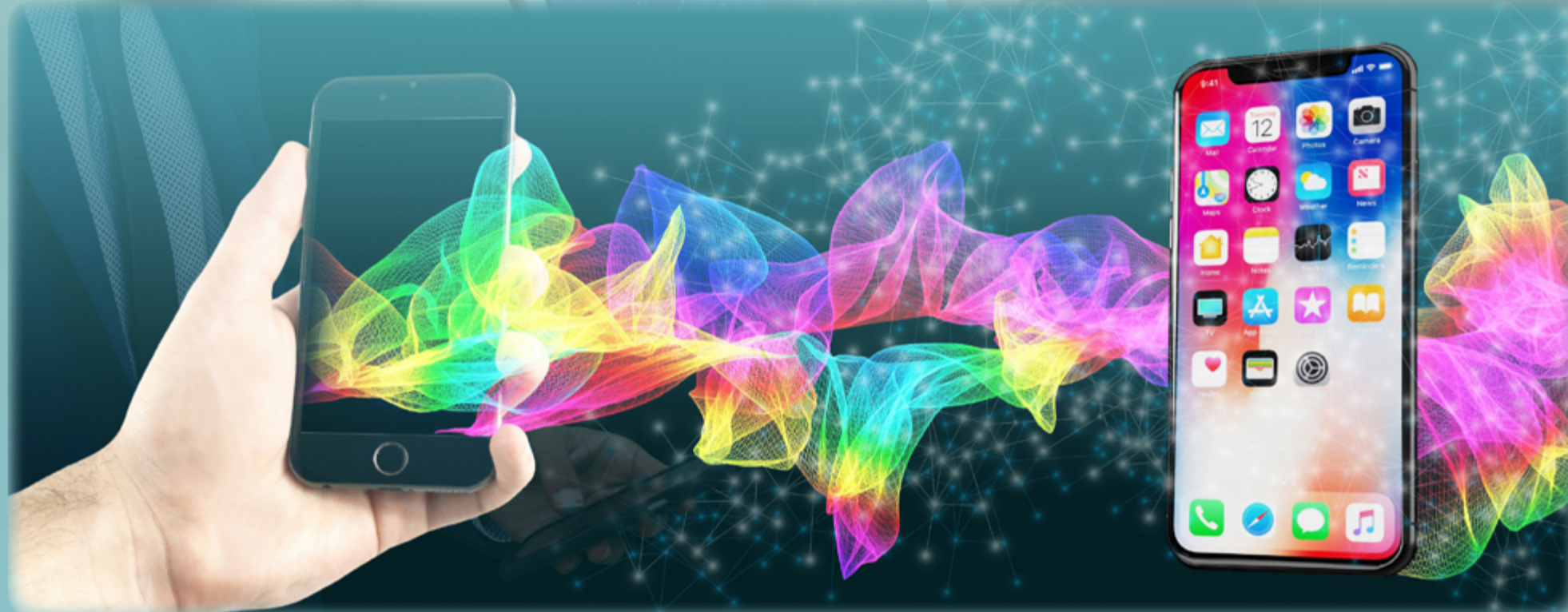


Reaseguradores Argentinos SA

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

El auge de las apps de Seguros, alcances y funcionalidades



Las nuevas tendencias de servicios al usuario y experiencias, relacionadas con el desarrollo digital, irrumpieron en el mercado tecnológico y mejoraron la calidad de vida de los consumidores. Diferentes industrias comenzaron a gestionar servicios que permiten una comunicación digital fluida entre el cliente y la firma. Y la industria aseguradora no fue una excepción. La utilización de aplicaciones móviles en Seguros busca la adaptación de los servicios y el acercamiento a los diferentes consumidores con el fin de conocer más en profundidad sus necesidades. Esta nota indaga en los alcances y las funcionalidades de las Apps de distintas Aseguradoras.

Escribe Dra. Gabriela Álvarez

Si tuviéramos que utilizar tres palabras para definir actualmente los beneficios de cualquier aplicación móvil destinada al usuario/consumidor, ellas serían sin duda alguna «simple, cómodo y seguro».

La sociedad en la que convivimos se maneja básicamente a través de la simplicidad de los procesos, la posibilidad de realizar cualquier acción las 24 horas del día los 365 días del año desde la comodidad de la casa, y que dichas operaciones realizadas sean seguras, con el fin de evitar cualquier tipo de inconveniente o filtración de información personal.

El tiempo es un valor que escasea en las sociedades modernas, y precisamente por ello toma una especial relevancia el hecho de no contar con un horario límite para poder realizar cualquier tipo de operación, ya sea que estemos hablando de transacciones bancarias, ver un programa de televisión, realizar compras por internet, el pedido del supermercado, y, por qué no, contratar seguros para proteger tus bienes.

