



# infor30e

operadores de mercado



**ESCRIBE EL LIC. GUILLERMO PASTORE**  
**Chairman de Special Division**

# Productos diseñados a medida

## 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](mailto:info@afianzadora.com.ar)

Escaneá para conocer más.

**AFIANZADORA**  
SEGUROS DE CAUCIÓN

SSN SUPERINTENDENCIA DE RECURSOS DE LA NACIÓN |
 /afianzadora |
 /afzcaucion |
 /afianzadora |
 [www.afianzadora.com.ar](http://www.afianzadora.com.ar)

# Soluciones y herramientas innovadoras para proteger carteras, capital y activos

Como corredor de reaseguros especializado en contratos y riesgos complejos exclusivamente para Latinoamérica, la oportunidad de Special Division es ofrecer al cliente las herramientas más eficientes para proteger su cartera y capital en épocas de inestabilidad macroeconómica, siendo básicamente un fuerte pilar de su solvencia. El broker cuenta con profesionales multidisciplinarios para dotar a las cedentes de soluciones y productos innovadores que le brinden a sus clientes alternativas de coberturas creativas para proteger sus activos y vidas. Su Chairman, Guillermo Pastore, traza las implicancias de un mundo en guerra para el seguro y el reaseguro, y también reflexiona sobre el escenario económico argentino.



Pastore. «El Lloyd's ha dicho que cree que el conflicto en curso en Ucrania será el reclamo más importante para el mercado en 2022, el cual se estima superará los US\$ 30 billones. En la actualidad, un problema prioritario para las aseguradoras son los más de 500 aviones occidentales varados que Rusia ha decidido nacionalizar».

Escribe Lic. Guillermo Pastore  
Chairman de Special Division

**M**undo en Guerra  
Luego de dos años de una aberrante y mal conducida pandemia -que destruyó vidas y aletargó enormemente la economía- si al mundo le faltaba algo más, aparte de considerables catástrofes climáticas, era la esperable y lamentable guerra entre las potencias militares más importantes del mundo midiendo su poderío en suelo ucraniano.

Esta desafortunada guerra que involucra a todo el mundo tiene un correlato de **puja por la distribución geopolítica de las naciones**. Es innegable que un país democrático tiene el derecho a autodeterminarse y a elegir su forma de vida y aliados. El tema es que cuando su historia lo define como parte de una unidad geopolítica que integró no hace tanto tiempo, un porcentaje armado neonazi aceptado, y cuenta como principal vecino a un dictador con enorme arsenal nuclear, las alternativas se limitan.

Todos entendemos que la masacre desatada contra un pueblo libre es inaceptable, pero Rusia anticipó que cualquier acercamiento de occidente que refleje futuras fronteras con capacidades bélicas contra su país sería un conflicto que los impulsaría a tomar las armas.

**La guerra en armas.**

La diferencia entre ambos ejércitos es enorme. Si bien algunos analistas ponderan la importante resistencia ucraniana, que ha demostrado un relevante poder de fuego y cohesión, y han atribuido a las fuerzas rusas torpezas y lentitud en su avance, no existe duda alguna que Putin concretará ➔

**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](http://www.rasare.com.ar)  
✉ [info@rasa-re.com.ar](mailto: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](http://www.ssn.gob.ar) | N° de inscripción B46

## 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.



N° de inscripción en SSN  
0032

Atención al asegurado  
0800-666-8400

Organismo de control  
[www.argentina.gob.ar/ssn](http://www.argentina.gob.ar/ssn)





**Oportunidades y desafíos de Special Division**

Como *corredor de reaseguros especializado en contratos y riesgos complejos exclusivamente para Latinoamérica*, la oportunidad de Special Division es ofrecer al cliente las *herramientas más eficientes para proteger su cartera y capital en épocas de inestabilidad macroeconómica*, básicamente ser un fuerte pilar de su solvencia. Es dotar a las cedentes de *productos innovadores que le brinden a sus clientes alternativas de coberturas creativas para proteger sus activos y vidas*.

En relación a la creación de productos, nuestro mercado no ha sido muy prolífico. Es menester profundizar en coberturas paramétricas, en aquellas que midan el grado de utilización de los bienes, crecer en salud, adicionar amparos a fenómenos naturales, etc. Lógicamente, lo anterior requiere inversión y crecimiento, estando siempre condicionado por el devenir de la economía.

Con respecto al reaseguro, se ha comprobado que hace décadas -con el monopolio estatal del INDeR eliminado- el negocio prosperó y se hizo eficiente. Luego, en el 2011, con la nacionalización del reaseguro se comprobó que solo se consiguió entorpecer y encarecer un sistema que funcionaba a la perfección.

Actualmente, existe la obligatoriedad de pagar un peaje del 25% de cesión a entidades locales, cuyos resultados técnicos de este primer trimestre fueron deficitarios. **No entendemos por qué no se libera la posibilidad de elegir libremente la solvencia que el mundo ofrece**, en pos de entidades domésticas que, si deciden existir, compitan sin necesidad de una cuota compulsiva del mercado.

En materia de productos, debemos sacar ventaja de experiencias exitosas de otras latitudes, *aggiornándolas* a nuestra idiosincrasia. Desde el reaseguro desestructurado, pasando por las coberturas de índice o aquellas que protejan el real capital de trabajo y el balance de las entidades aseguradoras.

**Special Division** se encuentra operando con Argentina, Brasil, Bolivia, Paraguay, Uruguay, y contamos con licencia en Chile para comenzar a operar en nichos y alguna excepción en Caribe a pedido de algún cliente. Dada la diversidad de territorios, hay muchos productos que aunque pertenezcan a una misma especialidad difieren enormemente en el tipo de cobertura que ostentan.

**Contexto económico en Argentina**

Obviamente, una economía al borde de la hiperinflación y con una brecha entre el dólar oficial y el CCL no puede funcionar adecuadamente ni crecer, dado que es imposible planificar y, por ende, invertir.

Los pilares para restablecer la confianza serían, a nuestro entender, con un esbozo de plan de estabilización:

- La necesaria **reforma laboral**, que permitirá contratar más personal sin contingencias para el empleador; incluir actuales empleados informales al aporte, lo cual además de reducir el desempleo permite un ingreso adicional por nuevos contribuyentes al sistema de jubilaciones y pensiones, reduciendo uno de los mayores gastos del Estado.

- **Reforma impositiva**, reducción drástica de la cantidad de impuestos. En Argentina existen alrededor de 165 tributos donde 12 de ellos recaudan el 91% del total, siendo el IVA el que más acumula, significando el 7% del PBI. Comenzando con el «impuesto al desvalor agregado», con una alícuota enorme que más castiga al pobre, pasando por absurdas contribuciones como la del patrimonio, que se constituyó pagando en primera instancia ganancias que generaron los activos, los cuales vuelven a ser afectados.

- **Reforma Previsional**. Afortunadamente, cada vez se vive más y la relación entre activos y pasivos es cada vez menos sostenible, por ende, debería modificarse la edad jubilatoria, arbitrar por un sistema mixto donde exista participación privada con la creación de Administradoras de Fondos de Pensión, las cuales son una fuente de gran inversión en el país, pero con los controles adecuados -que cuando existieron se soslayaron-.

- Es imprescindible la **autarquía del Banco Central** para que cumpla su única función de prestamista de última instancia, y no la de «empapelador serial de billetes» que pierden su valor por falta de contrapartida en bienes y servicios y falta de demanda.

- **Moneda. Es muy claro que el argentino eligió su moneda y es el dólar.** Esto puede, sin inconvenientes, propender a la adopción del bimonetarismo, donde la divisa estadounidense sea aceptada como medio de pago legal. Hoy en nuestro país existe más de un PBI en manos de sus habitantes, guardados en lugares inverosímiles. Si se les permitiese circular libremente, aumentarían su oferta, y su precio relativo en relación a otros bienes y servicios se equilibraría. Es obvio que **debería existir un único tipo de cambio y no decenas que solo generan confusión y corrupción.**

« Es muy claro que el argentino eligió su moneda y es el dólar... Es obvio que debería existir un único tipo de cambio y no decenas que solo generan confusión y corrupción »

- **Reforma política.** Es imperiosa una reforma política que limite el gasto de quienes elegimos para representarnos. Un estudio efectuado por el economista Cachanosky informa que: «La Cámara de Diputados argentina tiene un presupuesto de 150 millones de euros, que significa que cada diputado cuesta 49 mil euros mensuales, mientras que en España, que tiene la misma población, la Cámara baja española tiene un presupuesto de 91 millones de euros. Es decir, en Argentina cada diputado cuesta dos veces más en euros que en España. En Senadores, el Presupuesto es de 148 millones de euros, dando un costo por cada legislador de 171 mil euros mensuales contra 17.500 euros que cuesta un senador en España, es decir 10 veces más caro.»

Existen integrantes de las cámaras que directamente ignoran la cantidad de asesores pagos con los que cuentan y, lógicamente, ni noción respecto en qué trabajan -o deberían-.

- **Planes sociales y subsidios.** Es necesario reducir el plazo de los planes sociales, debiendo los mismos contar con una contrapartida en trabajo efectivo, donde el que los otorgue sea un funcionario con contacto estrecho, como el ➔

➔ su objetivo de doblegar a su vecino. La invasión no habrá sido quirúrgica. Donde sus objetivos serían estratégicos y militares, finalmente arrasan enorme cantidad de vidas e infraestructura en impensados plazos.

**La guerra política y mediática.**

Sin dudas, la mayoría del mundo empatiza con la causa ucraniana y, aparte de recibir millones de refugiados que con lo puesto escapan del horror, condenan la barbarie imperialista que a fuerza de destrucción impone su voluntad, siendo ya más de 4 millones de personas exiliadas en países vecinos, donde más de la mitad se alberga en suelo polaco.

Rusia quedará aislada del mundo, y sus acciones -salvo en melancólicos de la U.R.S.S- generarán en la gente común un peligroso frente interno para Putin, encontrándose sitiado entre el mundo y su propio pueblo desilusionado y empobrecido por una guerra que debió evitarse.

**La guerra en lo económico.**

Rusia cuenta con gran cantidad de ojivas nucleares, casi 6000, pero en lo económico es una nación casi 20 veces más pequeña que Estados Unidos y China. Las sanciones económicas impuestas por occidente generan un empobrecimiento generalizado de su población, devaluación del rublo, inflación, desempleo, desabastecimiento, agregándole el importante costo de la invasión y la logística de ocupación.

**La guerra en el seguro y reaseguro.**

Los grandes proveedores de capacidad del mundo occidental le han retirado su apoyo a esta Nación. Estados Unidos y el Mercado de Londres han cesado de darles cobertura. Otras muchas empresas de seguros, reaseguros y brokers han partido de su territorio o suspendido la operatoria. Sin dudas, el reacomodamiento de capacidades de seguro y reaseguro, sumados a problemas que una guerra trae en las decisiones de inversión, logística, aprovisionamiento, ataques cibernéticos, etc., trae aparejadas modificaciones en las consideraciones de riesgos y, por ende, en las coberturas y sus precios.

El Lloyd's ha dicho que cree que **el conflicto en curso en Ucrania será el reclamo más importante para el mercado en 2022, el cual se estima superará los US\$ 30 billones**. En la actualidad, un problema prioritario para las aseguradoras son los más de 500 aviones occidentales varados que Rusia ha decidido nacionalizar, lo que los analistas creen que podría constituir una pérdida histórica para el mercado de la aviación, siendo el Mercado de Londres el más expuesto a este riesgo.

**La guerra también afectará a las aseguradoras y reaseguradoras europeas a través de la volatilidad del mercado financiero de segundo orden**, en lugar de los efectos directos de las sanciones a las entidades rusas y otras medidas que restringen sus empresas.

Estar cerca es que sepan que siempre estás para dar una mano.

Escaneá el código QR y descargá la app.

TRIUNFO SEGUROS. Mucho más cerca tuyo.

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN



RUS presenta su botón de pago!

Descargá RUS móvil

o ingresá en rus.com.ar

RUS DIGITAL

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN



## PROTAGONISTAS

→ intendente de un distrito, y no un intermediario político que los utilizan solo para cortar calles.

Tanto Estados Unidos como la Unión Europea están pagando el costo de emitir sin contrapartida y el otorgamiento de subsidios a la población, en estos casos excepcionalmente por la pandemia, pero debiendo asumir una inflación desconocida para ellos, que los obligará a tomar drásticas medidas de corrección. El mensaje es claro, nada es gratis y, en algún momento, se deben pagar los excesos, aún los más desarrollados.

« Los subsidios deben reducirse porque los terminan pagando vía inflación los que menos tienen »

Es obvio que **los subsidios deben reducirse porque los terminan pagando vía inflación los que menos tienen**. Por ejemplo, no es entendible que el déficit de una línea aérea de bandera para que viajen los que más tienen, que son los que vuelan, sea en detrimento de los que más contribuyen vía inflación y que solo vieron algún avión en el cielo. El que menos tiene es el que más paga porque su propensión a consumir es 100%, y lo que consume aumenta sostenidamente por la financiación del déficit vía emisión, y endeudamiento externo o interno, que en ambos casos hay que pagar. El que más tiene y viaja en avión cuenta con una propensión a consumir en relación a su ingreso mucho menor, por ende es el que más se beneficia con una política nacionalista y que limita la competencia. Ejemplos como éstos hay muchos y los subsidios a las tarifas de energía y al transporte tampoco son una excepción. →



**informe**  
operadores de mercado

Publicación especializada de aparición quincenal  
**AÑO 30 / Nº 718 - Julio 2022 - Edición Aniversario**

**REDACCIÓN, PUBLICIDAD Y SUSCRIPCIONES**  
[www.informeoperadores.com.ar](http://www.informeoperadores.com.ar)  
<https://www.instagram.com/informeoperadores/> - <https://twitter.com/InformeOperador>

**DIRECTORA**  
Delia Rimada  
[delia.rimada@moez.com.ar](mailto:delia.rimada@moez.com.ar)

**DISEÑO & DIAGRAMACIÓN**  
Analia Aita / [analia.aita@moez.com.ar](mailto:analia.aita@moez.com.ar)

**ADMINISTRACIÓN, SUSCRIPCIÓN & PUBLICIDAD**  
Rosa Asta / [rosa.asta@moez.com.ar](mailto:rosa.asta@moez.com.ar)

**ADMINISTRACIÓN, FACTURACIÓN & CONTABILIDAD**  
Elizabeth Domenech / [elizabeth.domenech@moez.com.ar](mailto:elizabeth.domenech@moez.com.ar)

**COLABORADORES**  
Lic. Anibal Cejas  
Dra. Gabriela Álvarez

Edición Digital. Descarga desde [www.informeoperadores.com.ar](http://www.informeoperadores.com.ar)

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

# #1 VOS



**2 GRUPO ASEGURADOR**  
**La segunda**  
LO PRIMERO SOS VOS

tpcseguros

iConocé  
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](http://www.tpcseguros.com) - [info@tpcseguros.com](mailto: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](http://www.argentina.gob.ar/ssn) | SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

Nº de inscripción en SSN 0317 - 0618 - 0117 - 0416

Atención al asegurado 0800-666-8400

Organismo de control [www.argentina.gob.ar/ssn](http://www.argentina.gob.ar/ssn)

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN



## PROTAGONISTAS

» ¿Cuál es el motivo que la «opulenta» Ciudad de Buenos Aires pague uno de los transportes urbanos más baratos del país? ¿Por qué el precio del transporte es fijado a nivel nacional y no localmente? ¿Cómo en pocos años pasamos de ser exportadores de energía a ser importadores de la misma, inclusive generando faltantes de gasoil para quienes levantan las cosechas de quienes más divisas aportan al país?

Las respuestas a las preguntas son: ideologización ineficiente en la solución de proyectos, intereses sectoriales y manejos políticos. Todas respuestas alejadas de las necesidades básicas de los ciudadanos.

### Seguro y Reaseguro local

Argentina, tan aislada, pequeña y con insignificante cesión, no verá afectada su realidad en reaseguros en cuanto a otorgamiento y/o modificación de coberturas y precios. Eventualmente, en el reaseguro marítimo y aéreo vea alteraciones y en la poco desarrollada cobertura de cyber. En lo económico, **deberá balancear entre el mayor ingreso por la exportación de alimentos y el aumento del precio por la importación de energía.**

En la reciente y más importante renovación contractual que afronta nuestro país, no existieron demasiados inconvenientes para colocar los excedentes de retención de las aseguradoras, observándose pequeños aumentos segmentados y tratamientos diferenciales según las siniestralidades de las carteras.

« Argentina no verá afectada su realidad en reaseguros en cuanto a otorgamiento y/o modificación de coberturas y precios »»

**El seguro y el reaseguro dependen del desarrollo económico.** Luego del esperable acuerdo con el FMI, pese a las internas entre el oficialismo y oposición, hemos comprado tiempo, sin efectuar ninguna reforma estructural, lo que aparejará más de lo mismo. El acuerdo de «agonías extendidas», solo permite no caer en *default*, con las connotaciones que hubiese generado para privados aislar aún más al país. El organismo aprobó el programa de u\$s45.000 millones con la Argentina para el pago de la deuda, desembolsando u\$s9.650, permitiendo correr el pago de dos próximos vencimientos y evitando el *default*. La inflación y devaluación superarán lo manifestado en un papel que ni propios ni el Fondo creen sucederá, lo mismo que el crecimiento será menor al establecido. **Oficialismo y oposición han decidido no acordar políticas de Estado que modifiquen la pobreza.** 🇦🇷



Protegemos a todos los miembros de la familia

| Seguro para mascotas.

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

## LIDERES EN SEGUROS DE CAUCIÓN

### NUESTRO ESTILO



ADAPTABILIDAD

CREATIVIDAD

TRABAJO EN EQUIPO

COMPROMISO



Fianzas y Crédito  
S.A. Compañía de Seguros

Nº de inscripción en SSN 0253

Atención al asegurado 0800 666 6400

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

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

# Los protagonistas del mercado reflexionan sobre la Actualidad del Seguro

## Situación del Mercado de Seguros en el 30° Aniversario de INFORME

### 1. Oportunidades y Desafíos

¿Cuáles son las oportunidades y los desafíos más importantes que enfrenta su Compañía en este mundo pospandemia, hiperdigitalizado y en crisis?

### 2. Innovación y Desarrollo Tecnológico

¿Cuáles considera que son las tecnologías que están cambiando la industria aseguradora? ¿Qué desarrollos tecnológicos y/o innovaciones está implementando o ha implementado recientemente su Compañía?

### 3. Sustentabilidad y cuidado del Medio Ambiente

¿Qué acciones y políticas de sustentabilidad está llevando a cabo su Compañía en pos del desarrollo sostenible y frente al cambio climático?

### 4. Productores Asesores & Digitalización

¿Qué reflexión hace sobre el rol del Productor Asesor de Seguros y su adaptación al proceso acelerado de digitalización? ¿Qué herramientas brinda su Aseguradora a los PAS?

### 5. Inflación elevada y contexto económico

¿Cómo impacta el escenario de alta inflación e inestabilidad económica en el desarrollo de la actividad y, en particular, en el día a día de su Compañía?

( DIEGO BRUN )

Director Comercial de AlbaCaución

«En el caso de AlbaCaución, la tecnología es entendida como una herramienta que agiliza el negocio y no como el vehículo que hace al negocio»

### 1. Oportunidades y Desafíos.

En lo personal no tengo una visión postapocalíptica, donde pareciera que ya estamos viviendo un mundo totalmente distinto. Si creo que estamos en un momento de inflexión. Donde el desafío radica en poder mantener la capacidad de adaptación en un entorno mucho más complejo. Debemos mantener nuestra capacidad de escucha para poder atender y anticipar estos escenarios complejos. En nuestro caso, la pandemia nos llevó a adaptar ciertos procesos y a implementar ciertos cambios tecnológicos que nos permitieron mantener y mejorar nuestro servicio para con los clientes y productores. Sin duda, uno de nuestros desafíos será el mantener el equilibrio entre la relación que tenemos con nuestros clientes y la incorporación de la tecnología.

### 2. Innovación y Desarrollo Tecnológico.

Considero que las tecnologías van, en un futuro cercano, a facilitar la masificación de los seguros, abriendo nuevos mercados, principalmente en los seguros masivos. En el caso de AlbaCaución, que actuamos en un mercado donde nuestro cliente es la mediana empresa, la tecnología es entendida como una herramienta que agiliza el negocio y no como el vehículo que hace al negocio.

### 3. Sustentabilidad y cuidado del Medio Ambiente.

Nosotros llevamos una política activa en la divulgación de las acciones relacionadas con el ambiente. Por ejemplo, impulsamos a que sean cada vez más los Asegurados que acepten la Póliza Digital, tanto por las características conocidas de rapidez, seguridad y portabilidad, como por la sustentabilidad que



representa al reducir el impacto ambiental por el menor uso de papel. En ese sentido, también el material de marketing y papelería comercial ya está en un soporte digital para evitar el uso de papel. Tenemos una política de Gestión de Residuos desde hace algunos años ya, mediante la cual conseguimos concientizar a nuestros colaboradores, en el separado de los mismos y con pautas claras para clasificar el desperdicio de lo reciclable, con compartimentos separados y debidamente señalizados, y así contribuir en la recolección. Quizás representen pequeñas acciones, pero para nosotros guardar coherencia en este sentido es un tema fundamental, ya que **somos una de las pocas aseguradoras autorizadas a operar con el Seguro de Caucción Ambiental Obligatorio (SAO)**. Activamente brindamos charlas y capacitaciones tanto para empresas como para entidades públicas y privadas, dando a conocer la cobertura y la importancia de las buenas prácticas así como de contar con la cobertura de seguro indispensable para poder reparar los daños ambientales súbitos que se producen.

### 4. Productores Asesores & Digitalización.

Creo que -por lo menos en Argentina- recién comenzamos el proceso de digitalización. En líneas generales, veo que se han mejorado los servicios que se prestan sobre la WEB, pero no podemos hablar de digitalización. Las compañías deberemos mejorar los servicios para los productores brindando herramientas que les ayuden a mejorar el negocio y les faciliten la venta. Creo que los PAS sin duda se adaptarán a estos cambios y son los más interesados en contar con esto.

