



# informe

operadores de mercado



**Entrevista a Juan Ignacio Perucchi**  
*Gerente General de LIBRA Seguros*

**+ Negocios, pensado para el PAS**

**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

# +Negocios, un Plan de Incentivos pensado para el Productor Asesor

Libra Seguros es una compañía muy ágil y adaptativa, con mejora continua en sus procesos de gestión, que está en pleno crecimiento y desarrollo de los ramos en los que actúa. En 2021, fue habilitada para operar en 15 nuevos ramos, en cada uno de los cuales ha creado productos disruptivos que agiornan la oferta general del mercado. A partir del 1° de julio implementó +Negocios, un Plan de Incentivos para PAS que nace no solo desde la necesidad de generar volumen de cartera sino de que la misma sea equilibrada en cantidad y calidad, y que se basa en cuatro objetivos (cuantitativos y cualitativos). El PAS u organización que cumple con dichos objetivos puede llegar a tener una premiación de hasta el 80% de la mejor remuneración cobrada en el cuatrimestre.



Perucchi. «Nuestro plan de crecimiento se ancla principalmente en lo que entendemos son nuestros diferenciales: innovación en el desarrollo de nuevos productos, equilibrio tarifario, tener al PAS como eje central de nuestro negocio, crecimiento con capitalización, combate al fraude, inversiones tecnológicas que mejoren y rentabilicen constantemente la gestión y desarrollo de los recursos humanos alineados con la 'forma de ser Libra'».

**J**uan Ignacio Perucchi, Gerente General de Libra Seguros, analiza el crecimiento y expansión de la Compañía y presenta +Negocios y MoveOn.

- ¿Cuáles son las oportunidades y los desafíos que enfrenta Libra Seguros en un contexto pospandemia de alta inflación, volatilidad e inestabilidad económica?

- Estamos en un contexto país realmente muy complejo, donde debemos prever distintos escenarios y, de esa manera, poder implementar distintas acciones acordes a ellos.

Los desafíos son muchos pero también lo son las oportunidades. **Tenemos una compañía muy ágil y adaptativa, con mejora continua en los procesos de gestión.** Contamos con una estructura muy eficiente y con foco en las necesidades de PAS y asegurados.

**Estamos en pleno crecimiento y desarrollo de los distintos ramos en los que actuamos,** somos muy cuidadosos en el cuidado de los resultados técnicos, a pesar de la crisis y la «guerra tarifaria» tenemos por principio rector la generación de negocios sanos, no crecemos desde el precio sino desde una oferta equilibrada e innovadora en productos.

- ¿Cuál es la actualidad y los próximos pasos del plan de crecimiento y expansión que llevó a Libra a convertirse en una Compañía con una Oferta Integral de Seguros?

- Nuestro plan de crecimiento se ancla principalmente en lo que entendemos son nuestros diferenciales: innovación en el desarrollo de nuevos productos, equilibrio tarifario, tener al PAS como eje central de nuestro negocio, crecimiento ➔

**R.A.S.A.**  
REASEGURADORES ARGENTINOS S.A.  
Haciendo historia en el reaseguro Argentino desde 1992.

EXPERIENCIA  
SOLIDEZ Y  
RESPALDO  
CALIFICACIÓN  
**AA-**

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

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

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

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

## 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





## PROTAGONISTAS

- ¿Qué es la Usina de Innovación, cuáles son sus objetivos y cómo han sido los resultados obtenidos desde su creación?

- La Usina de Innovación nace a partir de entender que en nuestro ADN está la escucha, creatividad, innovación y desarrollo de nuevos productos.

En un comienzo era con los equipos internos, pero a partir de escuchar a los PAS en sus requerimientos los fuimos integrando a nuestros equipos. Ellos saben que cuando tienen una idea que vemos viable se los convoca a la Usina y en ese ámbito la desarrollamos en conjunto, así han nacido varios nuevos productos.

« La Usina de Innovación nace a partir de entender que en nuestro ADN está la escucha, creatividad, innovación y desarrollo de nuevos productos »

- ¿Cuáles fueron los motivos que llevaron a la creación de MoreOn, cómo está funcionando esta nueva empresa y cuáles han sido los resultados de este servicio hasta el momento?

- El principal motivo por el cual creamos MoveOn es que la prestación del servicio de remolque y auxilio mecánico es muy deficiente, entendimos que no podíamos dejar en manos de terceros un servicio clave para el asegurado. El mal servicio ofrecido impacta directamente en la imagen de las compañías aseguradoras, ya que el usuario no le va a reclamar al prestador. Para el asegurado, el que presta el servicio es la empresa aseguradora. →

→ con capitalización, combate al fraude, inversiones tecnológicas que mejoren y rentabilicen constantemente la gestión y desarrollo de los recursos humanos alineados con la «forma de ser Libra».

En el año 2021 hemos sido habilitados para operar en 15 nuevos ramos lo que nos facilitó el ofrecerles a nuestros Productores Asesores un amplio espectro de negocios.

En cada uno de esos ramos creamos productos disruptivos que aggiornan la oferta general del mercado, donde no competimos ofreciendo algo similar o por precio, sino desde una oferta diferente, innovadora y ajustada a las nuevas necesidades del mercado.

- ¿En qué consiste y cuál es el alcance de +Negocios, el programa de incentivos para PAS? ¿Cuál es la filosofía y el valor agregado que brinda Libra a sus Productores Asesores de Seguros?

+ Negocios es un Plan de Incentivos distinto a los existentes. Nace desde la necesidad de no solo generar volumen de cartera sino en que la misma sea equilibrada en cantidad y calidad. Es por ello que se basa en cuatro objetivos. Uno de ellos es cuantitativo y se mide por producción y los cualitativos se estructuran en función a objetivos por cantidad de anulaciones, por forma de pago, se premia el pago electrónico de la cartera y por nivel de siniestralidad. El PAS u

organización que cumple con dichos objetivos puede llegar a tener una premiación de hasta el 80% de la mejor remuneración cobrada en el cuatrimestre.