Apps de uso masivo

Ahora bien, para poder llevar a cabo dichas acciones es fundamental que las diferentes empresas cuenten con los

medios y recursos tecnológicos que permitan a los usuarios poder navegar sencillamente por la aplicación, entender lo que la misma indica y cuáles son sus funcionalidades, seguir los pasos necesarios que la misma posee para poder obtener el resultado final deseado.

Algo que se encuentra hace ya un tiempo muy de moda y que definitivamente revolucionó el mundo televisivo, de las comunicaciones y manejo del transporte, y que también nos sirve quizás como ejemplo emblemático de las nuevas tendencias de servicios al usuario y experiencias, tiene que ver con el desarrollo de servicios digitales tales como Netflix, Youtube, Uber, WhatsApp, que irrumpieron en el mercado tecnológico y mejoraron, sin duda alguna, la calidad de vida de los consumidores.

En el caso de Netflix, como otras aplicaciones que surgieron actualmente, permite ver y reproducir en cualquier momento que uno lo desee sus diferentes contenidos que van desde películas, hasta series y documentales. Algo similar ocurre con Youtube, donde podemos encontrar videos de temas de lo más variado que podamos imaginar.



En el caso de Uber, así como las aplicaciones similares que fueron surgiendo, provocó una revolución en el mundo del transporte, no sólo porque permitió dar trabajo a personas con automóvil sin necesidad de gastar enormes sumas de dinero en sacar una licencia, como el caso de los taxis, sino que además permite hacerlo en cualquier horario que el chofer pueda manejar sin límite alguno, brinda a los usuarios la posibilidad de solicitar el auto a través de la aplicación, conociendo de antemano quién será el chofer que nos vendrá a retirar, qué vehículo será, cuánto costará el viaje y cuál fue la experiencia de otros usuarios con ese mismo conductor y automóvil. Incluso permite el pago del viaje a través de la tarjeta de crédito.

La instalación de Whatsapp como medio principal de comunicación tiene también una importancia fundamental para el desarrollo cotidiano, no sólo de las comunicaciones personales sino también de la resolución de conflictos laborales, puesto que brinda una posibilidad de respuesta inmediata, conocer si la otra persona leyó o vio nuestro mensaje, conocer cuándo me están escribiendo, enviar audios, fotos, archivos, entre otras muchas funciones que permite la aplicación, a la cual a su vez se le van agregando nuevas actualizaciones tendientes a facilitar la vida de los usuarios y mejorar así la experiencia.

El surgimiento de todas estas aplicaciones, sumado a la nueva concepción de las tendencias de marketing destinadas a ofrecer productos cada vez más personalizados para el cliente y la idea de lograr su fidelización con la marca, han ejercido presión sobre varias industrias a gestionar servicios que permitan una comunicación digital fluida entre el cliente y la firma. No olvidemos que el nuevo usuario multicanal espera un grado de atención aún mayor en todos los puntos de contacto que tenga con la empresa.

Seguros

La industria aseguradora, si bien fue una de las actividades que más está demorando en ponerse al día con las nuevas exigencias de la sociedad actual, de a poco va evolucionando y generando respuestas que permitan la autonomía de sus clientes y productores.

Es que el mundo asegurador se encuentra atravesando un proceso de transformación digital que, como ->

ESTAMOS
CONECTADOS

PERO MÁS IMPORTANTE AÚN
ESTAMOS EN **CONTACTO SIEMPRE**

NEGOCIO

DATOS

PERSONAS

EMPRESAS

DC SISTEMAS
TECNOLOGÍA ASEGURADORA

ACOMPañANDO, EVOLUCIONANDO
Y GENERANDO NUEVAS HERRAMIENTAS
PARA **NUEVAS REALIDADES**

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

www.dcsistemas.com.ar

TECNOLOGÍA

➔ mencionamos anteriormente, se encontró acelerado en gran medida por la pandemia que modificó en tiempo récord la modalidad de trabajo.