### 5. Inflación elevada y contexto económico.

Este contexto, sin duda, está lejos del escenario macro ideal para el crecimiento a largo plazo. El seguro en líneas generales necesita de estabilidad para lograr un crecimiento. En nuestro caso particular, vemos oportunidades de crecimiento o de trabajar determinados productos que se demandan más en un contexto de incertidumbre. No podemos dejar de mencionar que venimos creciendo de manera consistente en el último año y si bien estamos mirando con más detalle algunas líneas de negocios, estamos contentos con el desarrollo de nuestra organización. 📍

Marsh

# Tus desafíos, nuestro propósito

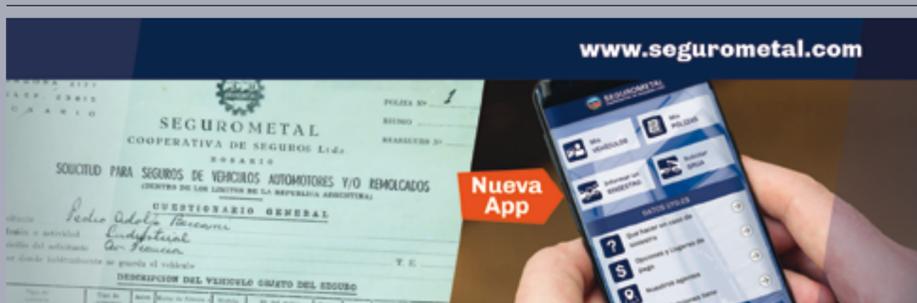
Este es un tiempo extraordinario para todos.

Los desafíos son grandes, pero también las posibilidades. El futuro del trabajo, la resiliencia climática, la disrupción digital, el bienestar y la salud mental.

Te acompañamos por más de 60 años, navegando la incertidumbre y descubriendo oportunidades en las áreas de riesgo, estrategia y personas.

Y mientras encaramos juntos este nuevo mundo, hay algo que no va a cambiar.

En Marsh, estaremos siempre junto a vos en los momentos que importan.



En 60 años cambiaron muchas cosas.

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

SEGUOMETAL  
COOPERATIVA DE SEGUROS LTDA.

60  
AÑOS

Nº de inscripción en SSN  
0285

Atención al asegurado  
0800-666-8400

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

SSNI SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

Nº de inscripción en SSN  
00047

Atención al asegurado  
0800-666-8400

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

SSNI SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

( GONZALO CÓRDOBA ~ SEBASTIÁN GUERRERO )

Presidente y Vicepresidente de Crédito y Caucción

«La migración de nuestros servidores a la nube trajo aparejada una mejora en la calidad de información y la velocidad de respuesta de nuestra compañía para con los Productores y Brokers»



1. Oportunidades y Desafíos

La pandemia instaló la virtualidad en el trabajo. Cambió la forma de concebir las relaciones laborales, la manera de comunicarnos y de resolver los problemas cotidianos. Todo ello pudo ser posible de la mano de un salto tecnológico que mejorara sin gradualismos los procesos digitales. Esta necesidad apremiante, debido al confinamiento, logró que muchos procesos que por años requirieron de engorrosos intercambios de información y de recursos humanos, fueran reemplazados por procesos más eficientes y dinámicos.

La hiper digitalización es una oportunidad única para poder brindar a nuestros clientes un mejor servicio. El desafío sigue siendo capacitar a todos los actores involucrados para que internalicen de manera definitiva las herramientas tecnológicas para así impulsar el crecimiento de nuestro negocio.

En cuanto a la crisis, nuestro mercado ha atravesado muchas a lo largo de la historia, la pandemia de COVID-19, si bien fue muy grave y disruptiva, no deja de ser una más. Seguimos creyendo que las crisis son oportunidades de superación, de revisión de conocimientos y procedimientos instaurados, de búsqueda de alternativas y nuevos enfoques, de nuevas metas y proyectos.

2. Innovación y Desarrollo Tecnológico

Años atrás la información llegaba a nuestras oficinas en papel y se pasaba a formato electrónico. La tecnología cambió ese *modus operandi* y se convirtió en una gran aliada para todas las áreas del mercado.

En Crédito y Caucción recientemente *comenzamos a operar con nuestros servidores en la nube para agilizar los procesos internos y la interacción con nuestros clientes*. La digitalización simplificó las tareas del departamento de suscripción en tanto acceso y emisión de información. También hizo más eficiente la funcionalidad de nuestras webs, mejorando entre otros puntos la velocidad de respuesta ante las consultas de nuestros clientes.

3. Sustentabilidad y cuidado del Medio Ambiente

La sustentabilidad y el cuidado del medio ambiente es un tópico que siempre nos ha inquietado. Desde hace años llevamos a cabo políticas que promuevan el cuidado del medio ambiente en nuestro equipo -staff, proveedores estratégicos y clientes afines-.

El objetivo es transmitir acciones simples y concretas como la separación de residuos, el uso racional de la energía (gas, electricidad), la promoción del uso de energía solar, la nutrición dentro del ámbito laboral con comidas sanas, el consumo frecuente de agua y la realización de actividades deportivas. Generar un hábito en nuestros trabajos también hace posible trasladarlo a sus hogares y de allí a muchos más individuos.

A nivel operativo, en Crédito y Caucción promovemos las pólizas electrónicas y digitales que no impliquen el uso de papel ni impresoras, evitando no sólo la contaminación ambiental sino también visual.

4. Productores Asesores & Digitalización

La migración de nuestros servidores a la nube trajo aparejada una mejora en la calidad de información y la velocidad de respuesta de nuestra compañía para con los Productores y Brokers. Notamos que afortunadamente se adaptaron muy rápido a los nuevos procedimientos. Siempre existirán áreas de mejora, pero nuestro camino es la búsqueda de acciones que acompañen a nuestro principal canal de ventas.

« Nuestros próximos esfuerzos están orientados al rediseño de *CyC Online*, nuestra plataforma digital donde Productores y Clientes pueden realizar distintas consultas, para que sea más intuitiva y accesible »

Nuestros próximos esfuerzos están orientados al rediseño de *CyC Online*, nuestra plataforma digital donde Productores y Clientes pueden realizar distintas consultas, para que sea más intuitiva y accesible. Mejoraremos su aspecto y estructura para lograr una experiencia amigable del usuario y brindaremos soluciones para un proceso de emisión y consulta de información más fluido.

Actualmente *CyC Online* permite gestionar operaciones y solicitudes, imprimir facturas, consultar el estado de deuda y de cuenta corriente. La herramienta también facilita

la administración de distintos medios de pago online como tarjetas de crédito y débito, Mercado Pago y cheques electrónicos, entre otros.

También trabajamos en el desarrollo de un sistema de intercambio de información, ágil y seguro, para Brokers y Productores que favorezca a la automatización de la emisión de pólizas y la reducción de errores en la carga de datos.

5. Inflación elevada y contexto económico

El Seguro de Caucción ha sido desde hace casi 60 años la forma de garantía preferida por el mercado, adecuándose a las necesidades de los principales beneficiarios, tanto públicos como privados. Asimismo, contribuye al principio de concurrencia en las licitaciones del Estado y es la alternativa más ágil y económica.

A lo largo de la historia, la inflación en Argentina ha sido una constante. Los vaivenes económicos forman parte de nuestra cotidianeidad, pero aun así somos optimistas. Y nuestro optimismo radica en que la rama en la cual nos desarrollamos se alimenta de actividades multisectoriales. Hubo periodos en los cuales se impulsó la actividad a través del comercio exterior, en otros gracias a la obra pública o privada, y en ciertas ocasiones por medio de las garantías relacionadas con las concesiones o las garantías judiciales. Es por ello que no nos paraliza una crisis, porque hemos superado otras y confiamos en nuestras capacidades para volver a hacerlo. 📍

NUEVO

Seguro de Hogar Premium

Elegí un Seguro de Hogar Integral con más coberturas y beneficios.

Nuevas Coberturas:



RC Hechos Privados  
Incluye razas peligrosas de perros.



Objetos Específicos fuera del domicilio  
(Con declaración del bien).  
Cobertura de bicicleta y monopatín eléctrico.



Extensión de cobertura a vivienda de vacaciones.



Accidentes Personales para el personal doméstico.

- Servicio de Asistencias para el Hogar
- Servicio de Asistencias para Mascotas
- Club de Beneficios Colón

Para más información comunícate con tu Productor Asesor de Seguros o llámanos al 0810 222 6566.



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

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

UN SISTEMA QUE RESPONDE



- 17 ASEGURADORAS BRINDANDO SERVICIOS
- 14 MIL VIDAS SALVADAS
- ATENCIÓN INMEDIATA E INTEGRAL DE ACCIDENTES Y ENFERMEDADES PROFESIONALES
- RECALIFICACIÓN, REINSERCIÓN Y REUBICACIÓN LABORAL
- INFORMACIÓN Y ASESORAMIENTO
- COMPROMISO Y RESPUESTA 24x7
- ADAPTACIÓN DINÁMICA A LOS REQUERIMIENTOS DEL MUNDO DEL TRABAJO



( AGUSTÍN GIMÉNEZ ~ SANTIAGO SEIGNEUR )

Directores de Fianzas y Crédito

«En Fianzas y Crédito abrazamos la innovación, colocando al cliente en el centro de todo lo que hacemos»

**1. Oportunidades y Desafíos.**

La Argentina en general tiene muchos desafíos por delante y nuestro mercado, el cual se encuentra fuertemente vinculado a los desarrollos económicos y políticos del país, también se verá condicionado a futuro por la forma en que logremos sortear esos obstáculos. Dentro de este contexto macro, en **Fianzas y Crédito** tratamos de manejar de la manera más profesional y eficiente las variables que tenemos a mano y podemos controlar.

Nuestros principales desafíos son intentar crecer en un mercado muy competitivo, mantener un alto nivel de servicio y respuesta hacia nuestros clientes, y cuidar la rentabilidad del negocio.

Como oportunidad, vemos que la pandemia nos obligó a reformular y digitalizar todos nuestros procesos, hecho que se logró hacer gracias al esfuerzo y compromiso de toda la cadena de valor que interviene en el negocio. Hoy estamos viendo los numerosos beneficios y ahorros que esto generó para todos los participantes de nuestro mercado. Creemos que continuar apostando al avance de la digitalización y al desarrollo de las herramientas tecnológicas son la mejor forma de diferenciarnos y generar mayor valor agregado para nuestros clientes.

**2. Innovación y Desarrollo Tecnológico.**

La industria aseguradora, al igual que las otras industrias, se ve atravesada y potenciada por los desarrollos tecnológicos. **En Fianzas y Crédito abrazamos la innovación, colocando al cliente en el centro de todo lo que hacemos.** Nuestras puertas siempre están abiertas para escuchar al mercado y trabajamos de manera ágil y flexible para poner a disposición las más avanzadas tecnologías que nos permitan satisfacer las necesidades de nuestros clientes de la manera más eficiente.

Junto con la implementación de la póliza digital en nuestra operación, incorporamos en **Fianzas Net** una herramienta para la emisión de pólizas mediante la cual es posible emitir todo tipo de coberturas. En el caso de garantías de administradores de sociedades, es posible emitir, abonar y descargar la póliza mediante un circuito de tan solo tres pasos que demora apenas unos minutos. Actualmente, estamos trabajando para lograr la incorporación de la emisión 100% online para todas las coberturas. Desde la misma plataforma, los PAS pueden realizar otras gestiones tales como descargar facturas, generar preliquidaciones, abonar pólizas, consultar su cuenta corriente y revisar su cartera de pólizas.

**3. Sustentabilidad y cuidado del Medio Ambiente.**

Desde la compañía estamos muy comprometidos con el cuidado del medio ambiente y desde hace varios años que



trabajamos para reducir al máximo la utilización del papel. Con la llegada de la póliza digital, pudimos profundizar aún más ese objetivo y luego fuimos trasladando el esfuerzo a otros procesos que son transversales a toda la compañía.

Otro ejemplo es la renovación reciente de los puestos de trabajo de la oficina para brindar más comodidad a nuestros colaboradores y potenciar el trabajo en equipo, es uno de los pilares de **NUESTRO ESTILO**. Decidimos reutilizar los muebles que teníamos y modificarlos para la creación de puestos que permitan trabajar colaborativamente, priorizando la sustentabilidad y reutilización de recursos.

A su vez, en **Fianzas** separamos los residuos reciclables como papel, cartón y plásticos, y actualmente todos nuestros colaboradores utilizan equipos portátiles, de modo que sólo se encuentran enchufados cuando lo necesitan, haciendo un uso más consciente de la energía eléctrica.

**4. Productores Asesores & Digitalización.**

El proceso de digitalización se vio acelerado por la pandemia en el año 2020 y 2021 pero en **Fianzas** veníamos trabajando en ese sentido previamente, por lo tanto pudimos adaptarnos rápidamente. Actualmente, continuamos atentos a las demandas del mercado y con el apoyo del área de Sistemas trabajamos para desarrollar soluciones tecnológicas que permitan mejorar la experiencia de nuestros clientes.

« La compañía cuenta con **Fianzas Net**, una plataforma digital que permite que los clientes, Brokers y PAS realicen gestiones en forma muy ágil y simple. Esta solución facilita las distintas gestiones y le brinda respuesta a gran parte de las necesidades de nuestros clientes »

Como comentamos antes, la compañía cuenta con **Fianzas Net**, una plataforma digital que permite que los clientes, Brokers y PAS realicen gestiones en forma muy ágil y simple. Esta solución facilita las distintas gestiones y le brinda respuesta a gran parte de las necesidades de nuestros clientes, es por ello que los acompañamos de cerca para que puedan aprovechar las ventajas que aporta el sistema.

Estamos enfocados en seguir incorporando innovaciones tecnológicas que mejoren aún más el servicio de excelencia que nos caracteriza, y consideramos que la relación estrecha que tenemos con los productores es esencial para encontrar soluciones que beneficien tanto la tarea como el servicio que brindamos.

**5. Inflación elevada y contexto económico.**

Sin duda la inestabilidad económica y cambiaria juega un rol importante en nuestro negocio, imponiendo mayores desafíos al momento de proyectar y planificar escenarios a largo plazo. Adicionalmente, la alta inflación erosiona cada vez más los resultados de las compañías, como se vió evidenciado en los últimos balances publicados. Creemos que es un contexto muy particular, en el que **las compañías especialistas tenemos que poner particular énfasis en la suscripción para lograr mantener resultados técnicos positivos, y en políticas de inversiones equilibradas para proteger los activos ante tanta volatilidad.**

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

CAMPAÑA 22/23

1927 / 2022

95 AÑOS DE EXPERIENCIA EN SEGUROS PARA EL CAMPO.



95 AÑOS

mutualdan.com.ar

Nº de inscripción en SSN 0199

Atención al asegurado 0800-666-8400

Organismo de control

www.argentina.gob.ar/ssn



Nº de inscripción en SSN 0878

Atención al asegurado 0800-666-8400

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





( **JUAN CARLOS LUCIO GODOY** )

Presidente Ejecutivo de Río Uruguay Seguros (RUS)

«Quienes creyeron que los PAS eran reemplazables por la tecnología para 'ahorrar un costo' se equivocaron»

**1. Oportunidades y Desafíos.**

En este mundo de la «era del desorden» el desafío de la actividad aseguradora es sobrevivir buscando crecer constantemente. Hay que crecer con riesgos, lógicamente delimitados, buscando siempre oportunidades en los espacios que van apareciendo como consecuencia de los cambios inexorables del mundo. Por supuesto que habrá situaciones complejas que resolver y el trabajo en equipo es la respuesta, ya que las formas colaborativas son las que van a triunfar, no las formas autocráticas o verticalistas.

**2. Innovación y Desarrollo Tecnológico.**

Todas las tecnologías están cambiando la industria aseguradora. Utilizar sistemas y software que nos permitan realizar trabajos en simultáneo, atendiendo a clientes que demandan atención las 24 hs, en los diferentes puntos del país, son tecnologías que en Río Uruguay Seguros (RUS) estamos utilizando para trabajar y brindar el mejor servicio. Independientemente de esto, el mundo del seguro no está totalmente satisfecho con las tecnologías que ofrece el mercado. Si bien hay cores que son muy válidos, si no se ofrecen distintas variables



tecnológicas, insurtech u otras plataformas para poder abastecer más y mejor tanto la forma administrativa de trabajar como la venta y la llegada hacia el cliente final, es muy difícil competir en el mercado. Quienes piensan que con un core nuevo o que con un solo core se resuelve un problema, se equivocan. Los cambios son cada vez más dinámicos e implican la necesidad constante de incorporar la mejor tecnología posible. Ese es el gran desafío del momento.

**3. Sustentabilidad y cuidado del Medio Ambiente.**

Nosotros somos firmantes del Pacto Global de Naciones Unidas desde 2004 y en esa línea estamos cumpliendo con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Además, al ser una empresa cooperativa cumplimos con los 7 principios del cooperativismo y uno de ellos es el compromiso con la comunidad en donde lo sustentable tiene un rol fundamental. En un mundo tan complejo que no está nada bien ni en lo ecológico, ni en su naturaleza, ni en su sociedad, ni en su política, etc., no hay estabilidad que permita visualizar horizontes sin problemas; al contrario, insisto en esto de la «era del desorden» porque estamos viviendo en un momento en donde ya no hay ningún orden mundial que nos deje claro cuál es el rumbo de las cosas. Estamos ante un mundo tan diverso y tan complejo que lo mínimo que podemos hacer por él es tratar de ser sustentables para no empeorar la situación más de lo que está como consecuencia de las decisiones políticas de confrontación permanente y no de solidaridad.

**4. Productores Asesores & Digitalización.**

Sostengo que vivimos en un mundo dual: por un lado, está la digitalización y la tecnología, la manera virtual de funcionar; y por otro, está la presencialidad con los PAS a la cabeza. La digitalización en el seguro nos permite trabajar muchísimo más, ser más productivos, alcanzar mayor cantidad de clientes y resolver problemas al mismo tiempo. Sin embargo, el rol de los PAS es fundamental porque son quienes llevan adelante la pancarta de la empresa, la solución a los problemas, las consultas, la respuesta inmediata y la atención personalizada. Quienes creyeron que los PAS eran reemplazables por la tecnología para «ahorrar un costo», se equivocaron. Los PAS son imprescindibles y eso lo comprobamos en el momento más trágico que tuvo el mundo desde el punto de vista pandémico, con todo cerrado. Ellos trabajaron junto a nosotros para encontrar las mejores alternativas para satisfacer las necesidades de los clientes y acompañarlos en todo momento.

**5. Inflación elevada y contexto económico.**

La inflación en la actividad aseguradora impacta negativamente porque en países como el nuestro, con problemas concretos de balanza de pagos, comercio y falta de recursos adecuados, se hace cada vez más difícil conseguir elementos como, por ejemplo, repuestos vehiculares para poder resolver problemas siniestral. El perjuicio que nos está causando a las aseguradoras argentinas la conflictividad política y económica de nuestro país, no tiene límites. A esto se suma el problema de las grúas que no tiene solución y que está agravando todo el problema de siniestralidad en Argentina vinculado a la inflación, a los costos y a la asistencia. De todas maneras, ante esta situación compleja, hay que seguir avanzando, enfrentando el presente y pensando en el futuro, buscando nuevos mercados para seguir creciendo. 📍



Innovación y Compromiso al servicio de nuestros Productores de Seguros



FEDERACION PATRONAL SEGUROS SA.

www.fedpat.com.ar



Acompañamos cada momento de tu vida

0810.222.2444

Consultá con tu productora o productor asesor de seguros o en [provinciaseguros.com.ar](http://provinciaseguros.com.ar)





**(ROSANA IBARRART)**

Gerente General de Seguros Rivadavia

«Estamos transitando un proceso de co-creación de un nuevo Core con una empresa americana, que demanda un gran esfuerzo»

**1. Oportunidades y Desafíos.**

Los desafíos más importantes pasan por la adaptación rápida a este nuevo mundo que se ha revolucionado y se está transformando en distintos aspectos, como ser, la forma de relacionarse eficientemente, el uso de tecnología como herramienta de comunicación, la búsqueda por facilitar la operación, el crecimiento del trabajo colaborativo, el pensar en nuevas modalidades de trabajo y en la manera en la que hacemos negocios.

Si bien algunos temas ya estaban latentes y dentro de la órbita de las empresas, la pandemia y sus consecuencias han acelerado su tratamiento, consideración y priorización.

Como empresa, vemos aquí una importante oportunidad de transformación en la dirección de lo que el público exige y sentimos necesario trabajar con nuestros colaboradores para transitar juntos este camino.

Por otro lado, no debemos descuidar los desafíos que la propia industria impone, trabajar para lograr diferenciarnos ante los clientes por servicio, profundizar la inversión en tecnología como instrumento de optimización de los costos de operación y para brindar mejores herramientas a nuestros productores y clientes y, por supuesto, seguir administrando en equilibrio los aspectos centrales de la ecuación económica de nuestro negocio.

**2. Innovación y Desarrollo Tecnológico.**

Este es para mí uno de los puntos a favor a considerar sobre el mercado asegurador en la actualidad. Una gran parte de las empresas está invirtiendo en tecnología y herramientas, buscando acompañar la transformación que vive la sociedad. A su vez, se encuentra rediseñando sus procesos internos con orientación al cliente, quien viene modificando sus hábitos, de modo de enfrentar profesionalmente el mercado que se viene.

En nuestro caso, estamos transitando un proceso de co-creación de un nuevo Core con una empresa americana, que demanda un gran esfuerzo, tanto económico como de los colaboradores asignados al proyecto. La implementación de este administrador del negocio nos va a permitir obtener mayor rapidez y agilidad de repuesta, para satisfacer las demandas y los cambios que deseamos impulsar. A este proyecto lo estamos acompañando de una transformación del área de Innovación y Desarrollo, tanto en su estructura como en la manera de trabajar.

Por otro lado, hemos lanzado recientemente un nuevo canal de comunicación a través de WhatsApp, que nos permite estar más cerca y llegar más fluidamente al asegurado.