Este Plan lo implementamos a partir del 1° de Julio y realmente estamos teniendo una respuesta ampliamente satisfactoria y reconocida por los Productores.

- ¿Cómo analiza la adaptación del PAS al proceso de digitalización de la industria aseguradora y qué herramientas le facilita Libra para dinamizar su tarea y estar al día con las últimas tecnologías?

- En un comienzo, los PAS percibían a la tecnología como una amenaza a su actividad, entiendo que eso hoy en día no es vivido de la misma manera, sino que la entienden como una aliada en su quehacer diario.

Desde nuestra mirada nunca lo fue, ya que para Libra el PAS es irremplazable y un factor decisivo en nuestro negocio. Están quienes se adaptan más rápidamente y quienes requieren de otros tiempos, pero todos hoy por hoy se están alineando.

Actualmente estamos migrando de sistema operativo, será un gran salto de calidad para la gestión de los PAS y de Libra. Estamos trabajando en la capacitación del uso del mismo con nuestros Productores y realmente les resulta muy intuitivo, amigable y beneficioso para su negocio.



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

Contactanos y sumate a más!

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

www.segurometal.com

Nueva App

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

**SEGUROMETAL**  
COOPERATIVA DE SEGUROS LTDA.

60 AÑOS

Nº de inscripción en SSN: C285 | 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: 720

Atención al asegurado: 0800-666-8400

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





▲ Juan Ignacio Perucchi, Gerente General de LIBRA Seguros, junto a Delia Rimada, Directora de Informe Operadores de Mercado.

## PROTAGONISTAS

→ Es por ello que decidimos hacernos cargo directamente del servicio creando *MoveOn*. Hemos podido reducir en casi el 80% la demora en la prestación, tenemos un call center que ofrece una rápida respuesta y contención.

Nos definimos como innovadores, y en este sentido con *MoveOn* ratificamos ese compromiso.

« Decidimos hacernos cargo directamente del servicio creando *MoveOn*. Hemos podido reducir en casi el 80% la demora en la prestación »

- ¿Cuáles son las políticas y acciones que lleva adelante Libra para combatir el Fraude en Seguros? ¿Cómo analiza el rol de la Superintendencia de Seguros en esta materia?

- Hace ya tiempo que hemos decidido dar un combate frontal al fraude, para nosotros es claramente un delito, →



tpcseguros

# ¡Conocé TPC App!



Ahora tenemos servicios más eficientes y rápidos para nuestros clientes.

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

¡Y más!



Google play

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

Buscanos en  
TPC Seguros

Nº de inscripción en SSN  
0741

Atención al asegurado  
0800 566 8400

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



informe

Operadores de Mercado

Publicación especializada de aparición quincenal  
AÑO 30 / Nº 721 - Agosto 2022

REDACCIÓN, PUBLICIDAD Y SUSCRIPCIONES

www.informeoperadores.com.ar

https://www.instagram.com/informeoperadores/

https://twitter.com/InformeOperador

DIRECTORA

Delia Rimada

delia.rimada@moez.com.ar

DISEÑO & DIAGRAMACIÓN

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

ADMINISTRACIÓN, SUSCRIPCIÓN & PUBLICIDAD

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

ADMINISTRACIÓN, FACTURACIÓN & CONTABILIDAD

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

COLABORADORES

Lic. Anibal Cejas.

Dra. Gabriela Álvarez.

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

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

# #1 VOS



GRUPO ASEGURADOR  
**La segunda**

LO PRIMERO SOS VOS

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

Atención al asegurado  
0800-666-8400

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

SSNI SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN



## PROTAGONISTAS

» cuando lo detectamos lo llevamos a la justicia, no acordamos desistimientos.

Nos acompaña el estudio del Dr. Cúneo Libarona y ya tenemos varios casos elevados a juicio oral y otros en proceso.

**Es en pos de la salud del mercado asegurador que asumimos frontalmente el compromiso de combatirlo y ser inflexibles en el tema.**

« **Nuestro crecimiento no se estructura a partir de ganar mercado por precio, somos muy cuidadosos en la preservación del resultado técnico** »

- ¿De qué manera cuida Libra el resultado técnico de sus diferentes líneas de negocios? ¿Cuál es la política de la Compañía en materia de precios?

- **Nuestro crecimiento no se estructura a partir de ganar mercado por precio**, somos muy cuidadosos en la preservación del resultado técnico, no solo a partir del precio sino del combate al fraude, y de procesos y gestión más eficientes y rentables.

El mercado sufre una guerra tarifaria en la cual no participamos, tenemos precios competitivos.

- ¿Cómo analiza el nivel de siniestralidad del mercado en general, y de Libra en particular? ¿Cómo impacta la inflación en este tema?

- Realmente **la siniestralidad ha alcanzado niveles récord**, sobre todo en los ramos automotores y motovehículos, esto se da tanto en frecuencia como en intensidad.

Acorde al fenómeno inflacionario se han descalzado los costos de reposición y, en muchos casos, o bien no hay existencia de repuestos o bien no hay precio.

La industria tiene un gran desafío en este sentido. 🗨️



# Avanzar con actitud es ir siempre por más.



Somos una compañía que busca darte en todos los ramos productos disruptivos e innovadores para vos y tus clientes.

**Más oportunidades, más negocios.**

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

**LIBRA**  
Compañía de Seguros

Innovación y Compromiso al servicio de **nuestros Productores de Seguros**



FEDERACION PATRONAL  
SEGUROS SA.

www.fedpat.com.ar



SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACION

www.argentina.gob.ar/ssn

Departamento de Orientación y Asistencia al Asegurado 0800-666-8400

N° de inscripción SSN Rubro Ramos Generales 726

N° de inscripción en SSN 0852

Atención al asegurado 0800-666-8400

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

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACION

# Los siniestros aumentaron más del doble que las primas

Junto a Maximiliano Bona, Head of Argentina en AON; Pablo Perfumo, Gerente de Siniestros de Orbis Seguros; Diego Frontoni, Coordinador de Siniestros, y Sergio Fernández, Líder de Gestión Asegurados Automotor, ambos de RUS; Carlos Musso, Gerente Comercial de S&C Broker de Seguros; Maximiliano Díaz, Encargado de Siniestros de Hawk Group; Christian Elía Castro, Manager de NEO Brokers; y Alberto Durán, Liquidador de Siniestros, analizamos la evolución de la siniestralidad durante el último año. El robo de ruedas, el fraude, y la dificultad para obtener repuestos. El rol del PAS. El infraseguro.