Con el desarrollo de aplicaciones sencillas, personalizadas y pendientes de las necesidades actuales del cliente digital, tanto las empresas como los mismos productores de seguros pueden brindar un mejor servicio a los usuarios, mantenerse actualizados e incluso conseguir ventajas competitivas dentro del mercado. **La utilización de una aplicación móvil para el sector de seguros busca la adaptación de los servicios y el acercamiento a los diferentes consumidores con el fin de conocer más en profundidad sus necesidades.**

Si bien la transformación digital en seguros se demoró en llegar, una vez que lo hizo ha ido evolucionando día a día. Actualmente en el mercado **ya existen algunas aplicaciones móviles que permiten a los consumidores organizar todas las pólizas en un único espacio desde sus teléfonos, contar con asesoramiento personalizado y escoger los productos más convenientes para ahorrar.**

Apps de Compañías de Seguros

Recientemente, la firma **BDT Group** -empresa de tecnología especializada en transformación digital e integración de soluciones de software en la industria de seguros- y **LA PERSEVERANCIA SEGUROS** desarrollaron la **primera APP que integra en la misma interfaz las funciones de cotización, inspección y emisión de pólizas de autos para el canal productor.** Esta aplicación agrega funcionalidades que la convierten en única en su tipo permitiendo elevar el nivel de eficiencia y satisfacción en la interacción con la plataforma y los usuarios. Ofrece la posibilidad de realizar toda la contratación en una sola gestión, ya que incorpora en su menú las funciones para cotizar el vehículo (sin salir de la APP); cargar los datos y fotos requeridas para la inspección previa, efectuar la emisión

inmediata de la póliza desde el celular y finalmente compartir con el asegurado el **link** del pago para que pueda abonar su cuota. Además, cuenta con la posibilidad de realizar denuncias de siniestros por interfaz de voz (la APP convierte ese audio en texto), incluye filtros de búsqueda para acceder fácilmente al estado de cuenta de los asegurados y la posibilidad de compartir con ellos la copia de póliza, los certificados de cobertura o las denuncias de siniestros por **Whatsapp**, por **mail**, o todos los servicios de mensajería que prefieran. Brinda notificaciones de los servicios de asistencia y permite consultar fácilmente los vencimientos de pólizas de la cartera de asegurados para trabajar con mayor anticipación en las renovaciones y refacturaciones.

■ **SAN CRISTÓBAL SEGUROS** cuenta con una aplicación móvil que permite:

- Acceder a la documentación.
- Reportar un accidente.
- Solicitar asistencia.
- Pagar tu seguro.
- Contactar a tu productor.
- Acceder a beneficios exclusivos.
- Contactarse con la empresa.
- Actualizar tus datos.
- Solicitar la baja de una póliza.

■ **SANCOR SEGUROS** ofrece dentro de su aplicación la posibilidad de:

- Realizar una llamada de emergencia por un siniestro o asistencia.
- Descargar la documentación de tus pólizas.
- Denunciar un siniestro automotor.
- Consultar información acerca de tus seguros.

■ **LA SEGUNDA SEGUROS** desarrolló la aplicación **NetVos**, que permite:

- Pagar tus pólizas.
- Pedir asistencia al hogar.

- Denunciar siniestros de automóviles.
- Consultar tus pólizas.
- Solicitar asistencia mecánica.
- Localizar agencias.
- Solicitar reposición automática de cristales.
- Solicitar reposición automática de ruedas.

■ **ALLIANZ SEGUROS** desarrolló una aplicación para productores, con el fin de que éstos puedan acceder fácil y rápidamente a toda la información de sus clientes. A través de ella, los productores asesores de seguros pueden:

- Consultar la cartera de sus asegurados por DNI y por nombre.
- Ver el detalle de todas las pólizas.
- Descargar la Póliza, Tarjeta Vehicular y el Certificado Mercosur de sus asegurados.
- Descargar el Certificado de Accidentes Personales de sus asegurados.
- Consultar el historial de siniestros de los últimos 6 meses.
- Cotizar y emitir pólizas de autos.
- Consultar el estado de los Pedidos Genéricos.
- Consulta de pólizas renovadas.
- Consulta de Pagos y Cuotas Vencidas.
- Visualizar la agenda de inspección sincronizada en emisión de autos.
- Generar y descargar **voucher** de siniestros **fast track**.
- Buscar talleres de confianza por nombre o geolocalización.
- Acceder al sitio web de la empresa y redes sociales.
- Contactarte con la Compañía.
- Ingresar utilizando **TouchID** o **FacelID**.

■ **RÍO URUGUAY SEGUROS** cuenta con la aplicación **RUS Móvil**, que proporciona la posibilidad de:

- Pagar las cuotas de tus pólizas.
- Obtener el certificado de seguro obligatorio y PDF de póliza y anexos.
- Obtener una cotización de tu próximo seguro automotor.
- Asistencia virtual. ➔



BIENESTAR PARA ESTAR BIEN.

Porque buscás en todo momento de tu vida estar bien, decidimos darte más que medicina privada; brindarte servicios pensados para tu bienestar. Bienvenido Grupo SanCor Salud. Bienestar para estar bien.