**3. Sustentabilidad y cuidado del Medio Ambiente.**

En la actualidad, la problemática sobre el cuidado del medio ambiente se ha convertido en un tema fundamental, no sólo a nivel empresarial, sino que ésta impacta transversal e individualmente a las personas y a su vida en sociedad. Es por ello que, desde hace un tiempo, asumimos el compromiso



institucional de colaborar en acciones sostenibles, no sólo de cara a la comunidad actual, sino también pensando el impacto que ello conlleva en la calidad de vida de las generaciones futuras.

Dentro de este marco, nuestra Organización viene trabajando en la incorporación de hábitos y acciones orientadas a hacer foco en la sostenibilidad y en la búsqueda permanente del equilibrio con el entorno, midiendo el impacto de su accionar en el medio ambiente y tomando medidas correctivas cuando es posible.

En este sentido, trabajamos en la generación de conciencia y sensibilidad sobre el uso racional y sustentable de los recursos naturales, a través de la difusión de información relacionada y la capacitación del personal, mediante charlas dictadas por organizaciones especializadas en la temática.

También buscamos contribuir con la reducción, reciclaje y reutilización de materiales de uso diario como papeles, material informático en desuso, equipos electrónicos sinistrados, residuos, etcétera.

Desde el año 2014, trabajamos con las instituciones «E-Basura» y «Qué Reciclo», entregando material informático en desuso para su posterior reciclado y donación.

Por su parte, nuestra imprenta cuenta con un sistema de acopio de residuos de tintas y solventes, que permite la separación de líquidos contaminantes, que luego son entregados a una empresa certificada para la manipulación y el reciclado de desechos industriales.

Todo ello se suma a otras iniciativas implementadas con anterioridad, como la de promover la adhesión a la Póliza Digital, buscando la reducción del uso de papel en la impresión

de ésta; la digitalización de legajos y otros documentos; y la sustitución de los habituales materiales para archivo o embalaje en el área de Logística, reemplazándolos por otros elementos que procuren o permitan su reciclaje.

Sabemos que queda mucho por hacer, pero estamos comprometidos a continuar colaborando activamente con el cuidado del planeta en todo aquello que esté a nuestro alcance.

**4. Productores Asesores & Digitalización.**

Indudablemente, la pandemia aceleró la digitalización de diferentes procesos, tanto administrativos como comerciales, los que a su vez generaron cambios que impactaron positivamente en la relación entre clientes y productores, haciendo más eficientes los procedimientos administrativos y mejorando la calidad de atención. En tal sentido, nuestra empresa brinda diversas herramientas al PAS para que pueda desarrollar su actividad en forma independiente. Dichas soluciones se encuentran en un entorno que llamamos la «oficina virtual», donde el productor comercializa y administra su cartera en forma descentralizada.

« Nuestra empresa brinda diversas herramientas al PAS para que pueda desarrollar su actividad en forma independiente. Dichas soluciones se encuentran en un entorno que llamamos la 'oficina virtual' »

Es importante reconocer también la gran adaptación que tuvieron los productores en el nuevo escenario configurado. Sin ellos, para las aseguradoras hubiese sido imposible realizar la atención profesional de las carteras.

**5. Inflación elevada y contexto económico.**

Por un lado, la inflación tiene un impacto directo en los dos mecanismos judiciales de valuación del daño: la aplicación de fórmulas y el valor del punto.

En el primer caso, porque las fórmulas toman como componente el salario, ajustándose producto de las paritarias o por actualización legal. En cuanto a las jurisdicciones que no adoptan la modalidad de fórmula y se inclinan por el valor del punto, incrementan el valor, muchas veces con montos desmedidos y desproporcionados. La situación en ambas modalidades se torna aún más gravosa con la aplicación de tasas que, en sí mismas, contienen componentes de indexación, lo que va creando un piso indemnizatorio repotenciado que debe afrontar el deudor.

En el caso de las reparaciones de los automotores, no es únicamente la inflación la que fija los índices incrementales. Éstos se ven agravados y superados por la baja oferta provocada por la escasez de repuestos y la demanda que exige el mercado.

Por otro lado, influye la situación del contexto tanto internacional, ya que la pandemia generó demoras en la producción de automotores de distintas terminales y fábricas del mundo, y mayores demoras en la logística marítima; como así también la situación del contexto interno, que desemboca en la falta de automotores 0km, el encarecimiento ficticio de los vehículos usados, repuestos faltantes o escasos (sobre todo las ruedas) y hacen que un ardid delictivo se encuentre jugando un papel protagónico, que está atacando a todo el mercado.

Esta situación provoca no sólo suba en los costos, sino además una gran dificultad para prestar el servicio deseado a nuestros asegurados. ☹



A tu lado



para lo que viene

Nos unimos a los Movimientos Olímpico y Paralímpico para crear, a través del deporte, un cambio positivo en el mundo.

Promovemos los valores de excelencia, respeto y amistad.

→ WWW.ALLIANZ.COM.AR



**Nuestra misión:**  
Proteger al equipo de salud.

Uno de cada dos médicos está cubierto por Seguros Médicos.



**SEGUROS MEDICOS**  
Su compañía, su seguridad

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

SEGUROS MEDICOS: Viamonte 1674. Tel. (5411) 5811-3510 / 3918 / 3519 | info@segurosmedicos.com.ar | www.segurosmedicos.com.ar

|                               |                                     |                      |                          |  |
|-------------------------------|-------------------------------------|----------------------|--------------------------|--|
| Nº de inscripción en SSN 0749 | Atención al asegurado 0800-666-8400 | Organismo de control | www.argentina.gob.ar/ssn |  SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN |
|-------------------------------|-------------------------------------|----------------------|--------------------------|--|



(VERÓNICA MARINARO)

Directora de La Perseverancia Seguros (LPS)

«La Compañía cuenta con la única App para Productores del mercado que es transaccional y permite emitir pólizas y realizar inspecciones previas desde el celular en tiempo real»

1. Oportunidades y Desafíos.

La Perseverancia Seguros ha encontrado una gran oportunidad en su proceso de innovación. Actualmente esta temática es una parte fundamental de su cultura organizacional. La constitución de los grupos de innovación ha fortalecido la vinculación entre los diferentes sectores de la empresa y nos permite estar a la vanguardia en la implementación de nuevas tecnologías, funcionalidades y diseño de nuevos productos. Por tal motivo, **consideramos clave la conformación de equipos multidisciplinarios que tengan capacidad de adaptarse a los nuevos escenarios.** La compañía ve una gran oportunidad en aplicar más innovaciones en las plataformas tecnológicas que pone a disposición de sus PAS y asegurados para operar de forma cada vez más ágil y fluida. Para LPS, el único canal de venta de seguros en la actualidad y hacia el futuro es el de los PAS, por lo tanto la compañía se dedica especialmente a dotarlo de todas las herramientas necesarias para que puedan afrontar el cambio tecnológico.

El principal desafío para La Perseverancia Seguros es avanzar en un proceso máximo de digitalización y automatización de procesos, incorporando algoritmos de inteligencia artificial y reconocimiento de imágenes y, a su vez, continuar creando e invirtiendo fuertemente en tecnología para brindar cada vez más y mejores servicios en el contexto económico actual.

2. Innovación y Desarrollo Tecnológico.

La omnicanalidad en la utilización e integración de las plataformas tecnológicas y la incorporación de algoritmos de inteligencia artificial en los procesos están cambiando la industria de seguros.

La Perseverancia Seguros, en este sentido, diseño e implementó un sistema de gestiones ágiles sin logueo desde la página web para descarga y pago de póliza y solicitud de asistencia mecánica. Esta implementación se realizó a partir de la detección de una importante cantidad de personas que no desean tener aplicaciones permanentes descargadas en su teléfono celular.

También se actualizó la app LPS Asegurados y a las funcionalidades existentes de descarga de póliza, descarga de tarjeta de circulación, pago, consulta de saldos y solicitud de asistencia mecánica, se adicionó la posibilidad de descarga de comprobantes de pago y de seguimiento de la asistencia mecánica en curso.

Se habilitó el acceso a un portal de descuentos con beneficios para los asegurados de La Perseverancia Seguros que les permite desde la web de LPS descargar cupones de descuentos para disfrutar de beneficios especiales en comercios; estos beneficios pueden ser utilizados tanto por el asegurado como por su familia.

Se implementó el Sistema fast track para reposición de ruedas, cristales y cerraduras, lo que permite que en el momento de denunciar el siniestro, el mismo entre en un sistema de licitación entre los proveedores cercanos a la localización del asegurado para la reposición inmediata del elemento dañado o faltante. A su vez, automáticamente el asegurado y su productor de seguros comienzan a recibir por mail o whatsapp información acerca de la marcha del siniestro hasta que se les notifica el lugar al que debe concurrir el asegurado para realizar la reposición para subsanar el daño sufrido.

Este sistema cuenta a su vez con encuestas de satisfacción acerca del funcionamiento del servicio.

Actualmente, estamos trabajando en la puesta en marcha del sistema de peritación inteligente y durante este año continuaremos trabajando en innovaciones y actualizaciones tanto en la app LPS Asegurados como en el sistema de gestiones ágiles e incorporaremos las funcionalidades vinculadas a la denuncia y seguimiento de siniestros.

3. Sustentabilidad y cuidado del Medio Ambiente.

La Perseverancia Seguros trabaja sobre los objetivos de desarrollo sostenible establecidos por la ONU, en especial aborda el de garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos, educando para despertar la conciencia aseguradora en la comunidad con cursos gratuitos abiertos al público sobre la temática.

También trabaja en el objetivo de Acción por el Clima, buscando adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos, con programas de disminución de la huella de carbono en su operatoria diaria, tal como es el caso de todos los desarrollos tecnológicos vinculados a póliza digital. Otro tema en el que la compañía trabaja especialmente es en el de alianzas para lograr objetivos colaborando



con la Ciudad de Tres Arroyos, asistiendo a instituciones de bien público para el logro de sus fines. De esta forma, La Perseverancia Seguros presenta acciones concretas que demuestran su preocupación por el desarrollo sostenible.

4. Productores Asesores & Digitalización.

Para La Perseverancia Seguros es importante dotar al PAS de toda la tecnología necesaria para hacer más ágiles sus gestiones y permitirle mayor cercanía con los asegurados, la tecnología por sí sola no reemplaza el rol fundamental del PAS en el mercado de seguros

Actualmente, la compañía cuenta con la única APP para productores del mercado que es transaccional y permite cotizar, emitir pólizas y realizar inspecciones previas desde el celular en tiempo real. La aplicación también permite cobrar la póliza, denunciar los siniestros, realizar su seguimiento, compartir con los asegurados las pólizas y el botón de pago por mail, whatsapp o cualquier otro programa de mensajería, enviarle avisos de vencimiento, acceso a información estadística de cartera entre otras funcionalidades. La Perseverancia no solo les proporciona tecnología sino que también les ofrece apoyo y asesoramiento en todo lo referente a marketing digital, se les facilita material para postear en redes sociales y, a su vez, se ha diseñado un sistema automático por el cual todos los leads que se generan a partir de la publicidad digital se derivan directamente a los PAS, para que ellos sean quienes cierren las operaciones. En los próximos meses, continuaremos avanzando en brindar a los Productores y asegurados más aplicaciones tecnológicas y nuevos productos que les permitan ampliar y diversificar sus carteras de negocios.

También se ampliaron las funcionalidades del portal web de productores. Actualmente, desde el mismo pueden cotizar y emitir pólizas de varias ramas sin intervención de personal de la compañía. Esta operatoria logró una importante descentralización de las operaciones. Se implementó la posibilidad de descarga desde la intranet de PAS de material instructivo sobre los nuevos productos y procesos.

También se generó un Canal de Whatsapp personalizado con los productores asesores de seguros, esto permitió agilizar la comunicación con toda la red de ventas de la compañía.

Se actualizó la intranet para productores incorporando, entre otras cosas, una sección de recursos para redes sociales donde los PAS pueden descargar material y replicarlo en sus propias redes, y también una sección de información estadística en tiempo real para que puedan controlar la evolución de sus carteras de negocios

Continuaremos incorporando nuevas funcionalidades en la App y también nuevos cotizadores y productos en el portal web para que los productores puedan emitir operaciones en todas las ramas en las que opera La Perseverancia Seguros.

5. Inflación elevada y contexto económico.

Resulta complejo revertir la tendencia de los resultados financieros en un contexto inflacionario como el actual, teniendo en cuenta que las aseguradoras solo pueden optar por invertir sus fondos en activos autorizados por la Superintendencia de Seguros de la Nación y ellos en su mayoría ofrecen rendimientos que están por debajo de los índices de inflación. No obstante ello, La Perseverancia Seguros sigue trabajando en la optimización de sus procesos para lograr día a día mayor eficiencia en su operatoria.

Existe una nueva forma de moverte. Por eso tenía que existir una nueva forma de protegerla.

Presentamos nomADN.

El seguro para equipos de movilidad, que además protege a tus objetos electrónicos portátiles y a tus objetos personales.

Conocé más en [zurich.com.ar](http://zurich.com.ar)

nomadn  
Esa parte tuya que pide movimiento



**RiskGroup Argentina**

- Seguros: Coberturas personalizadas altamente eficientes
- Gestión de Riesgos: Profesionales especializados en la búsqueda de soluciones
- Reaseguros: Especialista en colocaciones facultativas y contratos

Somos el Principal Broker Independiente de la Argentina

Nuestras vinculaciones internacionales nos brindan el respaldo para ofrecer las mejores coberturas

Miembro de

- Gallagher
- LARS NETWORK
- SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACION

NUEVAS OFICINAS: Honduras 5952 - Piso 1 - CABA - BS. AS  
www.riskgroup.com.ar | info@riskgroup.com.ar  
0800 - 345 - RISK (7475) | +54 11 5217-6100

«La incorporación de diferentes tecnologías nos permitió triplicar el número de trabajadores capacitados respecto de períodos anteriores»



**1. Oportunidades y Desafíos.**

Las oportunidades vienen de la mano de la **revalorización que la sociedad en su conjunto hizo de la prevención de riesgos a partir de la pandemia**. De ser un tema que muchas veces quedaba relegado dentro de las organizaciones, en este contexto pasó a desempeñar un rol fundamental para mantener viva la actividad económica de nuestro país.

En síntesis, **estos años de pandemia potenciaron el interés en temas vinculados a la higiene y seguridad, lo cual tiene un impacto notable para avanzar en la construcción de una cultura preventiva.**

Actualmente, tenemos a todos nuestros recursos enfocados en continuar con las **acciones preventivas y de capacitación**, con el objetivo de que nuestras empresas clientes y sus trabajadores puedan poner en marcha todo su potencial minimizando los riesgos laborales.

Como reverso de la moneda, los desafíos más importantes son compartidos con la totalidad del mercado. **Uno de los principales es la judicialidad, que impacta negativamente en todas las bondades que tiene este sistema para los trabajadores. Los juicios siguen ingresando y van en alza desde 2021.** Tenemos una ley que proporciona un marco jurídico adecuado para que la ART y los trabajadores se pongan de acuerdo en cuanto al otorgamiento de prestaciones o montos indemnizatorios. Y si bien todas las provincias fueron adhiriendo paulatinamente a esta normativa, **todavía no se han conformado, en su totalidad, los cuerpos médicos forenses de las respectivas jurisdicciones, lo que deja un espacio de incertidumbre que lamentablemente se llena con el reclamo judicial.**

**2. Innovación y Desarrollo Tecnológico.**

La tecnología fue un gran aliado para el sector en estos últimos años, asumiendo un rol protagónico en los diferentes momentos del servicio.

En nuestro caso particular, **la incorporación de diferentes tecnologías nos permitió triplicar el número de trabajadores capacitados respecto de períodos anteriores.** En esta línea, impulsamos un programa de capacitación vía **streaming** para trabajadores y profesionales de Higiene y Seguridad de las empresas clientes. Además, actualizamos la propuesta de capacitación del **Campus Virtual**, incorporando prácticas con simuladores de riesgos.

Por otro lado, desarrollamos una propuesta de alto impacto para que los trabajadores aprendan a cuidarse de una manera diferente. **Apostamos a la realidad virtual y realidad aumentada para generar propuestas de capacitación y entrenamiento laboral innovadoras.** Recurrimos a la gamificación como principal herramienta de motivación y construimos entornos que crean en los trabajadores la sensación de estar inmersos en ellos, permitiéndoles vivenciar de manera segura la exposición a distintos riesgos laborales.

Un ejemplo de ello es **Área ART, nuestro centro de entrenamiento en prevención de riesgos laborales**, en el cual se realizan prácticas sobre diferentes temas relacionados con la seguridad en el trabajo: extinción de incendios, evacuación, trabajo en altura, riesgo eléctrico, trabajo en caliente, espacios confinados, entre otros.

En paralelo, para poder llegar a todos nuestros asegurados con este tipo de propuestas, comenzamos a trabajar para ofrecer experiencias inmersivas, a partir de un instrumento omnipresente en nuestra sociedad, como es el celular. Así

surgieron las **apps «Estoy Seguro», «Extinción de Incendios» y «Ries-Go»**, entre otras. Al estar presentes en los celulares de los trabajadores con aplicaciones de capacitación, ganamos un terreno muy importante en la batalla por su atención: en lugar de competir contra el celular y todo lo que éste permite, nos valemos del mismo, para llegar a las personas con una propuesta adaptada a los tiempos que corren.

Estas herramientas suelen generar un impacto positivo y motivar a las empresas a revisar sus propias prácticas, replicar esta modalidad de capacitación y proponer actividades más lúdicas.

En cuanto a prestaciones médicas, **la última implementación en materia de rehabilitación laboral, llamada Kine-Mobile**, es un desarrollo que permite realizar seguimiento del tratamiento de kinesioterapia de los trabajadores accidentados a través de una aplicación que se descarga en el celular.

**3. Sustentabilidad y cuidado del Medio Ambiente.**

Nuestra Estrategia de Sustentabilidad cuenta con cinco pilares, que comprenden el diálogo con nuestros grupos de interés; la innovación en el desarrollo de productos y servicios sustentables; el desarrollo de Iniciativas de RSE vinculadas a la prevención, seguridad y salud; la generación de valor a través del conocimiento; y la medición de nuestro triple desempeño, rindiendo cuentas en forma transparente.

Para materializar dicha estrategia, **desde 2015 llevamos adelante el programa «Hacia un Ciudadano Sustentable»**, integrador de todas las acciones destinadas a los distintos públicos de interés y que busca promover un ser humano sustentable, en cada persona vinculada al Grupo, visto desde la mirada de la prevención, la seguridad y la salud.

Como parte de esta estrategia integral y transversal, **el cuidado del ambiente constituye una materia fundamental**

en nuestro Grupo, formando parte del triple desempeño (económico, social y ambiental), que nos comprometemos a cubrir de forma transparente con nuestra gestión sustentable del negocio. El interés por el cuidado del medioambiente es considerado al efectuar todos nuestros trabajos, previniendo y minimizando los impactos ambientales adversos y preservando los recursos naturales.

**4. Productores Asesores & Digitalización.**

Sabemos que el rol del Productor Asesor está llamado a reconvertirse para potenciar aspectos vinculados al asesoramiento y completar la transición hacia lo digital, y la capacitación es una herramienta indispensable para contribuir a que ese pasaje se realice de la manera más natural posible. Por eso, **diseñamos programas de capacitación (cursos y talleres a cargo de especialistas) en nuevas tendencias especialmente orientados a los PAS**, para contribuir a que sean cada vez más competitivos en los mercados actuales.

Con respecto a las herramientas, cuentan con **«Portal PAS»**, la plataforma más completa e innovadora del mercado que ayuda a nuestros Productores Asesores a hacer un diagnóstico de su cartera de clientes y ver su potencialidad de crecimiento, contribuyendo a que se transformen en líderes de sus respectivas zonas de actuación.

También ponemos a su disposición **«Autogestión PAS»**, una herramienta que facilita las tareas vinculadas a su operativa diaria. **Mediante una aplicación para descargar en la PC, smartphone o cualquier dispositivo móvil, cada Productor Asesor puede gestionar las suscripciones y afiliaciones de manera simple y rápida.** Una de sus grandes ventajas es que no ocupa espacio en la memoria de los dispositivos, ya que funciona con un acceso desde un **link**. Asimismo, facilita la comunicación porque permite compartir información vía correo electrónico o **WhatsApp**, y cada PAS recibe las novedades más relevantes a través de notificaciones instantáneas. Por otra parte, en la **home** hay una sección de **Novedades** que brinda información actualizada del negocio y también de mejoras que vamos aplicando en **Autogestión PAS**.

En la sección de **instructivos** se pueden descargar manuales con el paso a paso de cada trámite, como así también ver videos tutoriales sobre el uso del sitio.

Además, la plataforma pone a disposición diferentes canales de comunicación para poder contactarse de forma directa con nuestra ART y una línea de **WhatsApp** para chatear con un **Gestor de Afiliaciones**.

**5. Inflación elevada y contexto económico.**

La inflación continúa siendo uno de los temas más preocupantes en materia económica, pues provoca un aumento de costos que se traslada a los resultados de cualquier actividad y termina afectando la competitividad.

De más está decir que **impacta de manera significativa sobre los diferentes componentes del costo siniestral, fundamentalmente en las prestaciones médicas que dependen de insumos que se encuentran dolarizados.** Esto obliga a tener que revisar continuamente los cuadros tarifarios con la finalidad de compensar dichos aumentos y mantener la siniestralidad dentro de valores razonables, sin descuidar la calidad del servicio que brindamos a nuestros asegurados. 📍



CONNECTING PEOPLE

We see change as opportunity,  
We see our clients as partners



Conocé los beneficios de pertenecer a AAPAS

¡Asociate!



www.specialdivisionre.com

info@specialdivisionre.com

**1. Oportunidades y Desafíos.**

El nicho de caución atraviesa una gran oportunidad como consecuencia de la plena digitalización del negocio, que permite «disponibilizar» nuestro instrumento en cualquier rincón del país donde existan transacciones económicas a través de la Póliza Digital de caución. Sólo se necesita conexión a internet. Las distancias ya no son un impedimento para proteger la vulnerable cadena de valor de la Pequeña y Mediana Empresa argentina. La elasticidad de crecimiento del seguro de caución, en un país con una matriz económica 99% Pyme, nos invita a seguir generando acciones colaborativas de capacitación y docencia para que las fianzas empiecen a ganar protagonismo en las relaciones contractuales entre privados.