Escribe Lic. Anibal Cejas



De acuerdo a datos de la SSN, entre marzo 2021 y marzo 2022, los siniestros netos devengados del mercado asegurador crecieron más que el doble de las primas netas devengadas. Así, mientras que los SND crecieron 19,47%, las PND avanzaron 7,11%.

De esta manera, el indicador de Siniestralidad (Siniestros Netos Devengados / Primas Netas Devengadas) pasó de 43,76 en marzo 2021 a 54,89 en marzo 2022.

La mayor incidencia en la siniestralidad está dada por el ramo Automotores.

Al respecto, Pablo Perfumo, Gerente de Siniestros de Orbis Seguros, analizó el alza de la siniestralidad: «Los problemas de importación de los repuestos hacen que los valores aumenten y así también la siniestralidad.

En automóviles es donde más aumenta la siniestralidad año tras año, y los precios de las pólizas no parecen acompañar dicho

incremento. El principal factor es la falta de repuestos para las reparaciones. Esto genera escasez de piezas y aumento de precios que, en algunos casos, está por encima de cualquier variable económica».

Luego, Diego Frontoni, Coordinador de Siniestros, y Sergio Fernández, Líder de Gestión Asegurados Automotor, de Río Uruguay Seguros (RUS), coincidieron: «Sin lugar a dudas, la siniestralidad general del mercado registró un

incremento significativo este año respecto del anterior. Entendemos que esto tiene que ver fundamentalmente con que, en la actualidad, todas las actividades volvieron a desarrollarse luego de las restricciones por Covid 19 que limitaban en gran medida la circulación. Seguramente, los próximos meses nos permitirán confirmar la siniestralidad que se corresponde a esta nueva normalidad.

En nuestro caso, los ramos que registraron un mayor incremento son los de Automotores y Motovehículos, seguidos por los siniestros de Hogar y las coberturas de Robo de Bicicletas y Celulares».

Más adelante, Maximiliano Bona, Head of Argentina en AON, también señaló la incidencia de la pandemia: «Ciertamente, con la pandemia hubo una contracción de la siniestralidad, que luego evolucionó progresivamente. En 2022, hubo un punto de inflexión donde la siniestralidad empeoró, arrastrando el resultado financiero del sector y consolidando una siniestralidad negativa».

La ronda continuó con Carlos Musso, Gerente Comercial de S&C Brokers de Seguros, quien consideró: «En términos generales, la siniestralidad está en aumento. La 'nueva normalidad' se parece mucho a la etapa pre pandemia, por lo que volvimos a los valores de frecuencia habituales. Si bien en la comparación 2019-2021 se veía una disminución en los índices, los datos del primer trimestre 2022 no indican lo mismo y observamos un aumento, principalmente sobre algunos ramos, por ejemplo, automotores. En éste, el índice ha crecido debido a los costos de los repuestos, faltantes, etc.».

A su vez, Maximiliano Díaz, Gerente de Siniestros de Hawk Group, comentó: «El deterioro de la siniestralidad del mercado asegurador en los últimos años se explica por un retraso sostenido de tarifas, principalmente en el ramo automotor.

Asimismo, en el último periodo, el costo medio de los siniestros se incrementó por el aumento del precio y la falta de repuestos, impactando en el valor de reparaciones e incremento de reposiciones, y la litigiosidad del sector».

Por su parte, Christian Elía Castro, Manager de NEO Brokers, explicó: «Si bien el mercado ha estado signado por la siniestralidad al menos las últimas dos décadas, actualmente el agravante es el complejo contexto macroeconómico del país».



## Global Reinsurance Brokers

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

### Buenos Aires Office

Manuela Saenz 323, Suite 517

Buenos Aires Plaza, Puerto Madero

C1107BPA, CABA, Argentina

Phone: +54 11 5217 9751

contact@americalre.com

www.americalre.com

SABEMOS QUÉ  
NECESITÁS.  
ENTENDEMOS  
A TUS CLIENTES.

PRESENCIA  
AGILIDAD  
SERVICIO

Conocé nuestra propuesta en  
**PROVINCIAART.COM.AR/PAS**





▲Pablo Perfumo, Gerente de Sinistros de Orbis Seguros

**NO Autos**

¿Qué pasó con la siniestralidad de las coberturas de Patrimoniales, más allá de Automotores?

**Alberto Durán, Liquidador de Sinistros,** respondió: «En lo que concierne a la actividad de nuestro estudio, orientada a los ramos patrimoniales NO Autos, puedo decir que la siniestralidad se ha mantenido constante en los segmentos de líneas personales y riesgos industriales. Recuperó los niveles pre pandemia en Integrales de Comercio y Consorcio, y hubo un ligero incremento en Combinados Familiares debido al fraude.

Por otro lado, los siniestros en riesgos corporativos (incendios, robos, IVT, fenómenos de la naturaleza, etc.) también han recuperado su estándar pre pandemia. Hemos observado un alza en el ramo de Responsabilidad Civil, en especial en obras de construcción pública y privada, seguros técnicos -equipos de contratistas, maquinaria vial, etc.-, que habían sufrido una notoria baja durante 2020 y 2021. Con la marcada reactivación del rubro, hoy han recuperado su frecuencia».

En cuanto a otros ramos, **Elía Castro** compartió: «Según datos oficiales de la Superintendencia de Seguros de la Nación, tomando como referencia el índice de siniestralidad interanual a marzo 2022, los ramos que registran una reducción casi sistemática son Vida, Retiro, RC y Transporte Público de Pasajeros. En cambio, los ramos que han registrado un crecimiento son principalmente Riesgos del trabajo, Automotores y Motovehículos, Granizo y Ganado».