SALUD - SEGUROS - ART - CRÉDITOS - TURISMO
gruposancorsalud.com.ar





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.alba-caucion.com.ar

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

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

Sabores y colores serranos en una estancia colonial



disfrutar los olores y sabores de los alimentos artesanalmente producidos y tomar un vino a la luz de la luna. Los huéspedes tienen acceso a todas las actividades de la estancia sin cargo: pileta y solarium, paseos a caballo, visitas guiadas y actividades para chicos.



Visitantes

Un gran porcentaje del público que recibe **Estancia Candonga** para disfrutar de un *Día de Campo* es de la propia Provincia de Córdoba; mientras que quienes buscan hospedarse concurren en su mayoría desde la Provincia de Santa Fe y de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Sabores Serranos

Los platos preparados en la estancia incluyen productos naturales de su huerta agroecológica, con ingredientes seleccionados y procedimientos de control de calidad.

La huerta agroecológica produce frutas, verduras, plantas ornamentales y aromáticas y reproduce las especies arbóreas del bosque nativo. Cuidadosamente trabajada, no utiliza pesticidas ni fertilizantes químicos, sólo la mano del hombre, la buena voluntad y la dedicación de quienes trabajan en **Estancia Candonga**. El concepto que prima es ofrecer al visitante el sabor fresco de los vegetales y las frutas de estación con el menor impacto ambiental posible.

Aplican el concepto de la «triple R» de conciencia ambiental: **reducir, reutilizar y reciclar**. Ello implica una sistemática tarea de separación de residuos y control de desechos destinados a la producción de *compost* de residuos orgánicos y de desechos vegetales que luego es utilizado para la producción de su tierra.

El desayuno y la merienda incluyen delicias dulces y saladas, manteca, dulces de elaboración artesanal, huevos de gallinas camperas y pan de campo en diferentes variedades.

Para el almuerzo organizan un menú de tres pasos, cuidadosamente administrados con entrada, plato principal y postre. Hay opciones vegetarianas y menú especial para los más pequeños. Una particularidad es que la Estancia posee una cava y produce su propio vino en Agrelo, Luján de Cuyo, que se denomina «**Candonga**».

Nombre

Con el correr del tiempo el nombre de la **Estancia del Rosario de Santa Gertrudis** fue cediendo lugar para la aparición del nombre «**Estancia Candonga**». *Candonga*, en vieja lengua quechua significa «mula cansada» o «vieja mula que no sirve para tiro».



Día de Campo

El visitante es invitado a disfrutar el día en una estancia colonial de comienzos del siglo XVIII que fue restaurada en la década del 90 y que conserva sus rasgos originales. El *día de campo* incluye un recorrido por la huerta agroecológica, el molino harinero, los corrales del muladar, la casa habitación y el escenario del culto, la icónica **Capilla de Candonga**. La que es hoy la capilla más fotografiada de la Provincia de Córdoba, era el oratorio de la vieja estancia de Don Moyano de Oscariz.

Los niños tienen otras alternativas: castillo inflable, metegol, juegos infantiles y visitas a los animales de granja. La familia puede disfrutar de la pileta, el solarium, paseos a caballo y caminatas.

Dependiendo de la extensión horaria y de los gustos, se puede optar por desayuno, almuerzo y merienda o por alguno de los servicios individuales. Estas actividades están sometidas a horarios predeterminados que permiten organizar mejor la visita y el disfrute del lugar.

Hospedaje

Estancia Candonga ofrece la posibilidad de disfrutar intensamente del lugar, viviendo una experiencia única. Dispone de hospedaje repitiendo la vieja consigna de la Estancia colonial, «*dar albergue al ambulante y hospedaje a las caravanas*». Para ello, dispone de casas y cabañas confortables y debidamente equipadas, sin violentar el tono agreste, rústico y recoleto del lugar. A esto se denomina «**vivir la experiencia Candonga**», es decir, hospedarse, disfrutar del silencio, amanecer con el brillante sol matutino y el canto de los pájaros, recorrer el espacio circundante,



estamos

para darte el seguro más completo para tu moto.
Junto a vos, en todo momento, acompañándote.

sancorseguros.com.ar

0800 444 2850





TU TRANQUILIDAD CRECE.

www.galenoseguros.com.ar

informe

operadores de mercado



TU TRANQUILIDAD CRECE.

www.galenoseguros.com.ar

CARA
a
CARA

Luis Argañaraz

En Pareja - 31 Años - Signo Leo (08-08-1990)