Tenemos delante un horizonte prometedor para el segmento de las cauciones, donde la imperiosa necesidad de infraestructura en nuestro país generará un círculo virtuoso, que incentivará a la alicaída inversión privada a generar mayor movimiento en el sector.

**2. Innovación y Desarrollo Tecnológico.**

Las conductas laborales post pandemia han generado nuevos requerimientos por parte de los PAS y clientes, que las compañías deberemos satisfacer como nuevo escenario de prestación de servicios. Entre las novedades tenemos la **Oficina 24 Hrs.**, la cual ofrece plataformas para transaccionar más del 90% de las operaciones tradicionales que realizan los PAS, sin límites de franja horaria y a plena elección del intermediario.

También hemos puesto a disposición un programa de democratización de la tecnología, compartiendo con el socio comercial por excelencia, herramientas para el análisis y la toma de decisiones. Podemos mencionar, por ejemplo, los **Analíticos 2.0 (Business Intelligence)**, donde con verdaderos tableros de control interdisciplinarios podemos monitorear situaciones complejas como las refacturaciones (cobranzas) y

«Afianzadora buscará para fin de año constituirse como la primera compañía en el mercado argentino que certifique como 'Empresa B'»



exposiciones «just in time» (cúmulos), entre otras cuestiones.

Finalmente, uno de los programas mejor recibidos es el de **Inclusión Digital**, que busca incluir al máximo a toda la comunidad (interna y externa) a esta disrupción digital en la que todos estamos obligados a convivir, y que su adopción tiene una complejidad que debemos atender de manera proactiva.

**3. Sustentabilidad y cuidado del Medio Ambiente.**

Afianzadora buscará para fin de año constituirse como la primera compañía en el mercado argentino que certifique como «Empresa B». La vocación del directorio, que recientemente ha modificado el estatuto para incluir temáticas sociales y ambientales, continuará el camino ya transitado en este sentido, con políticas que impacten de manera positiva a la sociedad. El triple impacto buscado, donde la necesaria rentabilidad busca repagar el capital del accionista, convive en la misma mesa de decisiones que las acciones sociales y políticas ambientales que abogan por un equilibrio sostenible del negocio.

**Nos encontramos en la antesala de un gran hito en nuestra historia**, que con la ayuda de nuestra gente, clientes, productores y proveedores, cada día está más cerca de convertirse en una anhelada realidad.

**4. Productores Asesores & Digitalización.**

La continuidad del negocio, luego de la inesperada estampida de la pandemia, tuvo como principal protagonista al PAS, quien continuó enlazando a las partes del negocio aún en los momentos más críticos de la cuarentena. La contención de los tomadores o asegurados, la adaptación en tiempo récord a la obligada transacción digital y su nueva vinculación estratégica con la tecnología, hicieron de su rol uno de los principales responsables de que la industria aseguradora siguiera generando en plena virtualidad. Los planes de inclusión digital arriba mencionados, justamente buscan incluir al PAS en esta nueva era, con capacitación e inducción sobre las tecnologías compartidas con toda la red comercial.

**5. Inflación elevada y contexto económico.**

La inflación es uno de los flagelos con el cual convive nuestro país hace años, y que conlleva una imposibilidad de planificación en el mediano y largo plazo. Asimismo, esta problemática genera algunas oportunidades vinculadas a nuestro producto, generando demanda agregada en la protección de los contratos, hoy más amenazados que nunca como resultado de una macro un tanto inestable. **El impacto inflacionario está generando daños en las estructuras patrimoniales de los asegurados, dato que quedó plasmado en el reciente cierre Marzo 2022.** En este último balance, las pérdidas fueron generales y representativas en el mercado de seguros, producto de los ajustes inflacionarios de rigor. Se trata, sin dudas, de un contexto que exigirá una máxima pericia del 'management' local, acostumbrado a lidiar en aguas turbulentas. ☹️

CONSULTORÍA ACTUARIAL / SOFTWARE TÉCNICO

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

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

Para obtener más información, contacte a:

Fernando Mesquida  
fernando.mesquida@milliman.com

Hector Gueler  
hector.gueler@milliman.com

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



Nos une el mismo propósito.

Nos une el compromiso de siempre.



Grupo San Cristóbal



Nº de matrícula en SSN  
0442 - 0620 - 0192

Atención al asegurado  
0800-666-8400

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





( JUAN IGNACIO PERUCCHI )

Gerente General de Libra Seguros

«En Libra desarrollamos la Usina de Innovación, un ámbito de creatividad y trabajo interdisciplinario que sumó a los equipos internos la participación activa de los PAS»

1. Oportunidades y Desafíos.

El principal desafío de la industria radica en la necesidad de transformación que debemos enfrentar. Esta transformación no recae solo en la digitalización de procesos y aportes de la tecnología, sino fundamentalmente en las dimensiones core de nuestro negocio, es decir, desarrollo de nuevos productos, cuidado de los resultados técnicos, combate al fraude, generar conciencia aseguradora y mayor cercanía y confiabilidad del mercado. En este sentido, el propio desafío de transformación es nuestra oportunidad.

2. Innovación y Desarrollo Tecnológico.

La tecnología es un aporte constante en diversas áreas, la inteligencia artificial y la telemática que permite la generación de productos personalizados están incipientemente cambiando la industria, hay que estar muy atentos a esta tendencia porque ya se está cristalizando y será aún mayor en el futuro cercano.

Este año seguimos trabajando intensamente en el cambio de nuestra plataforma de sistema core para consolidar y potenciar nuestro modelo operativo, y acompañar la estrategia de posicionamiento y crecimiento en nuevos ramos técnicos. Buscamos ser una compañía de seguros con una oferta integral, lo que nos requirió tener que adoptar una solución core a la altura de nuestros desafíos, y esa es la decisión que nos llevó a elegir a SISTRAN CONSULTORES como nuestro nuevo socio tecnológico para cumplirlo.

Confiamos también en consolidar nuestra propuesta de servicios, acompañados por alianzas y soluciones de otros actores tecnológicos (gestión de siniestros, detección de fraudes, inspecciones digitales, telemedicina, servicios) que contribuyan a sumar valor en toda la cadena.

El mercado asegurador busca afianzar un nuevo modelo de negocios, apoyado en una economía de colaboración constante entre la tecnología, las aseguradoras y los productores. En respuesta a esta dinámica, en Libra desarrollamos la Usina de Innovación, un ámbito de creatividad y trabajo interdisciplinario que sumó a los equipos internos la participación activa de los PAS. Juntos nos enfocamos y fortalecemos nuestra Actitud para desarrollar nuevos productos que sean personalizados, diferenciados, se potencien en la tecnología y nos permitan desarrollar negocios más competitivos, y así fidelizar el crecimiento y rendimiento de los PAS para que nos sigan eligiendo como motor de sus negocios.

3. Sustentabilidad y cuidado del Medio Ambiente.

La toma de conciencia de la necesidad de un desarrollo sostenible ha alcanzado en los últimos tiempos niveles muy altos. De todas formas, entiendo que aún las sociedades están muy lejos de abordar esta problemática de una manera sistémica. Debemos pasar del discurso a la acción,



tanto desde lo personal e individual como desde las organizaciones. Si bien nuestra industria no es muy contaminante creo que podemos hacer mucho.

En Libra estamos trabajando en ello y tenemos como propósito hacer aún más. Hemos reducido notoriamente el uso de papel, cuidamos el consumo de energía, clasificamos los residuos reciclables y tenemos un producto como Orange Time que premia el menor uso de los vehículos, reduciendo de esa manera la huella de carbono.

Considero que tenemos una cuenta pendiente en materia de inversiones del mercado asegurador en general. Es importante trabajar con nuestro organismo regulador y con las autoridades pertinentes para que en conjunto podamos regular y crear los instrumentos de inversión pertinentes para que los activos de las aseguradoras, como principal inversor institucional del país, sean destinados a proyectos de energías renovables y cambio climático, y esas inversiones sean computables a los efectos de las relaciones técnicas de los balances de las aseguradoras.

Asimismo, en materia de sustentabilidad, tenemos la obligación de desarrollar productos destinados a población que no está incluida financieramente, de manera de otorgar previsibilidad económica y jurídica a esa población. El seguro es una herramienta medular en ese sentido y debemos entender y acompañar las problemáticas económicas y sociales actuales.

4. Productores Asesores & Digitalización.

El PAS se ha ido adaptando a estos nuevos procesos de digitalización, en un primer momento sentían que los avances tecnológicos eran una amenaza para su profesión y negocio, hoy lo ven como una herramienta de facilitación y oportunidades. Desde Libra vemos el rol del Productor como irremplazable, pero que debe adaptarse y servirse de lo tecnológico.

Nuevos paradigmas apalancan hoy el desarrollo de nuevas soluciones digitales, y nos llevan a mantener la constante revisión de nuestros procesos, herramientas y productos para que todo redunde en una mejor experiencia para PAS y clientes.

En Libra seguimos apostando por elegir invertir en nuestra transformación digital, y así impactar en el negocio de los PAS para potenciar y mejorar el servicio integral a sus asegurados.

Todas nuestras implementaciones buscan agilizar la tarea del PAS y, a la vez, incluirlos en este nuevo mundo digital. Es parte de la ventaja competitiva que compartimos en Libra con nuestros socios estratégicos.

Algunas de estas herramientas que los PAS ya adoptaron:

- Mayor autogestión desde el portal web.
- Nuevos productos disruptivos e innovadores para acompañar su desarrollo de nuevos ramos comerciales (Movilidad, Viajero Protegido, RC Múltiple, Criptominería, entre otros).
- Inspecciones digitales.
- Plataforma para compra de repuestos y derivación a talleres.
- Modelo de atención integral con Ejecutivos 360.
- Soporte digital con material de marketing para acompañar acciones y campañas en sus redes (kit digital).
- Link de pagos en la web para cobro con tarjeta.
- Asignación a PAS de las ventas cerradas en el canal online.
- Informes de cartera con indicadores de gestión y métricas de rentabilidad.

« En Libra seguimos apostando por elegir invertir en nuestra transformación digital, y así impactar en el negocio de los PAS para potenciar y mejorar el servicio integral a sus asegurados »

5. Inflación elevada y contexto económico.

Obviamente como en cualquier actividad, la situación de inestabilidad e inflación creciente impacta fuertemente en nuestra industria, las reposiciones exceden los índices inflacionarios y de esta manera se resiente la variable tarifaria. Nosotros estamos muy atentos al cuidado de los resultados técnicos a partir de un franco combate al fraude, que se incrementa en situaciones de crisis como la actual, y en no entrar en una guerra tarifaria que tanto mal le hace a nuestra industria. ☹



LA SOLUCIÓN PARA ESTAR BIEN ASEGURADOS

TRANSPORTE DE MERCANCÍAS - CAUCIONES Y GARANTÍAS IATA. RESPONSABILIDAD PARA AGENTES DE CARGA - CONTENEDORES.

www.assekuransa.com +54 11 52545254

OSNN www.ssn.gob.ar 0800-666-8400 N° de inscripción 556.771



FARAGÓ & CORRALES

A B O G A D O S

Desde 1975 comprometidos con la Excelencia

WWW.ESTUDIOFARAGO.COM.AR  
TEL: (54-11) 5032-3683

1. Oportunidades y Desafíos.

Si hablamos en términos de desafíos, tal como venimos repitiendo de hace un tiempo a la fecha, hay dos que adquieren especial relevancia hacia el futuro. El primero es el tecnológico y el segundo, un mayor desarrollo de la cultura aseguradora. En lo tecnológico, debemos decir que la pandemia aceleró la transformación digital que ya se venía dando. Por lo tanto, uno de los mayores desafíos en la actualidad tiene que ver con la tecnología aplicada al negocio integral de las aseguradoras. Las Compañías nos vemos en la necesidad de invertir cada vez más en tecnología. Las que no lo hagan terminarán rezagadas. El segundo desafío, es el de desarrollar una mayor cultura de seguro en el país.

El mercado de Seguros se encuentra estancado, si lo analizamos desde cinco años atrás a la fecha y midiéndolo en moneda constante. La actividad aseguradora no escapa a la evolución de la economía en general, en la que se aprecia un preocupante deterioro. Si analizamos la evolución de la producción, en relación al PBI de la Argentina, vemos que en 2020 fue del 3,8% y en 2022 será del 3,17% aproximadamente, lo cual

demuestra que la actividad no crece por distintas razones. Una de ellas es la recesión de la actividad económica y la otra la falta de una cultura aseguradora.

Así, por ejemplo, hoy en la Argentina se movilizan alrededor de siete millones de motocicletas, siendo que solo un 27% están aseguradas. Si vamos al rubro autos, un 22% de los que circulan no están asegurados, mientras que en Chile esa cifra cae a un 8%. En países más desarrollados como Inglaterra, Estados Unidos o España, la cultura aseguradora se encuentra en otro nivel. Se aseguran las piernas de los futbolistas, los pulgares de los pilotos de Fórmula 1 y los partos múltiples con un seguro que proteja a los padres económicamente, entre otras cosas. Eso denota una vasta cultura aseguradora que no es ni más ni menos que el reflejo de una intención de proteger lo más importante y valioso.

**S&C** Broker de Seguros

Encontrá el seguro que mejor se adapte a vos entre una amplia gama de coberturas y empresas.

Estamos cuando nos necesitás.

#Nosimporta

ENCOTRANOS EN:  
PUERTO MADERO / CABA / BAHÍA BLANCA / CÓRDOBA / SAN FERNANDO / PARQUE LELOIR

www.scbrokerdeseguros.com

Camila O'Dorman 412 - Piso 18 / +54 11 5263 7500 @scbrokerdeseguros / S/CBrokerDeSeguros

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

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

«Nuestro objetivo como Compañía es crecer en términos de producción en un 6% por arriba de la inflación y con rentabilidad»



Nuestro objetivo como compañía es crecer en términos de producción en un 6% por arriba de la inflación y con rentabilidad. Esto es lo que nos permite ser solventes y creíbles ante nuestros clientes y Productores Asesores de Seguros.

2. Innovación y Desarrollo Tecnológico.

Hay muchas tecnologías, pero entre las que más están cambiando la industria podemos mencionar:

- **RPA (automatización robótica de procesos):** aporta ahorro de tiempo de los empleados, al liberarlos de la realización de tareas repetitivas evitando posibles errores manuales, mejorando el servicio y, a su vez, reduciendo costos. De esa forma, los empleados pueden realizar tareas de mayor valor agregado.

- **Chatbots:** la gestión de cualquier interacción con los clientes se puede mejorar con las tecnologías conversacionales, como los chatbots o las aplicaciones de chat. Estas herramientas mezclan IA y Machine Learning, permitiendo interactuar con los clientes de la forma más «humana» posible. Se utiliza sobre todo para solicitudes y preguntas frecuentes. Los casos complejos deben ser atendidos por una persona. La clave es equilibrar el autoservicio y la intervención humana.

- **Análisis predictivo/Data Science:** muchas compañías aseguradoras usan el análisis predictivo para anticipar el posible comportamiento futuro de los clientes a través de la recopilación de datos. También se usa para identificar fraudes, anticipar tendencias, detectar clientes en riesgo de cancelación o lograr valores más competitivos. Cuantos más puntos de contacto tengamos, mejor, porque tendremos mucha más información para descifrar y actuar sobre ella. Toda esa información podemos utilizarla para desarrollar productos a medida, por ejemplo, seguros basados en el uso.

Los desarrollos e innovaciones tecnológicas que estamos desarrollando actualmente son las siguientes:

- **Automatización de la Gestión Comercial,** integrando Salesforce con nuestro sistema Core. Este proyecto comenzó a mediados del 2020, llevando la gestión comercial a Salesforce. En este proyecto, que aún sigue vigente, no sólo participa el área Comercial, sino también las áreas de Suscripción.

- En poco tiempo, lanzaremos un nuevo Portal de Asegurados, donde el cliente podrá gestionar sus pólizas de manera ágil y simple, denunciar o consultar el estado de un siniestro y descargar una copia digital de su póliza en cualquier momento y desde cualquier lugar. En paralelo se lanzará una nueva versión de Intēgrity Geo.

- También estamos por lanzar la integración de Mercado Pago a nuestra plataforma, como una nueva opción para que el productor/clientes abone sus pólizas en forma online.

- También estamos en proyectos orientados al conocimiento del cliente, entender qué necesita y a partir de ahí desarrollar nuevos productos acorde a sus necesidades y comportamientos. Seguramente incursionemos en Big data/Data Science.

- Por el lado tecnológico, estamos evaluando diferentes alternativas para optimizar hardware y recursos, podría ser VDI, escritorios virtualizados, entre otras.



«LA ACTIVIDAD ASEGURADORA NO ESCAPA A LA EVOLUCIÓN DE LA ECONOMÍA EN GENERAL, EN LA QUE SE APRECIA UN PREOCUPANTE DETERIORO»



- Por último, como proyecto a largo plazo, tenemos pensado llevar parte de nuestra infraestructura a la nube, comenzando con el DRP y/o ambientes de desarrollo.

3. Sustentabilidad y cuidado del Medio Ambiente.

Como ya sabemos, la sustentabilidad y cuidado del medio ambiente, es un tema que nos preocupa a todos, y es por eso que, desde Intēgrity Seguros desarrollamos acciones específicas que fomentamos desde la Gerencia de Recursos Humanos.

En este sentido, una de las políticas en la que hacemos mucho énfasis en las diferentes áreas, es la separación de residuos en distintos contenedores para que puedan ser reciclados o reutilizados. Apuntamos al ahorro de papel aprovechando ambos lados de la hoja y fomentamos una disminución en el uso del mismo, apelando a las posibilidades que nos da la digitalización de materiales. En este sentido, el pasaje a la virtualización de muchos procesos, que se aceleró notablemente durante la pandemia, nos favoreció.

Por otra parte, con la disminución de la presencialidad, contribuimos al ahorro de energía en los pisos al no tener durante todo el día, todos los días, computadoras enchufadas, impresoras funcionando, luces encendidas, calefacción, aire acondicionado, etc.

Por último, Intēgrity Seguros se caracteriza por ser una empresa libre de humo, convirtiendo al edificio en su totalidad, es un espacio que protege a los empleados de los daños perjudiciales para la salud que provoca la exposición al humo de tabaco, contribuyendo a un ambiente saludable.

4. Productores Asesores & Digitalización.

Desde el primer contacto, le brindamos al productor una atención totalmente personalizada. Hacemos un evento de bienvenida para ellos, en el que nos presentamos junto al CEO. Compartimos una presentación institucional, se presentan los equipos de siniestros, técnica, comercial, tecnología, caución y marketing.

Además de ofrecerles campañas de incentivo, con las que acceden a regalos especiales, giftcards, bigbox, el incentivo más importante que brindamos es nuestro concurso Intēgrity Champions, con el cual 50 PAS viajan todos los años. Son dos destinos: uno nacional y otro internacional. Este año viajamos a Dublín, Edimburgo y Distrito de los Lagos-Liverpool en lo que respecta a los viajes internacionales, y a Mendoza como destino local.

Contamos con un staff técnico-comercial especializado y como decíamos, siempre nos mantenemos disponibles para el productor. Nuestra compañía es de «puertas abiertas». Ponemos a disposición todos los medios de comunicación para mantenernos en contacto con ellos.

Ya venimos desde hace dos años metidos de lleno en un nuevo modelo de gestión técnico-comercial, para lo que oportunamente solicitamos el asesoramiento de una importante consultora. La idea fue apuntar a un trabajo más eficiente de nuestro staff comercial y técnico, y a un PAS más autónomo que pueda autogestionarse. No obstante, siempre estamos presentes guiándolo y asistiéndolo en ese camino, dándole herramientas de autogestión. Desde el año pasado venimos trabajando fuerte en este aspecto: la autonomía del PAS, un PAS mejor preparado en materia de tecnología, con más herramientas.

Por otra parte, continuamos adelante con nuestro Programa de Capacitación anual, Intēgrity Academy -en formato virtual-, en el que brindamos capacitaciones de producto, charlas especiales a cargo de oradores de renombre sobre temas de interés para los PAS, así como también de Marketing digital, redes sociales y nuevas tendencias de comunicación, también importantes para el negocio. Este año incluso, lo iniciamos con un encuentro de «transformación digital».

Canales Digitales

Recientemente, hemos incorporado el whatsapp business, una aplicación desarrollada especialmente para empresas, disponible para iOS y Android. Con esta aplicación, los Comerciales pueden interactuar con sus productores de forma sencilla, utilizando las herramientas para automatizar, organizar y responder rápidamente los mensajes.

Hemos incorporado, también un whatsapp con nuestro grupo de PAS, al cual se unen voluntariamente a través de un link, por medio del cual reciben de manera instantánea todas las comunicaciones con información relevante de la compañía, novedades, flyers, disposiciones, reglamento del concurso, etc. Entendemos que el whatsapp se tornó una herramienta que brinda esa inmediatez que es la que todos venimos necesitando por los tiempos acelerados en los que vivimos.

A su vez, contamos con Intēgrity Net Mobile, App para PAS, en donde comenzamos con algunas funcionalidades para

que puedan realizar consultas sobre pólizas, cotizar autos y motos, y gestionar siniestros y comisiones. Tenemos previsto incorporar más funcionalidades conforme vayan surgiendo nuevas necesidades.

Con el Portal de PAS, los Productores pueden emitir todos nuestros productos, consultar su cartera de clientes, descargar certificados, renovar pólizas, generar reporte de cobranzas, descargar manuales de producto, ingresar siniestros, etc. Y, además, cuentan con una sección de notificaciones en donde reciben todas las novedades de la compañía. En este portal contamos además, con una sección de Marketing en la cual, desde el Área de Comunicación de Intēgrity se cargan todas las piezas de comunicación que se diseñan para los PAS, ajustadas a las especificidades técnicas que cada dispositivo y medio requiere. FB, Instagram, Stories, Whatsapp. Piezas animadas. Manuales de Producto. Tutoriales. Brochure institucional.