A esto, **Musso** agregó: «Los ramos que han aumentado son Automotores y la rama Riesgos del Trabajo. Seguros de Retiro ha disminuido la siniestralidad respecto del año anterior.

Con la falta de referencia y previsibilidad de precios, todos los ramos que en sus coberturas impliquen una reposición, ya sea del bien o de repuestos, aumentaron en el último tiempo».

**Automotores**

A continuación, consultamos por la **evolución de la siniestralidad en el ramo de automotores.**

Sobre el particular, **Perfumo** indicó: «La siniestralidad de automóviles aumentó de un año al otro en torno del 20% aproximadamente en frecuencia. En intensidad supera el 80%, producto del aumento de los valores de los automóviles por arriba de la inflación, así como los reclamos por lesiones o robos parciales de neumáticos».

A su vez, **Díaz** contó: «Dentro de nuestra cartera, notamos un mayor aumento en la intensidad que en la frecuencia siniestral».

Por el contrario, **Bona** afirmó que los valores en la cartera de AON se mantuvieron similares a los últimos dos años, en cuanto a cantidad e intensidad de siniestros.

Seguidamente intervinieron **Frontoni** y **Fernández**: «Si comparamos la frecuencia siniestral de Automotores del primer semestre del presente año respecto del primer semestre del año pasado, se puede ver un incremento tanto en las coberturas de Casco como en las de Responsabilidad Civil.

Por otra parte, la intensidad se vio afectada por la aceleración del proceso inflacionario y por el aumento en el valor de los vehículos y repuestos que, en muchos casos, superó la inflación».



▲Diego Frontoni, Coordinador de Sinistros de Río Uruguay Seguros (RUS)

En otro momento de la charla, **Bona** comentó: «La cantidad de siniestros se ha mantenido constante en los últimos años. En cuanto a la resolución de los casos, se ha complejizado. En Autos, por el faltante de autopartes; y en Property & Casualty -en siniestros de intensidad (alto impacto económico)-, los tiempos de resolución se han extendido y las aseguradoras han adoptado políticas más restrictivas.

Mención aparte, los siniestros de vida tuvieron una fuerte suba en 2021 producto de la pandemia. Afortunadamente, esto parece haberse estabilizado durante el 2022 y no han sufrido variación en el trámite de resolución».

Por su parte, **Díaz** observó: «En líneas generales, la cobertura con mayor deterioro fue Robo, en todos los ramos.

Asimismo, sobre el rubro automotor podemos destacar que también hubo un aumento de siniestralidad en accidentes, por una mayor exposición con el aumento de circulación post pandemia».

**Robo de ruedas**

¿Por qué se disparó el robo de ruedas? ¿Cuáles son las zonas más 'calientes'?

**Musso** explicó: «En el contexto que transitamos, este tipo de ilícitos son frecuentes a causa del faltante de mercadería, sumado a los valores excesivamente altos. Esto genera el combo perfecto para que aumente exponencialmente el robo».

**Frontoni** y **Fernández** coincidieron: «El robo de ruedas se transformó en un rubro considerable dentro del presupuesto de pago de siniestros. Registró un marcado incremento fundamentalmente en Buenos Aires (AMBA) y en las ciudades de Córdoba, Rosario, La Plata y Mar del Plata».



▲Sergio Fernández, Líder de Gestión Asegurados Automotor de RUS

que afecta directamente los niveles de solvencia y liquidez de las Aseguradoras para afrontar sus obligaciones.

La siniestralidad recuperó los niveles pre-pandemia en cuanto a la frecuencia y, según los últimos informes de la Superintendencia, el índice de siniestralidad de diciembre 2021 a marzo 2022 registró una baja porcentual significativa del 12%, pero si vemos la evolución del último año, la tendencia es en alza: pasó del 43.76% al 48,81%.

En cuanto a cantidad de juicios, hay una situación similar. El interanual creció, aunque los juicios informados en los Balances al 31 de marzo de 2022 alcanzaron un total de 457.556. Es un dato positivo, ya que infiere una leve tendencia a la baja, si tomamos en cuenta que a diciembre 2021 ascendían a 460.276».

**EN ORBIS ESTAMOS LISTOS PARA SALIR A LA CANCHA CON NUESTROS PAS**

¡Participá del concurso y viajá para ver a la Selección!

Si quieres ser PAS ORBIS ¡Sumate a nuestro equipo ahora!

\* Consultá con tu Agencia comercial  
Ver bases y condiciones del concurso en [www.orbiseguros.com.ar](http://www.orbiseguros.com.ar)

Nº de inscripción en SSN: 0293 | 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 NACION

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



▲ Maximiliano Bona, Head of Argentina en AON

➔ Dentro de la provincia de Buenos Aires, Díaz especificó: «En función de la distribución de nuestra cartera, las zonas geográficas que sufrieron aumento de robo de ruedas son CABA, Zona Sur del GBA y Mar del Plata».

A continuación, Perfumo aseguró: «El robo de neumáticos tuvo un incremento de casi el 30% de un año a otro en frecuencia; y en intensidad, alineado con los aumentos de sumas aseguradas de los vehículos».

No hay una zona en particular con mayor frecuencia. Hoy, el robo de neumáticos se transformó en lo que fue en una época el robo de estéreos.

El tipo de ruedas más afectadas son, en general, aquellas de marcas importadas que tienen dificultad para poder importarse».

A su vez, Bona afirmó: «A través de los últimos años se mantuvo la misma distribución de siniestros de robo de 1 rueda, 2 ruedas o 3 o más ruedas. Más del 80% de nuestros casos se registran en el AMBA».

Sobre este tema, Elía Castro reflexionó: «Es un delito que se ha incrementado exponencialmente los últimos años en parte por la inseguridad, pero también por ser un evento muy cercano al fraude. Entiendo que eliminar la cobertura no soluciona el problema de fondo, pero podría aplicarse una franquicia obligatoria en todos los planes que posean cobertura de robos parciales. De esta manera, por un lado sería una barrera para el fraude y, por otro, no tendría tanto impacto en la tarifa».