**Coordinador de Atención al Cliente en Swiss Medical Seguros
División Vida y Retiro**



● **UN HOBBY**

Cocinar

● **LA JUSTICIA**

Actúa a veces y muchas no

● **SU MAYOR VIRTUD**

Buscar soluciones

● **LA SEGURIDAD**

Algo que dejó de existir

● **AVIÓN O BARCO**

Ambos

● **VESTIMENTA FORMAL O INFORMAL**

Elegante, siempre elegante

● **UN SER QUERIDO**

Mis abuelos

● **ACTOR Y ACTRIZ**

Guillermo Francella y Natalia Oreiro

● **UNA ASIGNATURA PENDIENTE**

Conocer Europa

● **LA MENTIRA MÁS GRANDE**

Ocultar algo que haga daño

● **NO PUEDO DEJAR DE TENER...**

Paciencia

● **UN RIESGO NO CUBIERTO**

El valor del dinero..!

● **LA MUERTE**

Un paso más de la vida

● **EL MATRIMONIO**

Una decisión para los ojos de Dios

● **EL PASADO**

Pieza clave de la vida de un ser humano

● **EL DÓLAR**

El billete de confianza

● **SU RESTAURANTE FAVORITO**

PARA CENAR

No tengo

● **LE TENGO MIEDO A...**

Las arañas

● **UN SECRETO**

Creo que no tengo!

● **LA INFLACIÓN**

Un globo inflado con helio... Siempre sube

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

Ir a la plaza con mis amigos

● **TENGO UN COMPROMISO CON...**

Mi trabajo y mi crecimiento profesional

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

Al contrario, es al revés

● **EL FIN DEL MUNDO**

Una acción a la que todos contribuimos para que ocurra más rápido

● **UN PERSONAJE HISTÓRICO**

Diego Maradona

● **EN COMIDAS PREFIERO...**

Carnes rojas, pero últimamente pescado

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

La obsesión

● **¿QUÉ COSA NO PERDONARÍA NUNCA?**

Una mentira

● **UNA CANCIÓN**

«A todo pulmón», de Alejandro Lerner

● **ME ARREPIENTO DE**

Haber fumado mucho tiempo

● **EL LUGAR DESEADO PARA VIAJAR**

El Caribe

● **DIOS**

Ser supremo

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

En un local a la calle

● **ESCRITOR FAVORITO**

Facundo Quiroga

● **EN TEATRO**

Un entretenimiento

● **LA CORRUPCIÓN**

A la vista de todos

● **LA INFIDELIDAD**

El fin de una relación

● **ESTAR ENAMORADO ES...**

Un estado mágico

● **UN PROYECTO A FUTURO**

Continuar mi crecimiento jerárquico y profesional

● **PROGRAMA PREFERIDO DE TV / CABLE**

Los Simpson

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

La admiración que me tienen

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

La peor: Ecos de un crimen.

La mejor: Hoy se arregla el mundo

● **UN FIN DE SEMANA EN...**

La costa

● **LA TRAICIÓN**

Una acción que es poco perdonable

● **SU BEBIDA PREFERIDA**

El vino

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

«Primer Tiempo», de Mauricio Macri

● **MI MODELO PREFERIDA ES**

Pampita y Valeria Mazza

● **EL AUTO DESEADO**

Mercedes-Benz

● **PSICOANÁLISIS**

Una herramienta necesaria para el ordenamiento de las personas

● **MI MÚSICO PREFERIDO ES...**

Sandro y Luis Miguel

● **EL CLUB DE SUS AMORES**

Club Atlético Boca Juniors

● **EL PERFUME**

Issey Miyake

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

Las manos

● **LA MUJER IDEAL**

Mi abuela y mi madre

● **RED SOCIAL PREFERIDA**

Instagram

● **LA CULPA ES DE...**

Todos. Todos somos culpables de algo

● **EL GRAN AUSENTE**

El Estado, siempre. No importa la bandera política

● **SI VOLVIERA A NACER, SERÍA**

Un león

● **UN MAESTRO**

Mi viejo

● **EN DEPORTES PREFIERO...**

Fútbol

● **UNA CONFESIÓN**

Quisiera estudiar cocina

● **NO PUEDO**

Hacer dieta, me cuesta un montón! jaja

● **MI PEOR DEFECTO ES**

La ansiedad

● **MARKETING**

Pieza fundamental para cualquier compañía

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

Una casa!

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

Escuchar música y salir a caminar

● **DE NO VIVIR EN ARGENTINA...**

¿QUÉ LUGAR DEL MUNDO ELEGIRÍA?

Nueva York

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