Por otro lado, todos los años realizamos encuestas en las que medimos nuestra performance en áreas de interés para nuestros

PAS y asegurados como ser la puntualidad en el pago de comisiones y siniestros, el grado de acceso de los PAS a la plana de ejecutivos de la Compañía y el grado de interés puesto por la Compañía en la capacitación a los PAS. La suma de respuestas de los encuestados que van de 'Bien' a 'Excelente', se sitúa por arriba del 92%.

5. Inflación elevada y contexto económico.

Es muy complejo para el mercado asegurador trabajar con estas tasas de inflación. A la dificultad para establecer con precisión los valores de los intereses asegurables al momento de la contratación del seguro, se le suma la imposibilidad de mantener actualizadas las sumas aseguradas. Por otro lado, las dificultades del mercado de capitales y financiero, complica la tarea de encontrar instrumentos que rindan al ritmo de la inflación y de la actualización de los pasivos judiciales. Un mix muy complejo que va a poner a prueba la seriedad y solvencia del mercado, pero que afrontamos con un optimismo basado en la tarea que realizamos y en la claridad del camino que hemos trazado hacia el futuro.

**InSur**  
Partner of Atradius

Protegemos tus cuentas por cobrar

Seguros de Crédito y Caución

www.segurosinsur.com.ar

Nº de inscripción en SSN 0780 Atención al asegurado 0800-666-8400 Organismo de control www.argentina.gob.ar/ssn

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

# El aporte de las Aseguradoras al desarrollo comercial de sus PAS

Desde la perspectiva de las compañías aseguradoras, analizamos el desarrollo comercial de los PAS y el aporte de dichas aseguradoras al mismo.

Intervinieron Osiris Trossero, Director de RRPP y Servicios al PAS en Sancor Seguros; Gastón Giachello, Gerente Comercial de Orbis Seguros; y Denis Barrios, Jefe de División de Área Comercial de Federación Patronal Seguros.

Escribe Lic. Aníbal Cejas

**C**asi el 70% de la producción de primas del mercado asegurador argentino se intermedia a través de Productores Asesores de Seguros y Brokers.

En Argentina, el canal PAS es muy potente, profesional y tiene exigencias de capacitación superiores a muchos colegas de la región.

Hoy, con una prima que no crece sostenidamente, con fuerte competencia por precios entre operadores, el desarrollo comercial es todo un desafío.

Pero no todos son iguales. Algunas organizaciones y PAS alcanzan mayor volumen y niveles de servicios. ¿Por qué? ¿Cuál es el perfil de un PAS exitoso en el área de Patrimoniales? ¿Qué rasgos específicos se necesitan? ¿Qué prácticas diferencian a un profesional exitoso del resto? Los líderes comerciales de las aseguradoras responden.

**Gastón Giachello, Gerente Comercial de Orbis Seguros**, fue el primero en tomar la palabra: «Definimos al PAS exitoso como aquel que se mantiene competitivo, interpretando los cambios de contexto y adaptándose en consecuencia. Entender que, como todo negocio, la intermediación es una actividad de maximizar márgenes entre ingresos y egresos; y emparentarse con la tecnología son los ejes fundamentales para intermediar de forma competitiva en un ambiente cada vez más desafiante».

A continuación, intervino **Osiris Trossero, Director de RRPP y Servicios al PAS del Grupo Sancor Seguros**, y al respecto dijo: «El Productor Asesor de Seguros exitoso tiene rasgos característicos: el profesionalismo, la pasión, el compromiso, la voluntad de aprender, la orientación a la mejora continua, la vocación de servicio. Ahora bien, dentro de los Seguros Patrimoniales, podemos distinguir dos líneas con claridad, dependiendo del tipo de producto al que hacemos referencia. Los más 'comoditizados', como los de hogar y automotores, hoy exigen un entorno digital, que incluya el apoyo de herramientas como cotizadores online. Por su naturaleza, se trata de productos que los clientes buscan en forma proactiva, comparan, se informan más antes de concretar la compra.

La otra línea de Patrimoniales es más técnica, requiere de un asesoramiento más minucioso y detallado. Es el caso, por ejemplo, de los seguros de riesgos técnicos.

La atención personalizada del PAS de Seguros Patrimoniales requiere en ambos casos, pero es indudable que hay productos dentro del ramo que la necesitan de manera particular, con un grado diferente de especialización y asesoramiento».

«Existen ciertas conductas y prácticas que las vemos en muchos de los productores que llevan adelante su labor de manera muy profesional», intervino **Denis Barrios, Jefe de División de Área Comercial en Federación Patronal Seguros**. Y especificó:

• «Quiénes se capacitan en los productos que la compañía ofrece: Federación Patronal Seguros participa en 21 de



los 24 ramos que se operan en el mercado y es sumamente importante estar actualizado tanto en la evolución de las exigencias y regulaciones del mercado, como en las novedades que constantemente estamos desarrollando desde nuestra compañía.

• **Productores digitalizados:** Ser digital tanto administrativa como comercialmente. En este punto nos referimos a temas que apuntan a la adopción rápida y natural de las herramientas de gestión, comunicación y ventas.

• **Realizar venta cruzada:** Fidelizar las carteras a través de la venta cruzada es una acción que mejora la rentabilidad del PAS, mejora la composición de primas creciendo en riesgos más nobles y, fundamentalmente, cuida el patrimonio de los asegurados de una manera integral.

• **Por último, hay una relación directa entre el éxito del Productor y la cercanía con sus asegurados.** Aquel que practica la escucha activa de las necesidades de éstos tiene una alta retención y un alto valor por cliente».



## Herramientas en venta cruzada

A continuación, consultamos por las herramientas que las aseguradoras ofrecen con el objetivo de ampliar la cartera de productores con venta cruzada.

**Giachello** nos contó: «Estimulamos el cross selling a través de experiencias que brinden inmediatez y simpleza. Desde nuestra web se puede contratar la **Súper Póliza**, cobertura que combina automotores, hogar y AP, presentada en un sólo débito y con hasta 20% de descuento. A ello sumamos una serie de herramientas tecnológicas de fácil implementación, a partir de las cuales el PAS puede desarrollar sus propias campañas de venta cruzada».

Por su parte, **Trossero** expuso: «La principal herramienta que brindamos a los Productores Asesores como soporte a la gestión comercial y la comunicación es **Portal PAS**. Diseñada especialmente para nuestro cuerpo de ventas, es la plataforma más completa e innovadora del mercado. Ayuda a nuestros PAS a hacer un diagnóstico de su cartera de clientes y ver su potencialidad de crecimiento, contribuyendo a que se transformen en líderes de sus respectivas zonas de actuación. Entre las principales funcionalidades de Portal PAS, se destacan:

• **Campañas de cross selling a través de e-mail marketing:** ofrece mailings pre-determinados, con la estética de la campaña de cada producto y con bases de datos de sus propios clientes pre-cargadas, según la potencialidad definida por cada negocio.

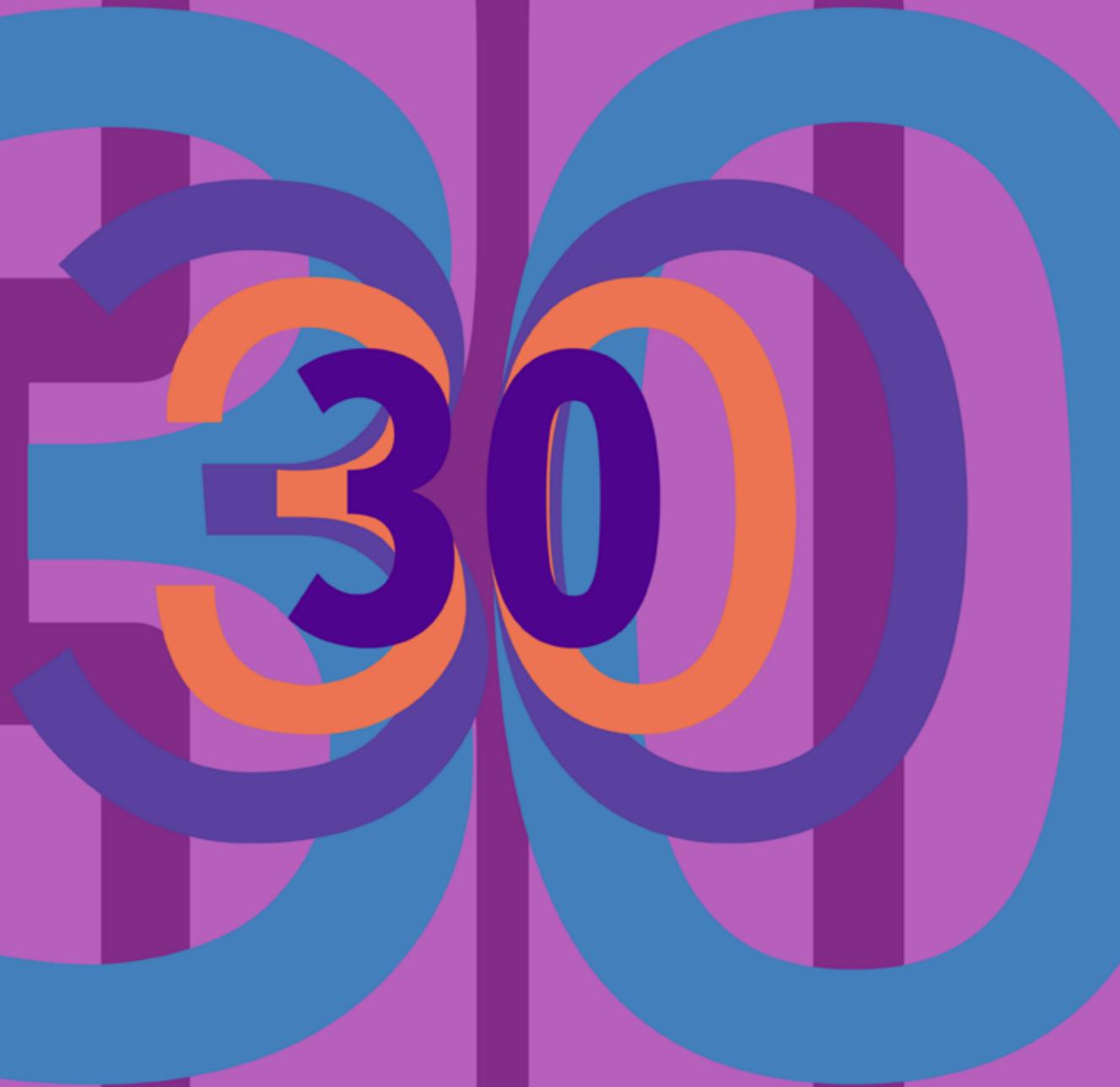
• **Análisis integral de la cartera:** a través de gráficos y tablas, pueden analizar su cartera de clientes vigentes, con información de prima pagada, producto contratado, contacto, tipo de cliente, datos de contacto.

• **Autodiagnóstico:** una herramienta para que, a través de un cuestionario, puedan ir autocalificando su organización. Al finalizar, brinda consejos sobre acciones a llevar a cabo, como paso previo a la planificación.

• **Planificación comercial:** guía para establecer objetivos, acciones y asignar presupuestos. ➔

# Informe cumple 30 años en julio

y deseamos celebrarlo con Ustedes



**informe**  
operadores de mercado

Revista Digital - Sitio Web - Newsletter

➔ • **Materiales de comunicación.**

Todo ello se complementa con el permanente apoyo comercial de nuestra empresa hacia sus aliados estratégicos», finalizó.

A su vez, **Barrios** comentó: «Todo Productor Asesor que opera con **Federación Patronal Seguros S.A.** tiene la posibilidad de traccionar venta cruzada a través de la herramienta 'Self Marketing', en nuestra plataforma de gestión online (SELF). En la misma, el Productor puede consultar qué seguros ofrecer a cada cliente según sus características individuales. Además, tienen la posibilidad de envíos de emails con ofrecimiento de los riesgos que aún no posee contratados.

Luego, poseemos un **Aula Virtual** donde pueden realizar capacitaciones técnicas en los distintos productos, como así también de cursos de habilidades blandas. Ambas opciones son fundamentales para la eficiencia de una estrategia de venta cruzada.



▲ **Gastón Giachello**, Gerente Comercial de Orbis Seguros

Por último, los Productores de Seguros de nuestra empresa se encuentran vinculados a nuestra estructura a través de las **Unidades de Negocios** que poseemos distribuidas en los distintos puntos del país. Es allí donde nuestros ejecutivos comerciales están en constante contacto con nuestra única fuerza de venta, desarrollando planes, brindando apoyo comercial, asesoramiento técnico y desarrollando planes de gestión y crecimiento de sus carteras».

**Riesgos**

En el mismo orden, profundizamos en el aspecto del **análisis de riesgos de media y alta complejidad**, y el aporte de las compañías al respecto.

«Cuando el PAS tiene la posibilidad de cotizar un riesgo de mediana o alta complejidad», explicó **Barrios**, «debe contactarse con la Unidad de Negocios con la que posee relación para que lo asesore y suscriba el riesgo en cuestión. En caso de que, por la naturaleza o envergadura de éste, se requiera de un análisis más exhaustivo, el mismo pasa al equipo de RNA (Riesgos No Automáticos) de Casa Matriz. Éste se encuentra conformado por suscriptores especialistas de cada ramo».

Por su parte, **Giachello** expresó: «Contamos con un equipo técnico preparado para previamente hacer 'pensar' al PAS en riesgos y no en pólizas o coberturas. Habitualmente, hacer lo contrario conlleva sesgar la amplitud y magnitud de un riesgo, e incluso proponer coberturas que no son las correctas para él o los riesgos en cuestión. Con esta metodología, el PAS suele identificar riesgos no asegurables y ofrecer óptimos sistemas de pólizas. Aplicar este tipo de prácticas requiere concientizar al PAS respecto a su rol de analista de riesgos y en reemplazo del 'vendedor de pólizas'».



▲ **Osiris Trossero**, Director de RRPP y Servicios al PAS del Grupo Sancor Seguros

**Propuestas de aseguramiento**

Otro punto debatido fue la **forma de comunicar las propuestas de aseguramiento**. Qué cuidados se deben tener, qué canales de comunicación usar, y otros puntos a tener en cuenta.

**Trossero** consideró: «Las propuestas de aseguramiento deben comunicarse a través de un contacto personalizado con el potencial asegurado y utilizando un canal previamente consensuado entre ambas partes (hoy está muy extendido el uso de WhatsApp). Ese trato 'de tú a tú' forma parte del ABC de nuestros Productores, quienes brindan una atención a medida de las necesidades y requerimientos de cada cliente».

« Las propuestas de aseguramiento deben comunicarse a través de un contacto personalizado con el potencial asegurado »

Seguidamente, **Barrios** narró la manera de trabajo en su compañía: «Las operaciones se emiten online a través de nuestra herramienta de gestión SELF. En caso de que sea una operación ordinaria pero que requiere de ciertas particularidades, ésta ingresa a través de nuestro 'Portal de contacto' y, si se tratase de un riesgo que se encuadra en lo mencionado anteriormente, se deriva al Oficial de Cuentas para que éste inicie el mencionado circuito».



▲ **Denis Barrios**, Jefe de División Área Comercial de Federación Patronal Seguros

**Giachello**, por su parte, remarcó la coherencia con los productos y prácticas de mercado, y agregó: «Solemos ser prácticos y simples en la confección de los productos y, por consiguiente, en la forma de comunicarlos. La experiencia debe ser congruente desde que se cotiza una cobertura hasta que eventualmente se gestiona el pago de una indemnización. Ser complejos en este aspecto lleva a errores de interpretación, una segura frustración del PAS y la pérdida de su cliente».

**Publicidad**

Para concluir nuestro informe, indagamos en las **estrategias de marketing que usan los PAS al momento de publicitar sus coberturas**, y la contribución de las aseguradoras en dicha tarea.

**Giachello** abrió la ronda, y al respecto dijo: «Sabemos de la fuerte relación que suele existir entre el PAS y su clientela, y lo importante que es transmitir de forma clara y precisa los atributos diferenciales de **Orbis** para con ellos. El 'boca a boca' es el medio más utilizado por los PAS para vender la compañía; es por ello que nos esforzamos en comunicar claramente cuál es nuestro negocio y cuáles son los diferenciales por los que se destaca **Orbis**. De hecho, nuestros esfuerzos de marketing se enfocan en ser coherentes en la transmisión de dichas definiciones».

«Cada Productor de Seguros maneja distintas estrategias», intervino **Barrios**. «En nuestro universo de más de 11 mil productores, tenemos en un extremo aquellos que continúan fuertemente

presentes en los canales de relacionamiento tradicional y, en el otro extremo, aquellos que son 100% digitales y que no salen de los canales digitales/remotos. En el medio, la gran mayoría de los Productores Asesores se posicionan en un modelo híbrido donde el descubrimiento y la consideración son online y masivos, para que luego la concreción de venta sea uno a uno».

«Desde la compañía -prosiguió- incentivamos a que, cada uno en su modelo, se posicione como Asesor en aquellas coberturas en las que son especialistas y en aquellos servicios en los que presentan diferencias.

En **Federación Patronal** realizamos la inversión y los esfuerzos de posicionamiento de marca y de productos en los niveles más altos del embudo de venta, y luego aportamos herramientas y contenido específico para que cada Productor maximice sus esfuerzos con la mínima inversión posible. Todos tienen disponible en SELF nuestro contenido; además, la estructura mencionada de Ejecutivos Comerciales nos permite

desarrollar planes personalizados para contribuir con las necesidades específicas de nuestros Productores Asesores».

**Trossero** cerró el tema diciendo: «Como comenté anteriormente, una de las funcionalidades de **Portal PAS** es la de aportar materiales de comunicación. Desde esta sección, los Productores Asesores pueden descargar logos de las empresas del **Grupo Sancor Seguros**, imágenes, videos y spots radiales de los distintos productos y campañas institucionales vigentes, garantizando así una comunicación unificada y actualizada.

A cada uno de estos paquetes de recursos lo denominamos 'kit de comunicación'. Es, en esencia, un servicio 'llave en mano', con piezas listas para ser utilizadas en redes sociales y para que los PAS puedan distribuir entre sus clientes a través de WhatsApp o el canal que cada uno utilice, en línea con las tendencias actuales de comunicación. Ya que nuestro cuerpo de ventas es muy federal y con distintas realidades, sugerimos la utilización de estos materiales, pero siempre respetando las políticas comerciales de cada PAS».

# Soluciones tecnológicas para las Compañías de Seguros



Las compañías de seguros siguen invirtiendo fuertemente en generar un ecosistema que ponga al cliente en el centro, mejorar sus procesos y agionarse tecnológicamente. Para lograrlo, las aseguradoras deben brindar herramientas nuevas y delegar funciones en los productores asesores. En diálogo con Informe, Gustavo Rothberg, Gerente de Desarrollo de Negocios de SISTRAN, nos cuenta cómo interactúa actualmente el mercado de seguros con la necesidad de desarrollo tecnológico, y explica en qué consisten los dos productos que comercializa la empresa, el CORE llamado SISE, y un nuevo soft de desarrollo de portales, iConnectance.

Pero esos sistemas que se fueron implementando no pueden quedarse estancados, sino que necesitan ser monitoreados y actualizados con el fin de optimizar la experiencia del cliente.

La adopción de herramientas tecnológicas por parte de las aseguradoras procura brindar un mejor servicio, haciendo los procesos menos engorrosos, proveyendo de agilidad y comodidad al cliente, agilizando los tiempos de respuesta, en definitiva brindando una mejor calidad de servicio, que genere en el asegurado o productor una experiencia positiva.

En esta oportunidad, y con el fin de conocer en profundidad cómo interactúa actualmente el mercado de seguros con la necesidad de desarrollo tecnológico, hemos entrevistado a Gustavo Rothberg, Gerente de Desarrollo de Negocios de SISTRAN, empresa que cuenta con 45 años de experiencia brindando soluciones tecnológicas para el rubro asegurador.



Escribe Dra. Gabriela Álvarez

La llegada de la pandemia ha agilizado la transformación digital que ya se venía dando de forma transversal en todos los ámbitos de la sociedad y las empresas, pero repentinamente nos vimos en la necesidad de implementar nuevas formas de llevar a cabo la labor cotidiana cuando la presencialidad ya no fue posible.

Por ello, la mayoría de las empresas debieron adecuar sus sistemas tecnológicos a la necesidad de que cada empleado pudiera desarrollar su trabajo cotidiano desde un lugar remoto y a que los terceros, asegurados, productores asesores de seguros, inspectores y proveedores de la compañía pudieran interactuar con ésta, tal como lo hacían antes del aislamiento pero en forma remota.

Las soluciones tecnológicas llegaron repentinamente y debieron adaptar los sistemas de las empresas en tiempo récord, pero ahora ya llegaron para quedarse. Gracias a ellos pudimos descubrir una dinámica diferente de trabajo, una forma ágil, rápida y disponible en cualquier momento para realizar las acciones que necesitamos.

- Luego de haber atravesado la era que marcó la parte más dura de la pandemia, ¿qué cambios notamos de la misma?

- Afortunadamente, la pandemia nos encontró trabajando a distancia de manera habitual con nuestros clientes. La gran mayoría tienen contratado nuestro servicio de soporte y mantenimiento y desde hace muchos años lo damos principalmente de manera virtual.

**Sí fue todo un desafío implementar nuevos clientes a distancia.** Un par de proyectos que iniciaron de forma presencial tuvimos que adaptarlos para que fueran virtuales. Nuestros clientes y nuestros técnicos trabajaron de una manera muy profesional y colaborativa. Esto posibilitó que ambos proyectos se pudieran implementar exitosamente y hoy las compañías están operativas con SISE.

**Los proyectos que estamos implementando en este momento son todos de manera virtual,** inclusive aquellos en los que el cliente tiene sus oficinas en CABA.

- Desde su experiencia, ¿cómo ven actualmente la industria del seguro?