En definitiva, es necesario seguir insistiendo en la unión de las compañías respecto del alcance de las coberturas y sobre el rol proactivo de la SSN, quien tiene capacidad de establecer acuerdos de cooperación con otros organismos estatales para prevenir y combatir el fraude».

**Resolución 542**

Con motivo de la creciente siniestralidad del robo de ruedas, recientemente la SSN emitió la **Resolución 542**

que incorporó tres nuevas opciones de cláusulas adicionales para la cobertura de robo o hurto en el seguro de automotores. Las nuevas cláusulas adicionales son:

- **CA-RH 5.2** Cobertura de las ruedas. Reposición limitada por cantidad máxima de ruedas;
- **CA-RH 5.3** Cobertura de las ruedas. Reposición limitada por cantidad máxima de eventos; y
- **CA-RH 5.4** Cobertura de las ruedas. Reposición limitada por cantidad máxima de ruedas y de eventos.

También se modificó la a Cláusula «**CA-RH 6.1 Cobertura de cubierta**», indicando que «el Asegurador se obliga a reponer, en caso de robo o hurto, como máximo una rueda sin aplicar descuento alguno por depreciación cualquiera sea la cantidad de robos que ocurran durante la vigencia de este contrato».

Al respecto, Elía Castro consideró: «Es un reclamo legítimo motivado principalmente por el complicado momento que estamos atravesando. Aunque es una buena iniciativa, entiendo que no va a generar ningún impacto debido a que las compañías no implementarán limitaciones a las coberturas con el riesgo de quedar en desventaja respecto de la competencia, y mucho menos en un contexto de guerra tarifaria como el que atraviesa el mercado».

Por su parte, Musso opinó: «Creemos que es una buena medida ya que, como todos conocemos, la reposición ilimitada en estos tiempos genera un alto índice de fraudes debido a su alto costo. Repercute en los indicadores de la compañía obligando a la corrección de los mismos mediante tarifa».

A continuación, Frontoni y Fernández comentaron: «Entendemos que las cláusulas incorporadas por esta Resolución deberían generar un impacto positivo en el mercado asegurador, ya que permitirán morigerar el impacto de este tipo de siniestros. La aplicación de estas cláusulas y la profundización de las políticas de lucha contra el fraude contribuirán a una mejora de los resultados de las empresas».



▲ Carlos Musso, Gerente Comercial de S&C Brokers de Seguros



▲ Maximiliano Díaz, Gerente de Siniestros de Hawk Group

A esto, Perfumo sumó: «Entiendo que tiende a reducir la siniestralidad de este segmento. Dependerá de cada aseguradora qué política adoptará. La misma norma da la posibilidad de poder limitarlo en eventos o cantidad de ruedas a cubrir por vigencia, algo que se venía solicitando hace mucho tiempo, por lo que debería reducir la siniestralidad dependiendo de cómo la aplique el mercado según cada cobertura y tipo de segmento. Estimo que se debería reducir entre un 20/30% o más».

Seguidamente, Díaz expresó: «Como todos los cambios, traerá aparejadas muchas situaciones a rever con la puesta en práctica de la resolución».

Destaca la modificación de los términos 'rueda' y 'cubierta' como una mejoría, así como la limitación de eventos y cantidades de ruedas a cubrir, lo cual ayudará a reducir las denuncias con intenciones fraudulentas. De cualquier modo, una posibilidad a considerar, y para no quitar servicio en la atención al cliente, es ofrecer dos tipos de coberturas: una limitada y otra sin límites de reposición, con los valores correspondientes a cada una».

La ronda finalizó con Durán, que brindó su perspectiva desde su especialidad: «Trazando un paralelo con las coberturas patrimoniales que conozco, siempre he sido de la idea que 'mejor que no ofrecer una cobertura' es aplicar una franquicia, pautar un tope indemnizable, o bien limitarla a cierta cantidad de hechos acaecidos dentro del período de vigencia de la póliza. Aunque carezco de estadísticas, entiendo que todas las medidas que puedan arbitrase para combatir el fraude siempre son válidas».

**Fraude**

Justamente, Durán tocó un tema sensible. Por ello, a partir de lo anterior, ahondamos en los números que se manejan respecto al fraude en el robo de ruedas.

Díaz fue el primero en tomar la palabra, y al respecto dijo: «Se estima que el 30% de las denuncias son fraudulentas. Desde Hawk Group trabajamos con éxito en la prevención de fraudes para minimizar el impacto en cantidad de casos».

**Evolución de los Siniestros del Mercado**

Marzo 2021	Junio 2021	Septiembre 2021	Diciembre 2021	Marzo 2022	Variación Interanual Real
<b>Siniestros Pagados por las Aseguradoras</b>					
-313.185.709.837	-492.227.796.120	-163.434.892.300	-367.311.003.083	-613.928.190.326	26,38%
<b>Primas Netas Devengadas</b>					
611.641.109.217	900.312.617.557	260.205.111.557	568.397.841.262	1.016.173.999.572	7,11%
<b>Siniestros Netos Devengados</b>					
-267.683.541.123	-407.862.705.656	-140.280.908.455	-311.991.793.941	-496.026.621.091	19,47%

Nota: Cifras en Pesos a Valores Corrientes. Fuente: SSN.

Perfumo mostró cifras similares: «Entendemos que el 30% o un poco más tiene indicadores de fraude, pero lograr probarlo no es una tarea tan sencilla. Muchas veces, las compañías terminan pagando siniestros que, si bien los indicadores marcan otra cosa, no se logra probar el fraude y se deben pagar tal cual lo indican las normas».

Por su parte, Frontoni y Fernández afirmaron: «El robo de ruedas es el hecho que mayor análisis requiere y, en nuestra experiencia, el porcentaje de intentos de fraude detectados alcanzan al 14% del total denunciado».

**Siniestros fast track**

¿Cuál es la efectividad de los procesos montados para atender siniestros de manera rápida, para ruedas y cristales?

Bona, al respecto dijo: «En Aon somos pioneros en el fast track: un servicio específico donde el cliente, previo a recibir una orden de reposición, tiene garantizado que el repuesto esté disponible en el proveedor seleccionado. De esta forma, ofrecemos la reposición en forma inmediata. Últimamente, estamos experimentando algunos inconvenientes con ciertas piezas importadas que hacen difícil su reposición inmediata».

Seguidamente, Musso expuso: «Basado en el feedback de nuestros clientes, la experiencia es altamente satisfactoria. La resolución de los casos es inmediata con un simple llamado y coordinación de la reposición en un prestador de cercanía del asegurado».

Díaz coincidió con su colega: «En condiciones normales, este servicio es valorado positivamente por el asegurado en términos de calidad de respuesta y rapidez en la resolución del siniestro. Como herramienta para el cliente y la mejora de la atención, nos parece un buen elemento».

Por su parte, Durán comentó: «En los ramos patrimoniales, la metodología del Fast Track ha dado muestras de que resulta



▲ Christian Elía Castro, Manager de NEO Brokers

apropiada y eficaz para la liquidación de siniestros menores. A muchas aseguradoras les ha permitido dar una respuesta ágil y eficiente a satisfacción de sus asegurados».

En este punto, intervino Elía Castro, quien opinó: «Como idea es muy buena, pero mi sensación es que no ha superado las expectativas».

Despersonaliza el servicio de post venta en tiempos donde la experiencia del cliente es relevante, sumado a que los PAS invierten la misma cantidad de tiempo monitoreando el proceso porque, ante cualquier eventualidad, el proveedor tiende a desligarse del problema. Hay mucho para mejorar, no tanto en términos de desarrollo tecnológico, sino de estándares en la calidad de procesos, selección de proveedores, control de calidad, entre otros, porque en definitiva también terminan siendo la cara visible de las Compañías».



Junto a vos,  
dedicados a brindar el mejor servicio.



Descargá nuestra aplicación.



0810 999 3200

www.segurosriবাদavia.com

Nº de inscripción en SSN 0222

Atención al asegurado 0800-666-8400

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



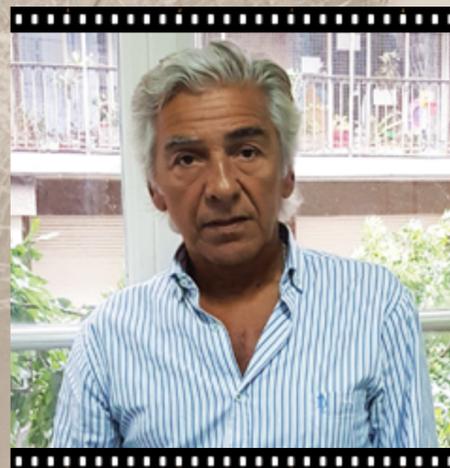


**PAS**

En otro orden, **Durán** reflexionó sobre la **importancia del asesoramiento del PAS y la relación con el liquidador de siniestros**: «El correcto asesoramiento constituye la esencia misma de la labor del PAS, porque es lo que le permite marcar la diferencia. Le agrega el valor que no tiene una contratación directa y lo a través de canales de venta masiva, carentes de un adecuado soporte técnico y profesional.

Poner el foco en su capacitación lo facultará a ejercitar la prestación de manera más idónea y eficiente, no sólo para conocer y saber transmitirle al tomador las bondades del producto que vende, sino también para ofrecerle las coberturas que mejor se ajustan a las necesidades del cliente de acuerdo con las características del riesgo que se pretende asegurar.

En tal sentido, no se debe perder de vista que la matriz rectora en la relación con el cliente es la confianza que éste deposita en quien supone un experto en una materia. Por tal motivo, el resultado de una buena suscripción saltará a la vista en la eventualidad



▲ **Alberto Durán, Liquidador de Siniestros**

de un siniestro. En esta situación, el Asegurado no se enfoca en la satisfacción que pueda darle una Aseguradora que a veces hasta desconoce, sino en su Asesor, de quien espera una respuesta a la altura de las circunstancias en el desarrollo de la gestión de liquidación.

Desde la óptica de un Asegurado, ese 'estar a la altura' será la comprobación de que la póliza contratada ha sido la más adecuada para el amparo de su patrimonio. En una instancia de liquidación y ajuste en que ya no se podrán revisar condiciones, coberturas, prestaciones, etc., todo lo actuado quedará subordinado a una eficiente gestión del PAS, que pasa a ser su garantía de que será resarcido de acuerdo con sus expectativas.

**Infraseguro**

Ya en el cierre, **Durán** concluyó identificando los ramos con mayor infraseguro: «Estar infrasegurado es haber pactado una suma asegurada insuficiente para amparar el riesgo de interés.

En las coberturas operativas A Primer Riesgo Absoluto, como robo, daños por agua, Responsabilidad Civil y otras, si calculamos en menos el capital suscrito estaremos ante un problema.

En las prestaciones A Prorrata, en las que toda indemnización queda supeditada a la relación entre Suma Asegurada y Valor a Riesgo, vemos que sólo la coincidencia de ambos garantizará un resarcimiento acorde con las pérdidas derivadas de un siniestro. Por eso es importante conocer el segundo para definir el primero.

Esto lleva a que el PAS requiera del aporte informativo y documental del asegurado acerca de todo aquello que pueda tener incidencia en la determinación fehaciente del Valor Asegurable del bien a asegurar. Así, sólo un eficiente conocimiento del riesgo nos facultará a establecer correctamente su Valor Asegurable y, en función de ello, definir la Suma Asegurada a contratar. No hacerlo o hacerlo mal suele derivar en una situación de Infraseguro.

Esta situación suele agravarse y/o hacerse más frecuente en épocas de alta inflación como la actual, cuando se verifican incrementos de costos diferenciales, cuya incidencia impactará en el Valor a Riesgo y deberá ponderarse en el ajuste de las Sumas Aseguradas».