- Las compañías de seguros siguen invirtiendo fuertemente en generar un ecosistema que ponga al cliente en el centro, mejorar sus procesos y agionarse tecnológicamente.

Algunas compañías están trabajando en el recambio de su CORE y otras en su mejora u optimización.

La prioridad la tiene todo lo que tenga que ver con desarrollo de apps, portales, ciberseguridad, detección de fraudes e IA.

Las herramientas de *front end* son foco de optimización constante. Las tecnologías no paran de actualizarse y las necesidades son cada vez más exigentes y variables.

Muchos sistemas CORE con tecnologías antiguas interactúan a través de servicios. **Lo óptimo es tener un CORE moderno, con funcionalidades acordes a las exigencias de hoy en día,** con generadores de productos, motor de

reglas, workflow, procesamiento masivo optimizado, micro-servicios e IA como algunos de los aspectos a resaltar.

- La era digital ha provocado un profundo cambio en los consumidores de seguros. ¿cuáles serían a su criterio los principales?

- Las actividades presenciales han disminuido mucho. Antes de la pandemia, si teníamos un siniestro, había que ir hasta la compañía en la que tenemos asegurado nuestro auto o a la compañía del otro involucrado.

Hoy, mucha gente está priorizando quedarse a trabajar en sus casas y no desplazarse hacia las concentraciones urbanas.

**El cambio es que hoy somos «más digitales» y haciéndolo eco de esta demanda, las compañías tienen la necesidad de trabajar con apps, portales, y tener omnicanalidad.**

- ¿Qué cambios notan en los últimos tiempos en cuanto a la forma de vender y comercializar productos y servicios?

- Se ha dinamizado muchísimo la venta a través de canales digitales.

Las compañías, que no tenían esa modalidad de venta, han tenido que adaptarse a la realidad pospandemia. Y las que ya estaban ofreciendo ventas a través de canales digitales tienen que modernizar sus apps y portales.

- Al momento de realizar el relevamiento de una empresa de seguros, ¿cuáles aparecen como las necesidades principales del mercado?

- Nuestros especialistas relevan todas las necesidades que tienen las compañías de seguros y, entre las principales necesidades, **observamos las funcionales.**

Principalmente en cuestiones de negocio muy propias de cada compañía, en temas de productos, cobranzas, reaseguros, siniestros, reportes, workflow.

A nivel de integración, vemos mucho de interfaces y/o servicios con portales, bancos y soluciones de la industria asociadas a video peritación, pasarelas de pago, detección de fraudes. **También nos piden integraciones con software de «pago por uso» o «pago como conduzco», firma electrónica de documentos, Workflow, CRMs y sistemas contables corporativos.**

**SISE tiene su funcionalidad distribuida en dos capas. Una «capa CORE» y otra «capa Compañía».** La «capa CORE» concentra la funcionalidad común a todas las compañías y en la «capa Compañía» se van sumando aquellas funcionalidades y particularidades muy propias de cada cliente.

- ¿Qué beneficios trae aparejado para las empresas el uso de las herramientas digitales?

- El cliente en el centro es el objetivo que tienen las compañías para mejorar la atención a sus clientes y captar nuevos. Para lograr esto, las compañías deben brindar herramientas nuevas y delegar funciones en los productores/agentes.

Nuevas herramientas como asistentes virtuales para contratar un nuevo seguro o denunciar un siniestro, ofrecer auto inspecciones a través de los celulares de los clientes, etc.

En cuanto a delegar funciones en productores/agentes, lo clásico es tener portales básicamente con consultas y algún cotizador. **Hoy se impone que desde los portales se puedan tramitar endosos, renovaciones, anulaciones, etc.**

- ¿Cómo ven el futuro del mercado asegurador en cuanto a la utilización de estas herramientas?

- La adopción de estas herramientas es un camino de ida. **Tarde o temprano todas las compañías deberán tener funcionalidades delegadas.** Las que no lo hagan, tendrán dificultades para capturar nuevos clientes y retener los existentes. Además, la delegación de funcionalidades hace más eficiente el trabajo interno de la compañía, pudiendo crecer conteniendo el aumento de la masa salarial. Más eficiencia se traduce en más crecimiento de la cartera, con los mismos funcionarios.

- ¿Qué tipo de soluciones brindan desde la empresa para las compañías de seguros?

- En SISTRAN venimos trabajando desde hace bastante tiempo en los temas referidos al CORE y hemos abierto una **Unidad de Negocio** con una impronta de insurtech para trabajar sobre omnicanalidad e IA. Los 2 productos que comercializamos son el CORE, llamado SISE, y un nuevo soft de desarrollo de portales, iConnectance.

Hacemos un esfuerzo de inversión importante para que nuestros clientes tengan los aplicativos, soluciones y servicios actualizados, desde un punto de vista tecnológico y funcional. Tenemos en cuenta que los procesos de las compañías cambian, se adaptan a nuevas necesidades comerciales y del mercado, con lo cual, nuestro objetivo es satisfacer sus necesidades y acompañarlos a crecer.

El proceso de crecimiento de nuestros aplicativos es continuo. En SISE estamos trabajando en más parametrización, gestión documental, gestión de morosos (administración, envío de cartas, envío de links de pago, etc.).

En el caso de iConnectance estamos trabajando en incrementar las funcionalidades de los portales, reconocimiento facial, reconocimiento de documentos, etc.

- ¿Cómo pueden ayudar estas herramientas a la prevención en el rubro asegurador?

- Nuestros productos están orientados el *front end* y al CORE. Tenemos, dentro de SISE, funcionalidad de control básico de lista negras y personas políticamente expuestas. Para prevención avanzada tenemos un acuerdo de comercialización con FRISS que se integra a SISE, de manera natural gracias a la tecnología de ambos productos. 📍



## Suscripción del riesgo de criptoactivos



**El mercado de criptoactivos está creciendo rápidamente** Los criptoactivos son activos digitales de emisión privada asegurados con criptografía. Pueden tomar la forma de criptomonedas, que desempeñan el papel de moneda. **También pueden ser tokens, que son representantes digitales de intereses o derechos para (acceder) a ciertos activos, productos o servicios.** Por ejemplo, los tokens de inversión brindan a los titulares derechos de propiedad o derechos similares a los dividendos. Los tokens de inversión también pueden otorgar derechos sobre activos virtuales, como *tokens no fungibles (NFT)*, y sobre activos físicos, como coleccionables y bienes inmuebles. Desde una perspectiva de inversión, **los criptoactivos se han mencionado como una posible cobertura contra la inflación o activos alternativos no correlacionados.** En particular, las reaseguradoras aún no han realizado inversiones significativas en el sector debido a la alta volatilidad de los activos y otras incertidumbres.

### Pérdidas por coberturas existentes

**El robo de criptoactivos es una preocupación creciente.** Según se informa, los piratas informáticos se llevaron varios miles de millones de dólares en activos virtuales en 2021. **Una pregunta abierta para las aseguradoras a este respecto es si ciertos activos criptográficos están cubiertos explícitamente por las pólizas cibernéticas o de propiedad existentes.**

Recientemente, los criptoactivos también han sido un tema polémico en los tribunales, ya que pueden usarse para ocultar fondos a las autoridades. Por ejemplo, dividir los activos de Bitcoin de una familia se ha convertido en una importante fuente de controversia en los casos de divorcio. Hay una industria creciente de investigadores forenses que cobran grandes sumas para rastrear el movimiento de criptomonedas como Bitcoin y Ether desde intercambios en línea hasta billeteras digitales, para investigar si un cónyuge ha declarado correctamente la cantidad de activos criptográficos que posee. De manera similar, los directores y funcionarios pueden ocultar fondos invirtiéndolos en criptoactivos. Esto puede aumentar los costos judiciales para líneas personales y coberturas D&O.

### ¿Nuevos pools de riesgo para las aseguradoras?

Con el rápido crecimiento del sector de los criptoactivos, la cuestión de la asegurabilidad de dichos activos con nuevas coberturas se vuelve más relevante. **Los activos digitales, incluidas las obras de arte digitales en forma de tokens no fungibles (NFT), no se pueden asegurar contra riesgos físicos.** Sin embargo, las aseguradoras podrían considerar proporcionar cobertura para la clave privada que garantiza el acceso a la NFT. En el caso del almacenamiento físico fuera de línea de tales claves de acceso, la llamada «billetera fría», las aseguradoras también podrían ofrecer cobertura por pérdida o daño de la billetera. Del mismo modo, las cuentas en línea en los intercambios de cifrado son vulnerables a la piratería. Aquí, las aseguradoras podrían proporcionar cobertura cibernética, ya sea para la entidad operativa de un intercambio o para las personas que comercian en él. Un desarrollo relativamente nuevo es la **tokenización** de activos materiales, desde coleccionables hasta bienes raíces. Si la tokenización de coleccionables, como obras de arte u otros artículos de lujo, cobra fuerza, será necesario almacenar y mantener un número cada vez mayor de coleccionables en ubicaciones físicas dedicadas. Las instalaciones de almacenamiento necesitarán cobertura de seguro y podrían enfrentar un riesgo de acumulación ya que muchos activos valiosos pueden almacenarse en el mismo lugar. En todos los casos, la falta de datos históricos y la naturaleza dinámica del espacio de los criptoactivos dificultan el diseño y la fijación de precios de las respectivas coberturas de seguros. Además, un desafío importante para las aseguradoras en este espacio es la volatilidad de los precios de dichos activos, así como los desafíos de verificar una pérdida como un robo. Debido al alto consumo de energía y los recursos necesarios para la infraestructura del servidor, las aseguradoras pueden mostrarse reacias a brindar cobertura a menos que se mejoren las emisiones. Del mismo modo, las aseguradoras deberían poder distanciarse claramente de las actividades ilegales asociadas con los criptoactivos.

### La certeza regulatoria puede cambiar la aguja

**Quedan grandes incertidumbres en torno a la regulación de los criptoactivos.** A muchas instituciones financieras les preocupa involucrarse directamente en la prestación de servicios como seguros para el segmento de criptoactivos debido a los riesgos regulatorios percibidos. La fluidez y la «invisibilidad» de la propiedad final dificultan garantizar el cumplimiento de regulaciones como la lucha contra el lavado de dinero (incluidos los requisitos de «conozca a su cliente»), las sanciones comerciales y económicas internacionales y las leyes sobre «productos del delito» que continuarían aplicar a la contraparte de la institución financiera.

Los reguladores continúan investigando formas de llenar los vacíos. **Algunos países prohíben el comercio de ciertos criptoactivos, lo que frenará el desarrollo del mercado.** Una regulación menos restrictiva pero clara y, por lo tanto, la certeza aceleraría el crecimiento del sector y abriría nuevas oportunidades para las aseguradoras que consideren invertir o proporcionar coberturas de seguros para criptoactivos. 📍

Fuente: Swiss Re – Sonar 2022. Nuevos conocimientos sobre riesgos emergentes.

## Mara Bettiol fue reelecta Presidente de la UART

Las compañías que integran la **UART, Unión de Asegurados de Riesgos del Trabajo, han reelecto por unanimidad a la Lic. Mara Bettiol para presidir la entidad durante el próximo ejercicio.**



Los objetivos que se plantea la entidad para este nuevo ciclo apuntan a **disminuir la litigiosidad, recuperar los costos ocasionados por la cobertura de Covid, encontrar un sano equilibrio entre el servicio y su financiamiento**, a la vez que **continuar trabajando en la disminución de la siniestralidad y brindando servicios de calidad a sus clientes.** Para ello, **se breará por la constitución de los Cuerpos Médicos Forenses**, tal como determinó la Ley 27348/17. Su creación, ya con 5 años de demora, depende de la Justicia de cada una de las provincias adheridas a la Ley y de la Corte Suprema de Justicia de la Nación para CABA. En cuanto al recupero de los gastos incurridos por la cobertura de Covid, **se buscará un mecanismo de refondeo del Fondo de Enfermedades Profesionales en base a un fideicomiso.** Encontrar el sano equilibrio entre servicio y su financiamiento adecuado demanda resolver el problema de la infratratificación crónica. **El sistema de Riesgos del Trabajo llega a su 26° aniversario superando por primera vez los 10 millones de trabajadores cubiertos.** «Zanjadas estas cuestiones, podremos encarar el crecimiento del sistema incluyendo nuevos colectivos en la cobertura» – afirma **Bettiol**.

Acompañarán a **Mara Bettiol** en su gestión **Mauricio Miretti** (Prevencción ART) como Vicepresidente; **Roy Humphreys** (Experta ART) en el cargo de Secretario y **Diego Sobrini** (Galeno ART) será Tesorero. Las vocalías estarán ejercidas por **Mariela Ricciuti** (Provincia Art), **Diego Alvarez** (Asociart ART), **Daniel Arias** (Swiss Medical ART), **Guillermo Meneguzzi** (La Segunda ART), **Leandro Anzoátegui** (Federación Patronal Seguros) y **Daniel Pivetti** (Omint). Serán vocales suplentes: **Tomás Proske** (IAPSER), **Mariano Armengou** (Berkley), **Nicolás Martínez** (Horizonte) y **Marcelo Coletti** (La Holando).

## Allianz lanzó su campaña de Agro 2022-2023



Con **Allianz Argentina**, líder global en seguros y servicios financieros, **presentó su campaña de Agro 2023** junto a sus principales productores del ramo en el hotel Sofitel La Reserva Cardales.

**Carolina Otero, CEO de la compañía**, hizo la apertura de la reunión y dio la bienvenida a los invitados. Luego, realizó una exposición del sector el **Lic. Gustavo López, presidente de Agritrend.**

**Andrés Laurlund, Gerente de Agro de Allianz**, dio detalles sobre los resultados de la campaña pasada y también detalló los próximos desafíos, focalizando sobre las expectativas, visión, condiciones y novedades de la compañía.

**Con más de 2 millones de hectáreas aseguradas, 3.900 millones de pesos de prima y un buen índice de siniestralidad, Allianz se posiciona como la tercera compañía aseguradora del mercado en el ramo.** Los cultivos más asegurados son soja, maíz, girasol y trigo, en las zonas de Córdoba, Buenos Aires, La Pampa, Entre Ríos y Santa Fe.

«El agro fue uno de los pocos sectores que no se vio afectado por la pandemia. Se volvió un mercado atractivo, sumando varios actores al segmento. En la campaña finalizada, las primas se mantuvieron estables y los resultados por las características del año climático fueron muy buenos. **El mercado emitió primas por 290 millones de dólares en una superficie asegurada de 17 millones de hectáreas y 30 compañías operando el ramo**», comentó **Laurlund**.

Con una expectativa de buenos precios en los *commodities*, un clima con tendencia frío a neutro y lluvias promedio, **Allianz** espera una superficie de cosecha fina sin cambios, pero un aumento de la siembra de cebada en relación al trigo. La soja y el maíz continuarán siendo cultivos preponderantes.

El foco comercial de la nueva temporada continuará puesto en las coberturas de granizo tradicional, con adicionales de heladas, vientos fuertes y resiembra. Siempre apoyando sus canales de venta con productos y calidad de servicio, ya que **la compañía transita 16 campañas de experiencia con el sector agrícola.**

La **campaña 2022-2023** tendrá variaciones de sumas aseguradas debido al valor de los granos, mientras que el aumento del valor de los insumos influirá en la tecnología aplicada por los productores y los cultivos seleccionados.

«La tendencia es hacia un mayor número de operadores en el mercado y una necesidad de capacidad de reaseguro aumentada por mayores sumas aseguradas. También hay un incremento del aseguramiento, o sea que el mercado crecerá en primas y en superficie asegurada. Nuestra marca es un activo muy importante, así como su solvencia, lo que nos posiciona como un muy buen operador para proteger los activos de nuestros clientes», concluyó el especialista.

## Seguro de Retiro en dólares de La Segunda: una alternativa de ahorro e inversión



Es un instrumento de mediano plazo que **brinda la posibilidad de ahorrar en dólares al tipo de cambio oficial.**

Encarar proyectos en un contexto de alta inflación e inestabilidad económica siempre es un desafío. Pensar en nuevas formas de proteger y multiplicar los ahorros es la mejor alternativa.

En esa línea, **La Segunda Seguros presentó su Seguro de Retiro en dólares**, un producto que tradicionalmente se asoció con lo previsional -contar con un extra durante la jubilación- pero que también es **una muy buena herramienta para ahorro en el mediano plazo:** para el depósito inicial de un **inmueble**, la compra de un **automóvil**, un **viaje o financiar estudios.**

## Mediano plazo

**Andrés Moll, Jefe de Vida y Retiro del Grupo Asegurador La Segunda**, destacó que en tiempos de incertidumbre la compañía está brindando **«una alternativa de ahorro y estabilidad muy apreciada».**

«Generar un ahorro vinculado al valor del dólar permite brindar consistencia y un marco de referencia, además de **garantizar una rentabilidad acorde.** Queremos mostrar que el seguro individual de retiro en dólares es una alternativa de inversión y ahorro de mediano y no solo de largo plazo, de cara a la concreción de los proyectos preciosos de nuestros asegurados», detalló **Moll**.

«En este sentido hay muchas variantes, por ejemplo, recibimos consultas sobre lo que llamamos **continuidad de estudios**, que implica el ahorro para los estudios universitarios o posteriores, **la posibilidad de ahorrar en dólares adquiriendo los mismos al tipo de cambio oficial es un gran incentivo**», agregó.

El **Jefe de Vida y Retiro del Grupo Asegurador La Segunda** también subrayó que hoy la tecnología acerca las partes y vuelve más accesible, tangible, el destino de la inversión. «A través de **nuestra aplicación** el asegurado puede consultar los movimientos y los **saldos acumulados desde el celular, así como verificar cualquier aspecto de su seguro**», señaló.

## Rentabilidad y flexibilidad

A diferencia de lo que ocurre en otras metodologías de ahorro, el **Seguro de Retiro individual en dólares** ofrece algunas características interesantes. Por ejemplo, **la rentabilidad de los fondos se encuentra garantizada.** Esto significa que **hay una rentabilidad mínima asegurada del 2% anual en dólares.** No sólo no es posible 'perder' como en otras inversiones, sino que además, **se garantiza una tasa positiva en dólares.**

Además, la compañía transfiere una porción de las rentabilidades que obtenga en exceso del mínimo garantizado. A modo de ejemplo, en los últimos 4 meses **La Segunda Retiro** obtuvo una **rentabilidad superior al 2% anual en dólares.**

El **Jefe de Vida y Retiro del Grupo Asegurador La Segunda** precisó que **todos los pagos relacionados con el seguro se hacen en pesos**, utilizando para la conversión el tipo de cambio oficial.

Otra de las características es que **el seguro posee la máxima flexibilidad.** El asegurado puede decidir, **modificar sus aportes**, bajarlos, o incluso suspenderlos por un tiempo. Además, **los fondos acumulados son de libre disponibilidad**, lo que le permite acceder a ellos de forma total o parcial con un costo mínimo.

## Cerca de los clientes

«Los elementos que nos distinguen como empresa, y como producto, son la **solidez económica**, el estar cerca de nuestros clientes atendiendo a sus necesidades, un equipo de inversiones extremadamente profesional y una **ética de trabajo** puesta al servicio de los asegurados», señaló **Moll** y agregó que cuando se suman los beneficios impositivos el producto se vuelve aún más atractivo.

Además, el referente del área de **La Segunda** resaltó **el rol de los productores asesores y el vínculo con los asegurados.** «Estamos enfocando nuestra actividad en un apoyo concreto a nuestros productores, de cara a una mayor agilidad en la gestión de estos productos. Simplificando la autogestión del productor y sin dejar de lado el acompañamiento personalizado», detalló **Moll** al tiempo que hizo foco en el slogan presente en la campaña de Seguro de Retiro: **«Transformá lo que tenés en lo que querés».**

Más información:

<https://www.lasegunda.com.ar/seguro-retiro/integral>.

## Fundación Grupo Sancor Seguros realizó el Encuentro Regional de Cooperativas Escolares en Sunchales

El sábado 2 de julio se conmemoró el **100° Día Internacional de las Cooperativas** y el **28° Día Nacional del Cooperativismo**, en este sentido, desde **Fundación Grupo Sancor Seguros** junto con **Casa Cooperativa de Provisión Sunchales Ltda.** y la **Federación de Cooperativas Escolares de Sunchales (Fe.Coop.E.S.)**, se llevaron a cabo **distintas actividades en Sunchales, Capital Nacional del Cooperativismo.**

Con la especial visita del **Dr. Ariel Guarco, presidente de la Alianza Cooperativa Internacional (ACI)**, máximo organismo representativo de las cooperativas a nivel mundial, se desarrolló el **Encuentro Regional de Cooperativas Escolares** que nucleó a niños y jóvenes de la ciudad y zona de influencia, en una jornada con talleres didácticos y pedagógicos donde se abordó la educación cooperativa desde la experiencia y la creatividad. La dinámica fue coordinada por la **Lic. Silvana Bedino** y su equipo de intervención quienes abordaron la temática desde una mirada prospectiva hasta lograr la conexión grupal y cooperativa. Los talleres dictados fueron **«Conectados construimos un mundo mejor»**, a cargo de la **Lic. Silvana Bedino**; **«Inyectando cooperatividad»**, a cargo de la **Arq. Raquel Racaro**; y **«La comunicación que debe transparentar lo que somos»**, a cargo de la **Lic. María Laura Marchetti**. Como cierre, hicieron una puesta en común trabajando con los **Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU.**

Participaron 150 alumnos, docentes guías, directivos y autoridades invitadas especialmente; las palabras de inicio de la jornada estuvieron a cargo del **presidente de la ACI, Dr. Ariel Guarco**; y del **presidente de Fundación Grupo Sancor Seguros y de Casa Cooperativa, Sr. Raúl Colombetti**; quienes estuvieron acompañados por los Sres. **Alfredo Panella y Alejandro Simón, presidente y CEO del Grupo Sancor Seguros**, respectivamente; el **gerente de Fundación, Sr. Javier Di Biase**; el **Intendente, Dr. Gonzalo Toselli**, y demás funcionarios municipales; la **presidenta del Concejo local, Sra. Andrea Ochat** y el resto de los ediles; periodistas y cooperativistas de la localidad.