**aacms**  
ASOCIACION ARGENTINA DE COOPERATIVAS  
Y MUTUALIDADES DE SEGUROS

**stop loss**  
bureau de reaseguros s.a.

**rasa**  
Reaseguradores Argentinos SA

**FINALLOSS S.A.**  
de Mandatos y Servicios

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

**ESTAMOS CONECTADOS**

PERO MÁS IMPORTANTE AÚN ESTAMOS EN CONTACTO SIEMPRE

NEGOCIO

DATOS

PERSONAS

EMPRESAS



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

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

[www.dcsistemas.com.ar](http://www.dcsistemas.com.ar)

# Una mirada a los Recursos Humanos en el Mercado de Seguros

La flexibilidad horaria y una modalidad de trabajo híbrida -no esquemática- son algunos de los aspectos más tenidos en cuenta por quienes buscan trabajo, además obviamente de las condiciones salariales y las posibilidades de desarrollo y crecimiento dentro de la empresa. Dos compañías líderes del mercado de seguros y una firma referente en servicios y soluciones innovadoras de Capital Humano, nos dan su visión sobre la actualidad de los Recursos Humanos.

Escribe **Dra. Gabriela Álvarez**

El paso de la pandemia generó la necesidad de que las empresas deban adaptarse rápidamente a las nuevas circunstancias impuestas por esta situación tan particular. El trabajo a distancia o *home office* fue la modalidad utilizada para poder hacer frente a esa etapa sin tener que frenar la actividad económica de las empresas. Pero el *home office* llegó para quedarse y con él surgieron gran cantidad de interrogantes acerca de las nuevas modalidades de trabajo que la tecnología actual nos permite desarrollar, potenciando aún más las capacidades humanas.

Las empresas de seguros no fueron ajenas a esta realidad y rápidamente adaptaron sus sistemas e implementaron los medios necesarios para poder llevarlo a cabo.

Desde el punto de vista laboral, actualmente la flexibilidad horaria y la intermitencia en concurrir a la oficina son uno de los puntos más tenidos en cuenta por quienes buscan trabajo, aparte obviamente de las condiciones salariales y las posibilidades de desarrollo y crecimiento dentro de la empresa.

En esta nota entrevistamos a dos compañías líderes del mercado, como son el **Grupo Sancor Seguros** y **Libra Seguros**, las cuales nos brindaron su mirada respecto de la situación actual del área de recursos humanos según su propia experiencia. Asimismo, entrevistamos a la firma **Manpower Group**, empresa líder a nivel global en servicios y soluciones innovadoras de Capital Humano, con el objetivo de conectar el potencial de las personas con el poder de los negocios, la cual nos comentó su visión del mercado de seguros.



- ¿Cómo podría definir la situación actual del empleo en el mercado de seguros?

En opinión de **Alan Roggau, Gerente de Capital Humano del Grupo Sancor Seguros**, el mercado de seguros es dinámico, se mantiene el nivel de movilidad, principalmente enfocado más en áreas de staff que en posiciones vinculadas específicamente a la industria en particular. «Los roles más buscados son los técnicos/comerciales. Por el contexto actual, y creo que no somos la excepción, la mayor movilidad se da en las áreas de TI, vinculado esto fundamentalmente con la alta demanda de este tipo de perfiles a nivel mercado. La migración no es hacia empresas colegas, sino que son posiciones compatibles con el mercado global».

Para **Ayelén Suárez, Gerente de Recursos Humanos de Libra Seguros**, «la pandemia aceleró la transformación digital que ya estábamos transitando y hoy se ve un gran desafío en el mercado laboral, porque cada vez hay que ser más estratégico para atraer talento de calidad y, a su vez, que elija quedarse. El talento hoy quiere estar en el mejor lugar, tomar decisiones de su

carrera y ser protagonista. A su vez, el mercado asegurador está cambiando, muchas compañías estamos yendo hacia un concepto de manejo de datos y los perfiles que se requieren para acompañar esta transformación nos invitan a ser innovadores y disruptivos, salir de la caja y pensar cómo hacerlo diferente y mejor. En el caso de **Libra**, tenemos un crecimiento sostenido en la cantidad de colaboradores en todas las áreas».

**Valeria Calónico, Directora de Operaciones de Manpower Group Argentina**, destacó que «según nuestra reciente investigación **‘El gran aprendizaje’**, que analiza las tendencias del panorama laboral 2022, más del 80% de las organizaciones ha avanzado hacia la digitalización, haciendo que la revolución tecnológica cobre un ritmo inmedible. Particularmente, el sector Bancos, Finanzas, Seguros & Bienes Raíces es una de las industrias que continúa intensificando su digitalización como resultado de la pandemia. En este sentido, observamos que muchos bancos y aseguradoras están rediseñando sus procesos y productos y, por ende, su modelo de negocios está cambiando, por lo que necesitan incorporar talento con nuevas habilidades, principalmente en el área de tecnología. A su vez, las Fintech ➡

“Que lindo sería que los chicos manejen la empresa familiar juntos.”

Tu empresa es tu sueño hecho realidad y también tu legado. Protégela para que siga siendo tu orgullo, más allá de cualquier imprevisto.



**SWISS MEDICAL**  
S E G U R O S

Planes que aseguran tus planes.

**AMATISTA EMPRESA**  
Seguro Societario + Hombre Clave  
+ Beneficios para Empleados.

[www.swissmedicalseguros.com](http://www.swissmedicalseguros.com)



¿Sos Productor  
Asesor de Seguros?

TE INVITAMOS A LA EXPERIENCIA HAWK





▲ Alan Roggau, Gerente de Capital Humano del Grupo Sancor Seguros

➤ continúan creciendo exponencialmente, como también lo hacen aquellas organizaciones dedicadas al desarrollo y avance de las criptomonedas».

#### - ¿Qué cambios implementaron luego de la pandemia en la modalidad de trabajo?

Alan Roggau, desde el Grupo Sancor Seguros, consideró que «la pandemia trajo grandes cambios en todos los órdenes de la vida, que atravesaron a las personas y a las organizaciones desde lo cotidiano hasta las macro decisiones. Para adaptarnos al nuevo contexto en lo que refiere a las formas de trabajo, implementamos un formato híbrido. Previo al 20 de marzo de 2020, estábamos realizando las primeras pruebas de trabajo a distancia con áreas determinadas. La pandemia aceleró algunas decisiones y, en este caso, para bien, promoviendo una modalidad de trabajo híbrido flexible, no imponiendo un esquema rígido sino dando intervención y potestad a los líderes, que son quienes conocen a sus equipos, para que lo coordinen según las necesidades, cuidando siempre la calidad de atención para con nuestros clientes».