Es importante mencionar que, en el marco de la visita internacional, haciendo propicia su estadía en Sunchales el Dr. Guarco recorrió las instalaciones del **Instituto Cooperativo de Enseñanza Superior (ICES)**, siendo recibido por los directores de los niveles Secundario, Superior y Universitario; presentó una exposición de alumnos cooperativistas miembros de la **Cooperativa Escolar «Experiencia Joven Ltda.»** del mismo colegio secundario ICES; como también fue participe de una presentación expuesta por integrantes de la **Fe.Coop.E.S.**, quienes le compartieron las actividades y proyectos que realizan de forma cotidiana. De igual manera, alumnos del **Ce.Ju.Coop. (Centro Juvenil de Cooperación)**, que está formado por estudiantes de los niveles superiores del mencionado Instituto Cooperativo, le brindaron una exposición sobre el trabajo de investigación **«Sunchales, Capital Nacional del Cooperativismo: historia, vinculaciones e influencias».** Finalmente, visitó el recientemente inaugurado **Espacio de Diálogo Interreligioso (EDI)**, para poder conocerlo.

Como todos los primeros sábados de julio de cada año, Sunchales se colma de actividades que reflejan la vida diaria que esta localidad tiene en relación al desarrollo del cooperativismo en todas sus instituciones, impactando, claramente, en toda la ciudadanía. En esta dirección, desde **Fundación Grupo Sancor Seguros** «**propiciamos la consolidación de la educación cooperativa en toda la comunidad y zona de influencia.**»

## Seguro de Caución 2021-2022: Crisis de crecimiento o crecimiento con crisis

✉ **Escribe Mariano Nimo, Gerente General de Afianzadora**



Acaba de finalizar el mes de junio, dando cifras finales al contradictorio ejercicio 2021-2022. **Con un primaje que superará holgadamente los \$20.000 millones de pesos argentinos, el nicho de seguros de caución sigue creciendo por encima de la industria de seguros en general,** y seguramente algunos puntos arriba de la recalentada inflación estimada en un 63%. La economía del primer trimestre 2022 arrancó con fuerza, con un +6% y con 12 de los 16 sectores industriales con producciones por encima del 2019, en el principio del fin del gobierno anterior.

**El segundo trimestre del 2022 continúa la tendencia, pero de manera ralentizada**, con algunas alarmas vinculadas al frente fiscal, monetario y de reservas que comienzan a impactar de lleno en la actividad económica. **Se estima que la materia prima del comienzo del ejercicio 2022-2023 ajustará más por precio (inflación + devaluación) que por actividad**, generando un contexto donde los balances del sector seguirán siendo golpeados por los índices inflacionarios de rigor. **Todo indicaría que el inevitable ajuste se hará a través de la licuación de gastos por inflación**, provocando un impacto social fuerte principalmente en las clases medias y bajas. Se inicia un nuevo ejercicio que estrena ministra de economía, donde el seguro de caución seguirá satisfaciendo, con sus coberturas, el innegable defecto crónico argentino: el sobredimensionado gasto público.

**#CulturaAfianzadora**

Fuente: Afianzadora – Seguros de Caución

<http://www.afianzadora.com.ar/>

## Hawk Group realizó el curso PCC para Productores Asesores de Seguros



El broker de seguros argentino con proyección internacional anunció que nuevamente se realizó con éxito el **Programa de Capacitación Continuada** que los Productores Asesores deben cumplir de manera obligatoria para la Superintendencia de Seguros de la Nación. El temario estuvo enfocado en **«Seguros para Pymes».**

**Hawk Group**, el broker de seguros con amplia trayectoria en el mercado asegurador, **anunció que se realizó con éxito el Programa de Capacitación Continuada (PCC) 2022.** El mismo se llevó a cabo el pasado 30 de junio y **participaron más de 60 Productores Asesores de Seguros.** Es la tercera oportunidad en la que **Hawk Group** brinda el PCC para que tanto sus Productores Asesores de Seguros como los que no trabajan con el broker puedan cumplir con las horas obligatorias de capacitación que dispone la Superintendencia de Seguros de la Nación (SSN). En esta ocasión, el tema del curso fue **«Seguros para Pymes»**, realizado de la mano de **AMPAS (Asociación Marplatense de Productos Asesores de Seguros)**, y estuvo a cargo de la **PAS Laura Eguren.**

«Fue un encuentro muy enriquecedor para todos, ya que se conversó acerca de los diferentes seguros para pymes y grandes empresas. Se generó un debate muy alentador entre los PAS respecto de la importancia del rol de cada uno en materia de asesoramiento. También nos referimos a cómo el análisis de riesgo, para prever y conocer de la manera más certera posible la exposición y frecuencia de los diferentes riesgos, puede ayudar a mermar la siniestralidad», comentó **Sebastián Larrea, CEO de Hawk Group.**

«Somos el único broker que realiza esta capacitación en forma independiente a una compañía de seguros y cada vez son más los Productores Asesores de Seguros que se suman a esta actividad. El PCC es un requerimiento obligatorio de la SSN para mantener anualmente la matrícula habilitada para ejercer, por lo cual en **Hawk Group** consideramos que es un importante rol que debemos y queremos cumplir hacia el ecosistema asegurador de la Argentina», señaló **Sebastián Larrea.** «Trabajamos día a día para ofrecer a nuestros Productores Asesores productos y opciones para la contratación de seguros que responden a la evolución tecnológica que vive el sector, de manera que puedan ofrecer a sus asegurados un servicio ágil y acorde a sus nuevas necesidades, tanto de Argentina como de otros territorios», destacó.

La gran variedad de productos y servicios para personas y empresas de **Hawk Group** incluye Seguros Patrimoniales, ART y Seguros de Vida, complementados con Asistencias Prestacionales, brindando una solución integral al consumidor. En lo que refiere al canal de Productores, el grupo cuenta con una propuesta de valor para potenciar el crecimiento del canal de venta, a través de excelentes condiciones comerciales y de una activa gestión con las principales aseguradoras del mercado, como **Sancor Seguros, San Cristóbal, Mercantil Andina, Mapfe, Asociart, Prevencción ART, Galeno, SMG, SURA y Zurich,** entre otras.

## Integrity Champions Mendoza 2022

✉ **Mendoza** fue el destino elegido, como destino nacional, para premiar a los PAS por su producción, en el marco del principal incentivo del programa de la Compañía: el concurso **Integrity Champions. Integrity Seguros premió a los productores asesores de seguros, ganadores del Concurso 2021, con un espectacular viaje a Mendoza.** En esta oportunidad viajaron 18 PAS que fueron acompañados por **David Rey Goitia, Presidente de la compañía** y **Claudio Bragnolo, Director Comercial.**



Desde el lunes 20 al miércoles 22 de junio se alojaron en el **Hotel Sheraton Mendoza.** Entre sus actividades estuvieron, la degustación de vinos y la realización de *tours gourmet* en diferentes bodegas; *blending game* en **Bodega Lagarde**, degustación de vinos en **Bodega VistaIba** y en **bodega Nieto Senetiner.** Por otra parte, gozaron de una exquisita cena en **Casa del Enemigo.** También experimentaron una travesía 4x4 por la cordillera mendocina que finalizó con un asado criollo.

«Mendoza es un destino increíble para compartir con nuestros productores y asociados del negocio. Estos viajes que desarrollamos desde nuestro programa de incentivos, son clave para afianzar y consolidar cada vez más el vínculo entre la compañía y ellos. Estamos muy contentos y orgullosos de este gran equipo que hemos formado», sostuvo **David Rey Goitia, Presidente de Integrity Seguros.**

**Integrity Champions** es el beneficio más importante del Programa de incentivos que **Integrity Seguros** le ofrece a sus Productores. Con este concurso viajan alrededor de 50 PAS todos los años, a dos tipos de viajes: uno local y otro internacional. Los mismos buscan premiar a los **Asesores de Seguros por el logro de sus objetivos comerciales a lo largo de todo un año de trabajo.**

## Licencias de conducir y scoring; todo lo que hay que saber sobre esta nueva medida que rige a nivel nacional



El equipo de **La Perseverancia Seguros** explica en **qué consiste el scoring**, la medida impulsada por el Ministerio de Transporte que ya rige a nivel nacional.

El **nuevo sistema de scoring comenzó a regir el 6 de mayo** del corriente año, y tal como figura en el Boletín Oficial, es un sistema que **descontará puntos en la licencia nacional de conducir a aquellos que cometen infracciones de tránsito.** El objetivo de esta medida impulsada por el Ministerio de Transporte es generar una nueva conciencia vial que fomente la responsabilidad ciudadana y colectiva. **Cada provincia tiene un plazo de 60 días para instrumentarla e incluirla en todas las categorías de licencias.**

**A pesar de que el control de puntos es a nivel nacional, cada provincia puede elegir los límites y reglas que establece para otorgar y quitar los puntos.** Desde el Ministerio de Transporte de la Provincia de Buenos Aires indicaron que la adhesión no es obligatoria en los plazos fijados, y que están realizando estudios sobre esta medida, tras los cuales podría concretarse.

«Desde **La Perseverancia Seguros** recomendamos, además de informarse sobre la fecha de entrada en vigencia de cada localidad, respetar siempre las normas de tránsito más allá de las penalizaciones que pueden resultar de una infracción», comenta **Adalberto Bruzzone, director de la aseguradora** con más de 100 años de trayectoria en el país.

## ¿Cómo funciona el scoring?

El **nuevo sistema otorga una base de 20 puntos a cada conductor o conductora que cuente con la Licencia Nacional de Conducir.** A medida que cometa infracciones, **el sistema le descontará puntos hasta alcanzar la inhabilitación.** Algunas infracciones conllevan multas económicas, además de restar puntos.

**La primera suspensión, producida ante la acumulación o reintervención de infracciones, será de 60 días.** Para poder recuperar puntos, **los particulares podrán asistir a un curso de seguridad vial, con el cual pueden adquirir hasta 4 puntos.** De esta forma, se busca romper con la tradición de resolver las infracciones de tránsito abonando un importe monetario, a través de las multas.



El **scoring** que se aplicará según cada infracción de tránsito es:

- 20 puntos por conducir estando inhabilitado.
- 20 puntos por participar y/n organizar picadas en la vía pública.

- 10 puntos por conducir con impedimentos físicos o psíquicos, bajo los efectos del alcohol o estupefacientes.
- 10 puntos por no respetar los límites de velocidad (más del 30%).

- 5 puntos por no respetar los límites de velocidad (menos del 30%).
- 5 puntos por no respetar los semáforos.
- 5 puntos por no usar casco.
- 5 puntos por circular con la licencia vencida.

- 4 puntos por circular sin el cinturón de seguridad.
- 4 puntos por conducir sin la Revisión Técnica Obligatoria (VTV).
- 4 puntos por estacionar en zona urbana, donde se pueda afectar la seguridad, visibilidad o fluidez del tránsito o se oculte la señalización.

- 2 puntos por estacionar en zona urbana, en las esquinas, entre su vértice ideal y la línea imaginaria que resulte de prolongar la ochava y en cualquier lugar peligroso.
- 2 puntos por estacionar, en zona urbana, sobre la senda para peatones o bicicletas, aceras, rieles, sobre la calzada, y en los 10 metros anteriores y posteriores a la parada del transporte de pasajeros, no admitiendo la detención voluntaria.
- 2 puntos por estacionar, en zona urbana, frente a la puerta de hospitales, escuelas y otros servicios públicos, hasta 10 metros a cada lado de ellos, salvo los vehículos relacionados a la función del establecimiento.

## Provincia ART brinda formación para prevenir riesgos psicosociales



✉ **Provincia ART**, la aseguradora de riesgos de **Grupo Provincia**, confirmó su **cronograma de capacitaciones para el séptimo mes del año.** En esta ocasión, **el foco estará puesto en la prevención de riesgos psicosociales.** La cartilla incluye formaciones sobre **«Manejo de ansiedad: estrategias para enfrentar nuevos desafíos»**, el martes 12, de 9 a 11 h, y **«El factor humano y el**

**impacto en la prevención y en la siniestralidad»**, el miércoles 27, a las 19 h. Además, se incorporan ejercicios de 30 minutos de **«Respiración alterna»**, el lunes 4; **«Pausas activas»**, el miércoles 6; **«Meditación guiada: Relajación corporal»**, el viernes 8; **«Atención plena de los sonidos»**, el martes 12; **«Pausas Activas»**, el jueves 14, el miércoles 20 y el jueves 28; **«Meditación Antar Mouna o Silencio Interior»**, el lunes 18; **«Meditación el sendero en la montaña»**, el viernes 22; **«Meditación para enfocar la mente»**, el martes 26. Estos ejercicios son siempre a las 13.30 h.

A su vez, continúa el ciclo diseñado especialmente para profesionales, con cursos de **«Tips para dar una charla de seguridad en 10 minutos»**, el jueves 7, de 9 a 10:30 h; **«Gestión de momentos de verdad»**, el martes 19, en el mismo horario; **«Líderes transformacionales»**, el martes 19, de 9 a 11 h; y **«Ergonomía: identificación de factores de riesgos»**, el martes 27, en el mismo horario.

Por otra parte, **se renueva el ciclo para Pymes**, con los siguientes encuentros que se dan en el horario de 11 a 12:30 h: **«Documentación de Prevención FRE+RGRL+RAR»**, el miércoles 13; **«Cómo solicitar el reintegro de salarios en caso de accidentes»**, el jueves 14; **«Documentación de Construcción: Aviso de Obra y Programas de Seguridad»**, el viernes 15; **«Cómo actuar en caso de accidente: Denuncia y prestaciones»**, el miércoles 20; **«Guía de la utilización de la Web para empleadores»**, el jueves 21; **«RAR + Res. 811/19: Criterios de exposición y carga web de formularios»**, el jueves 18; y **«Cómo prevenir el fraude y disminuir la siniestralidad»**, el viernes 29.

Finalmente, completan la programación, dos capacitaciones en **Prevención Primaria: «Reanimación Cardio Pulmonar»**, el lunes 11; y **«Primeros Auxilios»**, el lunes 25; ambas de 10 a 11.30 h.

Para consultar el cronograma, pedir más información e inscribirse, los interesados pueden visitar la sección **Programa de Capacitaciones del sitio web de Provincia ART** o escribir a: **capacitaciones@provart.com.ar.** Otras vías de comunicación son el **0-800-333-1278**, de lunes a viernes, de 8 a 20 h; **Facebook|provinciart** y **LinkedIn|company|provinciart.**

## Seguros SURA anuncia su capitalización por 611 millones de pesos

Con el objetivo de construir capacidades tecnológicas para su transformación digital y mejorar la experiencia de los clientes, la competitividad y la eficiencia a largo plazo, la empresa dispuso invertir ese dinero en Argentina.

**Suramericana** ha efectivizado durante el mes de junio de 2022 un **nuevo aporte de capital en Seguros SURA de Argentina por \$ 611 millones de pesos.** Esta capitalización se invertirá en la **continuidad de un plan ambicioso para mejorar el desarrollo del negocio centrado en la transformación digital.**

En este sentido, el foco estará puesto en puntos claves como la migración de sistemas core, desarrollo y crecimiento de la conectividad (*Open Insurance*), crecimiento de las plataformas de autogestión para clientes y la transformación del acceso digital para una red de más de 4.000 productores asesores de seguros.

**Para ello, se definió continuar con el plan de reconversión tecnológica con una inversión en 2022 de USD 4.5 millones** que incluye, entre otros, el desarrollo tecnológico para ampliar su negocio de vida.

«Desde **Seguros SURA** escuchamos y nos anticipamos a las tendencias del consumidor y trabajamos para estar en sintonía con lo que las personas necesitan. Esta inversión tiene que ver con ser protagonistas activos de la nueva era digital: integramos esta visión a nuestro negocio para entregar bienestar y competitividad a nuestros clientes», comentó **Gonzalo Santos Mendiola, CEO de Seguros SURA.**

La tecnología es probablemente el principal factor de cambio del entorno actual: los negocios están potenciando sus estrategias con nuevas oportunidades a través de la innovación y la productividad. Las tecnologías emergentes impactan en la cadena de valor de distintas maneras, creando nuevas oportunidades o amenazas para quienes las sepan usar en su beneficio.

Hoy, hay un nuevo ecosistema alrededor de las compañías de seguros. Tendrán un mejor futuro aquellas empresas que logren interpretar mejor lo que su cliente desee, ofrezcan inmediatamente y eleven su capacidad de conectividad con los aliados.

Grupo San Cristóbal presenta su nueva imagen



Con el objetivo de alinear la arquitectura de marcas de todos sus negocios, el Grupo asegurador renueva su identidad con una imagen moderna y versátil.

Grupo San Cristóbal lanza su nueva identidad de marca bajo un orden comunicacional y visual. El rebranding busca transmitir con claridad la integridad y sinergia de todas las unidades que componen al Grupo.

El rediseño incorpora rasgos modernos que expresan el dinamismo y la adaptación a los tiempos que corren. A la vez, suma un gesto integrador superior que refleja la propuesta corporativa integral que acompaña a las empresas y a las personas a lo largo de su vida. La nueva propuesta se afirma en una estrategia de cara al futuro que implica la apertura a nuevos mercados y clientes. De esta manera, Grupo San Cristóbal busca consolidarse como una marca sólida y confiable por su trayectoria, a la vez que dinámica y adaptable.

«Con este rebranding queremos transmitir que participamos de la vida de nuestros clientes a través de distintas empresas con un gran abanico de propuestas de valor que conectan con consumidores y empresas en los distintos momentos de su ciclo de vida», menciona Christian Blousson, Gerente de Marketing y Comunicaciones del Grupo.

La propuesta de valor se fortalece a través de una comunicación integral y consistente y de su identidad visual a la luz de las otras marcas. El proceso tuvo por resultado una redefinición del posicionamiento y una arquitectura más ordenada que permite generar mayor unicidad entre las marcas que componen a Grupo San Cristóbal.

«De esta manera se consigue una marca sólida, guía y dinámica que favorece el posicionamiento buscado para Grupo San Cristóbal. La marca grupo suma un gesto integrador superior que refleja la propuesta corporativa como soluciones a medida que se anticipan y ocupan -transversal e integradamente- de proteger y empoderar los grandes pilares de la vida, el resguardo y la estabilidad financiera, entre otros», afirmó Diego Guaita, CEO de Grupo San Cristóbal.

«La nueva arquitectura de marcas del Grupo San Cristóbal refleja nuestra visión de superar las expectativas de nuestros clientes con nuestras soluciones y propuesta de valor y por intermedio de los representantes de nuestros asegurados», amplió Guaita.

Además de la identidad visual, el proyecto incluye otros activos de la marca como la definición del tono visual, tipografía, paleta cromática principal y complementaria, y los elementos gráficos propios, responsables de transmitir la propuesta de valor de la marca mediante su aplicación en las distintas piezas comunicacionales.

El rebranding se trabajó durante el 2021 con el equipo de Comunicaciones y Marcas de Grupo San Cristóbal junto a la agencia especializada FutureBrand.

Binaria Seguros de Vida y Munich Re se asocian para ofrecer suscripción digital de seguros de vida en Argentina

La implementación de ALLFINANZ SARA por Binaria Seguros de Vida, impulsada por Munich Re, brinda al mercado argentino de seguros de vida soluciones de suscripción digitales optimizadas.



Binaria Seguros de Vida S.A. se ha asociado con Munich Re para implementar la suscripción automatizada en todas sus operaciones de seguros de vida individual. Se trata de una solución innovadora y altamente flexible, que mejorará los procesos operativos de la aseguradora y la experiencia de sus clientes. La solución, que Munich Re denomina Allfinanz SARA (Simplified Automated Risk Assessment), utiliza la última tecnología para la suscripción digital de nuevos negocios de la aseguradora aprovechando el conocimiento global de Munich Re en seguros de vida, así como también su experiencia en el mercado argentino y latinoamericano. Este nuevo hito en la alianza estratégica de Binaria y Munich Re, permite disponer de una herramienta única tanto para los clientes como para los representantes comerciales de la compañía.

Arturo Martín, Head of Markets & Clients, Life & Health, Latin America exc. Brazil del Munich Re, comenta: «El mercado argentino de seguros de vida está experimentando un impulso hacia la innovación, lo que conlleva un enorme interés por la suscripción automatizada. Estamos comprometidos a apoyar a Binaria Seguros de Vida S.A. desde la oficina regional de Munich Re en Madrid a medida que continúan innovando y mejorando la experiencia del cliente.»

Jorge Saumell, Presidente y Gerente General de Binaria Seguros de Vida, dijo: «Desde el nacimiento de nuestra empresa, hace 28 años, la innovación y la experiencia en seguros de vida de Munich Re contribuyeron a determinar su participación como nuestro socio estratégico en el desarrollo de nuestra operación de seguros de vida individual. Cuando recientemente comenzamos a buscar formas en las que pudiéramos modernizar, digitalizar y mejorar nuestros procesos de suscripción para dar un servicio de excelencia a nuestros clientes y al mercado de seguros de vida argentino en general, la respuesta de Munich Re ratifica, una vez más, que habíamos tomado la decisión correcta.»

## Breves de Informe

Zurich llevó adelante los encuentros Champions Meetings 2022: un reconocimiento a sus socios estratégicos

Bajo el lema «volver a sentirnos cerca», la compañía de seguros galardonó a Loyalty Secured como la Mejor Agencia de Seguros de Vida y a Norden Brokers como el Mejor Socio Blue de Seguros Patrimoniales.

Zurich, compañía líder de seguros en la Argentina, volvió a reunirse con su red de productores asesores independientes para homenajearlos en sus ya tradicionales eventos Champions Meetings. Además de destacar la performance del 2021 y premiar las diferentes categorías, se generó un espacio de reencuentro entre colegas para reflexionar y dialogar acerca de la industria y su futuro.

«Los últimos años nos demostraron el poder de adaptación y la capacidad que tuvimos para seguir llegando a los clientes. Tenemos un rol de responsabilidad organizacional y profesional, que es el de llegar a las personas con lo que necesitan, y eso es lo que seguiremos haciendo», explicó Fabio Rossi, CEO de Zurich Argentina.

Se llevaron adelante dos eventos, uno para productores asesores de seguros de vida y el otro para productores asesores patrimoniales, que contaron con más de 80 productores en ambas jornadas. Estas ediciones fueron los primeros encuentros presenciales luego de las restricciones y transformaciones empujadas por la pandemia, en donde se pudo volver a poner en valor el esfuerzo y el compromiso de cada uno de los socios estratégicos que forman parte de la red de asesores independientes de Zurich.

### Champions Life Meeting

Durante el Champions Life Meeting, Diego Weiger, Head of Independent Agents Life, se refirió al gran esfuerzo por parte de todos los productores durante la pandemia: «Quiero aprovechar esta oportunidad para agradecer una vez más todo el esfuerzo que vienen realizando estos más de 2 años desde que comenzó la pandemia. Sin duda han demostrado que son un canal de venta sumamente profesional, comprometido y que supo estar a la altura de las circunstancias. Tenemos que estar muy satisfechos de los logros que hemos obtenido en este período, a pesar de la pandemia y el contexto.»



Loyalty Secured, recibió el premio como Mejor Agencia de Seguros de Vida, un reconocimiento que ya obtuvo en otras cinco oportunidades. «Esta copa es la confirmación de un esfuerzo y un trabajo mancomunado de mucha gente que aporta y le pone valor al trabajo de nuestra compañía. Vemos plasmado el esfuerzo y la dedicación, y esto significa un impulso para volver a reinventarnos y continuar con un contexto tan cambiante como es el nuestro», aseguró Gonzalo Terrazas, director comercial Loyalty Secured.

### Champions Meeting

Por otra parte, durante el evento para productores de seguros patrimoniales, antes de anunciar a los ganadores, Dario Smaldone, Head of Independent Agents GI, destacó: «La resiliencia del equipo, tanto nuestra como de todos los productores de seguro presentes, hizo que pudiéramos llevar el negocio adelante y sigamos liderando el mercado. Somos conscientes de que el contexto que se viene es desafiante, pero no tengo dudas de que estamos preparados para afrontarlo como lo hemos hecho en otras oportunidades.»



El premio mayor en seguros patrimoniales se lo llevó Norden Brokers, que cuenta con 23 años de trayectoria y que fue reconocida, por primera vez, como Mejor Socio Blue. «Nos pone orgullosos este reconocimiento y el agradecimiento en sí, a aquellos que trabajamos siendo socios de la compañía. El 2021 significó un año de esfuerzo y desde Norden pudimos seguir avanzando, esto es parte de ese reconocimiento. Queremos mencionar especialmente a productores, clientes y empleados que hicieron que este reconocimiento fuera posible», comentó Juan Graham director de Norden Brokers.

Además, entre otros premios, se destacan los reconocimientos a la trayectoria otorgados a Ignacio Ehrman de Clipper Life S.A. para el negocio de vida y DSL Broker S.R.L. en seguros patrimoniales.

SanCor Salud consolida su presencia en todo el país con un espacio insignia frente al Obelisco



La inauguración es parte de una estrategia comercial de expansión en varias plazas como el AMBA, la Provincia de Buenos Aires, Rosario y la Patagonia, donde el Grupo espera crecer en alcance y territorialidad.

Esta actividad acompaña el sostenido crecimiento de la empresa de medicina privada, que aumentó un 39% su cartera de asociados en los últimos dos años.

Grupo SanCor Salud inauguró su nuevo espacio insignia en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, un centro de atención para consultas, gestiones y asesoramiento. El local se ubica sobre la Avenida Corrientes 1107, en la esquina que une Cerrito con la cuadra peatonal de Av. Roque Sáenz Peña. El nuevo centro se suma a los más de 300 puntos de atención que la prepaga tiene en todo el país, y está ubicado estratégicamente como un hito en la historia de la compañía que simboliza la consolidación de la posición de liderazgo en el rubro.

Esta inauguración es parte de la estrategia de expansión en varias plazas como el AMBA, la Provincia de Buenos Aires, Rosario y la Patagonia, donde el Grupo desarrollará una fuerte actividad para asentarse en alcance y territorialidad. Se trata de una apuesta por la continuidad del crecimiento de la empresa, que tuvo un aumento del 39.15% en su cartera de asociados en los últimos dos años, lo que la ha llevado al podio de las empresas de medicina privada del país en cantidad de asociados. Hoy en día, el Grupo SanCor Salud cuenta con más de 700.000 personas que le confían lo más preciado, la salud, y 3.500 clientes de la línea corporativa que la eligen para cuidar a sus colaboradores/as.

El evento fue conducido por el Chino Volpato, actor oriundo de Sunchales, ciudad originaria del Grupo SanCor Salud, y contó con la participación de Daniel González, Director Comercial del Grupo, Jorge Lombardo, Director de Salud y Adolfo Ferrero, Presidente de la Comisión Directiva Ejercicio 2021-2022.

«En menos de 10 años triplicamos la cartera de asociados, y eso nos llevó a aumentar un 43% el personal en los últimos 5 años y ser hoy más de 2.100 colaboradores. Esto fue posible gracias a que interpretamos el mercado, las tendencias y las expectativas de la gente para diversificar nuestros servicios e innovar en el desarrollo de productos que favorezcan una mejor experiencia de cada cliente», aseguró Daniel González. «Nuestro valor es la cercanía, y hacemos honor a eso porque trabajamos día a día para que las personas que nos confían su salud cuenten con una amplia disponibilidad de prestadores y coberturas. Gracias a ese gran trabajo, en los últimos 5 años la cantidad de prestadores creció casi un 33%, y actualmente más de 203 mil profesionales de la salud forman parte de nuestra red, la más amplia del país, acompañada además con más de 300 puntos de atención a lo largo y ancho de nuestra Argentina», comentó Jorge Lombardo.

El Grupo SanCor Salud, tras casi cincuenta años desde su surgimiento en Sunchales, Santa Fe, se ha consolidado a través de sus diferentes unidades de negocio que brindan soluciones y desarrollan productos enfocados en proteger el bienestar de los argentinos y argentinas. El foco está puesto allí, porque hoy ya no se habla de la salud meramente como la ausencia de enfermedades, sino que se entiende por un completo estado de bienestar, es por eso que el Grupo ha diversificado sus servicios, y abarca la medicina prepaga, comercialización de seguros, red de farmacias, centro médicos de atención y una empresa de financiamiento.

La SRT participó del Operativo de Inspección conjunto Argentina-Paraguay



El operativo se realizó del 4 al 9 de julio y fue organizado por la Dirección Nacional de Fiscalización del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social (MTEySS). En el marco del Plan Regional de Inspección del Trabajo del Mercosur (PRITM) la Superintendencia de Riesgos del Trabajo (SRT) participó del Operativo de Inspección Argentina-Paraguay, del 4 al 9 de julio en la jurisdicción argentina de Misiones y paraguaya de Itapúa donde se inspeccionaron actividades de construcción civil y una cosecha de yerba mate. Las actividades de inspección se llevaron a cabo en cinco jornadas, cuatro de operativos y una de plenario de cierre, con la participación de la Dirección Nacional de Fiscalización del Trabajo del MTEySS, del Ministerio de Trabajo de Paraguay, de la Agencia Territorial de Posadas, del Gobierno de la provincia de Misiones, del Registro Nacional de Trabajadores Rurales y Empleados (RENATRE), del Instituto de Estadística y Registro de la Industria de la Construcción (IERIC) y Superintendencia de Riesgos del Trabajo (SRT).

Cabe destacar que la actividad, que surgió como un compromiso asumido por la Comisión Operativa Coordinadora del PRITM en 2019, debió ser postergada hasta la actualidad tras la declaración de pandemia realizada por la Organización Mundial de la Salud (OMS).



# gourmond

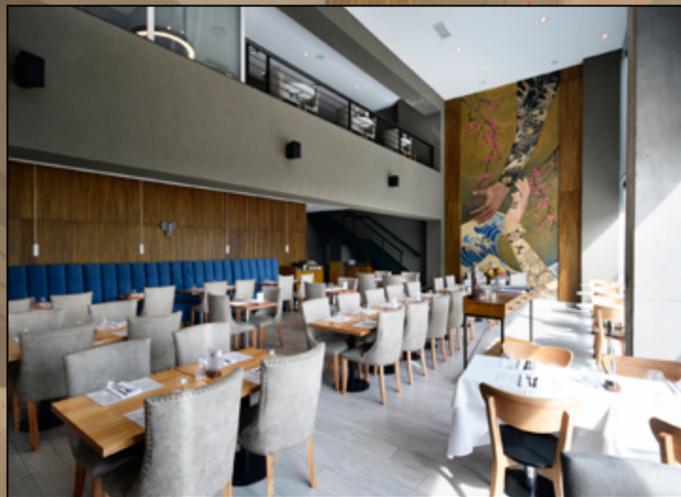
EL TROPEZÓN  
DESDE 1994

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

profile  
profile

LAMAS

## Cocina de impronta peruano-japonesa



Concepto Lamas combina lo mejor de la cocina peruana y japonesa en un imponente espacio en la zona más exclusiva de Canning. Su menú ofrece platos típicos peruanos, especialidades japonesas, preparaciones fusión y sushi, donde los pescados del día y los mariscos son protagonistas. Ceviches, causas, arroces, salteados, tiraditos y rolls son acompañados con una coctelería de autor.



### Historia

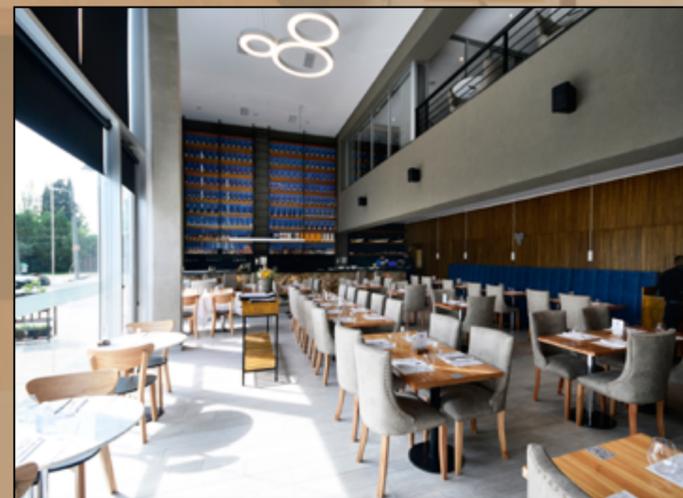
La oferta gastronómica de Canning se renovó de la mano de Lamas. Desde el 19 de febrero, la zona más exclusiva de esta localidad -que supo recibir con entusiasmo proyectos como el Plaza Canning inspirado en la Toscana- ahora abraza a este imponente restaurante que combina diseño, servicio y una sabrosa propuesta de cocina, donde se unen dos grandes culturas: la peruana y la japonesa. A través de Lamas, vecinos y visitantes de la zona cuentan con una nueva coordenada para compartir desde ceviches y arroces hasta tiraditos y sushi.

### Arquitectura & Decoración

El local está ubicado en Mariano Castex 1416, a metros del Golf Club, en una zona rodeada de verde, cercana a atracciones como el Plaza Canning y otros proyectos gastronómicos. Su fachada completamente vidriada

llama la atención, dejando apreciar un amplio espacio de techos altos y un diseño que combina distinción y modernidad. Sobre un costado reposa un enorme mural con figuras que representan a las culturas protagonistas de su cocina. Del otro lado, se enfrenta una gran barra de mármol que invita a pasear la mirada desde el piso hacia el alto, con una estética que se matiza con luces de led azules y estantes donde reposan numerosas botellas de vino y espirituosas a lo alto de toda la pared.

Su salón principal tiene capacidad para 100 comensales repartidos en mesas de mármol y madera con cómodas sillas y sillones revestidos en tela suave y gris de 'pana' y un banco corrido tipo 'canelón' tapizado en color azul rey.



El recorrido continúa en su entresijo, un lugar reservado y más íntimo que alberga una cava con una mesa privada rodeada de vinos de renombre con etiquetas de importantes bodegas nacionales e internacionales. Su sector externo al frente del local cuenta con mesas para 30 personas, rodeadas de verde y acondicionadas para días fríos.

### Gastronomía

Respecto a su oferta gastronómica, en las diferentes secciones de la carta se proponen platos icónicos de Perú y especialidades de Japón, además de una interesante propuesta de sushi fusión. En todas ellas, los pescados frescos y mariscos son protagonistas. Para comenzar se destacan las empanadas clásicas de lomo saltado con salsa huancaina

o las de frutos de mar con crema de rocoto; los langostinos crocantes en masa filo con una miel de cítricos ligeramente picante, y los «mariscos al fuego» (langostinos, pulpo y vieiras) salteados en manteca japonesa. También sobresalen cuatro opciones de Ceviche, como el Clásico con pesca del día marinada en jugo de limas, cilantro, cebolla morada, batata glaseada y maíz chulpi; y el Carretillero que lleva pesca del día, pulpo, langostinos y calamar marinados en jugo de lima con cebolla morada, rabas y maíz chulpi. ➤

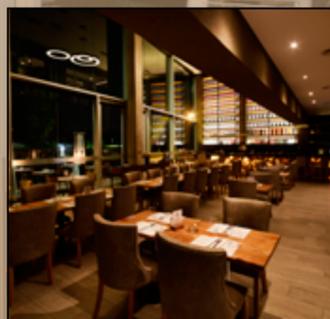
## ficha técnica

|              |  |
|--------------|--|
| NOMBRE       | LAMAS<br>Mariano Castex 1416 - Local 4<br>Canning, Provincia de Buenos Aires<br>Argentina                                      |
| CONTACTO     | (54 9 11) 3333 3301 (Reservas)   |
| ESPECIALIDAD | Cocina Peruano - Japonesa / Sushi  |
| VARIOS       | Take Away. Menú Ejecutivo de lunes a viernes entre las 12 y las 16 horas.<br>After Office de lunes a viernes de 17 a 20 horas. |
| HORARIOS     | De lunes a domingos de 12 del mediodía a 1 de la madrugada.  |

# El punto de encuentro de dos grandes culturas en Canning



» Para probar variedad y compartir se propone una **degustación** de tres versiones. El menú se completa con **woks** de estilo peruano o japonés, **causas, ensaladas completas, arroces, pastas, pescados & mariscos, carnes y aves**. Algunas sugerencias son el **Risotto de lomo con salsa huancaína**; la **Cazuela de mariscos al curry** (pulpo, mejillones, langostinos, calamar y cubos de salmón rosado) acompañado de arroz negro; el **Lomo saltado en salsa de soja con cebolla morada y tomate acompañado de papas y arroz**; y la **Parrillada Lamas** -para compartir entre tres personas- que trae pulpo, langostinos Jumbo, mejillones, calamar, salmón rosado, mix de hongos y verduras a la plancha con salsa de ají rocoto y morrones.



Su sección de **Sushi** ocupa un lugar especial en el menú con opciones para todos los gustos y necesidades alimentarias. Se divide en **tiraditos, sashimis, niguiris y rolls tradicionales, vegetarianos o de autor** que se acompañan con salsas frutales y originales emulsiones. Algunas de las creaciones más innovadoras son el **Tiradito Kioto** (pesca del día en salsa kyoto con furikake y palta a las brasas), el **Nigui Beef** (con lámina de lomo a las brasas en salsa anticuchera, ajíes y togarashi), el **Parma Roll** (relleno de langostino apanado y palta con cobertura de vieiras en manteca japonesa y queso parmesano gratinado), el **Lamas Hot Roll** (roll rebozado y frito, relleno de salmón rosado, langostinos y queso

crema, coronado con tartar de salmón) o el **Sublime Roll** (langostinos, palta, mango y queso crema por dentro, envuelto en salmón rosado y coronado con almendras, salsa de maracuyá y teriyaki).

Para cerrar, se lucen **postres clásicos peruanos** y algunas **reversiones** como la **Torta tres leches** (bizcocho bañado en una mixtura de leche evaporada, crema y leche condensada), el **Tiramisú peruano** (con base de vainilla y licor de café coronado por rulos y salsa de chocolate), el **Suspiro nikkei** (base de galletas con suspiro de lemon grass y merengue de canela) y el **Mango tropical** (crema helada de mango, base de maíz con chocolate blanco y mix de frutas bañadas en miel de maracuyá).

## Bebidas

Su **carta de bebidas** ofrece cervezas nacionales y una opción peruana, una importante selección de vinos nobles y espumosos de bodegas nacionales e internacionales, cócteles clásicos y una mayoría de creaciones de autor a base de pisco y otros destilados de primera línea. Algunos ejemplos son el **Pisco Pears** (pisco acholado, vodka Apple Pears, jugo de lima, vino malbec, gotitas de aceto de frambuesas y almibar), el **Lamas Passion** (vodka Wildberries, miel de maracuyá y jengibre, jugo de lima y coulis de frutos rojos), el **Killari** (pisco, cognac, mandarinas, jugo de limas y jugo de cranberry) y el **Gin Tonic Pink** (gin, tónica y bitter de pimpollos de rosas y cítricos).



De lunes a viernes entre las 12 y las 16 hs, **Lamas** ofrece un **Menú Ejecutivo** que incluye una entrada del día, un principal a elección (con opción de Sushi), un postre a elección y una bebida sin alcohol. Y para disfrutar de un «**after office**» fuera de serie, proponen un imperdible 2x1 en cócteles de lunes a viernes desde las 17 y hasta las 20 hs.



Si de probar sabores que eleven el espíritu se trata, **Lamas** es el punto de encuentro para disfrutar de una experiencia completa: «**Como en Japón y Perú, pero en Lamas y con quien quieras**».



La comunicación es mucho más que un ida y vuelta de información: es el lugar donde sucede eso que nos hace humanos.

Felicitamos a la revista **Informe Operadores de Mercado** por haber cumplido 30 años de compromiso ininterrumpido con la sociedad.

**SANCOR SEGUROS**  
estamos

sancorseguros.com.ar

0800 444 2850





TU TRANQUILIDAD CRECE.

www.galenoseguros.com.ar

# infor30e

operadores de mercado



TU TRANQUILIDAD CRECE.

www.galenoseguros.com.ar

## María Paula Cosentino

Soltera - 27 Años - Signo Sagitario (17-12-1994)

**Analista de Marketing en Libra Seguros**



● **UN HOBBY**

La jardinería

● **LA JUSTICIA**

No existe

● **SU MAYOR VIRTUD**

La sinceridad

● **LA SEGURIDAD**

Una utopía

● **AVIÓN O BARCO**

Avión

● **VESTIMENTA FORMAL O INFORMAL**

Campera de cuero y cualquier ropa negra

● **UN SER QUERIDO**

Mi hermano mellizo

● **ACTOR / ACTRIZ**

Leonardo DiCaprio y Jennifer Aniston

● **UNA ASIGNATURA PENDIENTE**

Aprender a hablar italiano

● **NO PUEDO DEJAR DE TENER...**

Nuevos desafíos

● **UN RIESGO NO CUBIERTO**

La desilusión

● **LA MUERTE**

Inevitable

● **SU RESTAURANTE FAVORITO PARA CENAR**

No tengo

● **EL FIN DEL MUNDO**

No hacer lo que uno quiere/siente realmente

● **EL MATRIMONIO**

Si es con la persona correcta, un gol

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

El viaje a Disney

● **LE TENGO MIEDO A...**

Los espacios cerrados

● **ME ARREPIENTO DE**

Nada

● **EL PASADO**

Pisado

● **LA INFLACIÓN**

Argentina

● **TENGO UN COMPROMISO CON...**

Conmigo misma

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

No hay personas mejores o peores en el trabajo, solo perfiles que se adaptan mejor a un puesto que otros

● **LA CORRUPCIÓN**

Moneda corriente

● **UN PERSONAJE HISTÓRICO**

Frida Kahlo

● **EN COMIDAS PREFIERO...**

Las pastas

● **¿QUÉ COSA NO PERDONARÍA NUNCA?**

La traición

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

Tomar sol

● **DIOS**

Existe

● **EL LUGAR DESEADO PARA VIAJAR**

Cualquiera con playas

● **ESTAR ENAMORADO ES...**

Justo y necesario

● **UNA CANCIÓN**

19 días y 500 noches

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

En gastronomía

● **ESCRITOR FAVORITO**

Julio Cortázar

● **UN PROYECTO A FUTURO**

Adoptar un perro

● **PROGRAMA PREFERIDO DE TV / CABLE**

Los Simpson

● **PSICOANÁLISIS**

Nunca hice

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

Todo

● **LA CULPA ES DE...**

Del otro

● **EN DEPORTES PREFIERO...**

Fútbol

● **LA MUJER IDEAL**

No existe

● **RED SOCIAL PREFERIDA**

Tik Tok

● **MI MÚSICO PREFERIDO ES...**

Joaquín Sabina

● **LA MENTIRA MÁS GRANDE**

«A las palabras se las lleva el viento»

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

Comer, rezar, amar (Elizabeth Gilbert)

● **SU BEBIDA PREFERIDA**

Mate

● **UN FIN DE SEMANA EN...**

La playa

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

CODA/ No miren arriba

● **EL CLUB DE SUS AMORES**

CABJ

● **EL PERFUME**

Miss Dior

● **MI PEOR DEFECTO ES**

La ansiedad

● **SI VOLVIERA A NACER, SERÍA**

Yo misma

● **LA INFIDELIDAD**

Nadie se salva

● **MI MODELO PREFERIDA ES**

Mi mamá

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

Los ojos

● **UN MAESTRO**

Bilardo

● **LA TRAICIÓN**

Imperdonable

● **UNA CONFESIÓN**

Me gusta la gaseosa sin gas

● **EL DÓLAR**

Lo que todos queremos

● **EL GRAN AUSENTE**

El Estado

● **EN TEATRO**

Toc Toc

● **UN SECRETO**

No tengo

● **EL AUTO DESEADO**

Fiat 600 Rojo

● **NO PUEDO**

Hacer dieta

● **MARKETING**

100%

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

Cualquiera que sea sorpresa

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

Yoga

● **DE NO VIVIR EN ARGENTINA...**

¿QUÉ LUGAR DEL MUNDO ELEGIRÍA?

San Francisco, California



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](http://bbvaseguros.com.ar)