Ayelén Suárez, comentó que en el caso de Libra Seguros, «a mediados de 2021 nos mudamos a una oficina totalmente innovadora y disruptiva, que es lo que hoy llamamos CASA LIBRA. Impensado hace unos años para una compañía de seguros, pero en Libra lo hicimos real. Implementamos una política de trabajo totalmente flexible, contamos con una política de teletrabajo y las puertas de la oficina siempre están abiertas para todo aquel que elija trabajar desde allí. Generamos un espacio de libertad, intercambio y creatividad con actividades más allá de las estrictamente laborales».

Valeria Calónico, señaló que en el caso de la firma Manpower Group, la pandemia marcó el fin de la jornada a tiempo completo en la oficina «y, en este sentido, la mayoría de las personas y las empresas se inclinaron por adoptar modelos híbridos que combinen la presencialidad y el trabajo remoto con foco en el bienestar y el equilibrio de la vida laboral y familiar. Según nuestra investigación 'El gran aprendizaje', todos los trabajadores, desde la línea de producción hasta quienes realizan home office, exigirán flexibilidad laboral. De hecho, los 3 factores más importantes que priorizan los trabajadores son: posibilidad de elegir las horas de inicio y finalización (45%), más días de vacaciones (36%) y tener opciones de trabajo completamente flexibles (35%)».

#### - ¿Qué medios utilizan para la búsqueda de nuevos recursos?

En el Grupo Sancor Seguros, Alan Roggau relató que «para la búsqueda de nuevos recursos contamos con un Portal de Empleo propio, recurrimos a Portales de empleo generales, convenios con universidades, LinkedIn y redes sociales. Cada canal es utilizado según la búsqueda que estemos abordando para, de esta manera, ser los más asertivos posibles para lograr el objetivo que nos proponemos».

En Libra Seguros, Ayelén Suárez manifestó que se encuentran en pleno crecimiento y constantemente surgen nuevas posiciones y desafíos. «Cada vez que se abre una vacante tenemos como premisa mirar primero hacia adentro y si es posible cubrir esa posición internamente. Recientemente, lanzamos un Programa de Pasantías y siempre priorizamos brindar la posibilidad de desarrollo a nuestros colaboradores. Esto hace que muchas veces salgamos al mercado a buscar roles más juniors o conocimiento muy específico que no tenemos internamente. Para atraer talento utilizamos redes sociales, candidatos referidos, bolsas de distintas universidades y plataformas de búsqueda convencionales. El proceso de selección externo es muy personalizado y está a cargo del área de Recursos Humanos».

Valeria Calónico señaló que, en el caso de Manpower Group, «venimos implementando el teletrabajo e invirtiendo en la transformación digital de nuestros procesos de forma sostenida. Ya antes del inicio de la pandemia habíamos implementado un modelo híbrido, por lo que, a partir de la pandemia pudimos trabajar 100% a distancia sin mayores inconvenientes, debido a que contábamos con el equipamiento, las herramientas digitales y las metodologías de trabajo necesarias».

En referencia a los candidatos, el reclutamiento también lo estamos llevando adelante completamente a distancia. Realizamos las entrevistas y evaluaciones por diferentes plataformas virtuales. A su vez, los candidatos pueden postularse a las búsquedas vigentes a través de nuestro portal web. Asimismo, ofrecemos un chatbot vía WhatsApp, alimentado con inteligencia artificial, para mantenernos comunicados con candidatos y asociados, mediante el cual recibimos más de 439.000 mensajes en el año. Entre las funcionalidades para asociados se incluyen consultas y auto-gestión, mientras que para candidatos el asistente virtual brinda consejos para armado de CV, permite su carga y hasta ofrece información sobre las vacantes abiertas.

Por último, específicamente para nuestros asociados, contamos con diferentes vías de comunicación. Dentro de la Comunidad Manpower Group, a la cual pueden acceder desde una App o desde la computadora con su usuario y contraseña, pueden realizar todas sus gestiones: firma de documentación, solicitud de licencias y envío de telegramas, entre otros. También contamos con una línea telefónica exclusiva».

#### - ¿Qué beneficios brindan al personal que trabaja para la empresa?

EL Grupo Sancor Seguros, tal como nos comenta Alan Roggau, ha implementado un programa de beneficios basado en pilares, colocando siempre a la persona en el centro, que contribuyen a generar equilibrio entre la vida laboral y personal de cada colaborador o colaboradora. «El cuidado de nuestra gente es una de las premisas de nuestra gestión, como así también la formación constante y permanente es un reto que asumimos, para lo cual generamos propuestas de capacitación que permiten el desarrollo y logro de los objetivos en el plano individual, grupal y organizacional».



▲ Valeria Calónico, Directora de Operaciones de Manpower Group Argentina



▲ Ayelén Suárez, Gerente de Recursos Humanos de Libra Seguros

Libra Seguros, a través de Ayelén Suárez, informó que actualmente tienen beneficios muy interesantes y constantemente están trabajando para sumar nuevos y mantenerlos actualizados. «Contamos con desayuno y almuerzo en la oficina, viernes flex, días extras de vacaciones, medio día de cumpleaños, gift card de regalo al cumpleaños, día de trámites personales, días extras por mudanza y regalos por casamiento/nacimiento/adopción. Además, tenemos licencia extendida por maternidad y paternidad, reintegro por guardería, horario flex de entrada y salida para personas que actualmente están estudiando, descuento en pólizas de la compañía, descuentos en telefonía, entre otros».

#### - ¿Qué metodología implementaron para la retención de aquellos empleados más destacados?

Para Alan Roggau, del Grupo Sancor Seguros, «la atracción y retención de talentos es uno de los principales focos de nuestra gestión del Capital Humano. Para ello, trabajamos en planes de desarrollo individual que incluyen capacitación permanente, formaciones en liderazgo, revisión de bandas salariales, intercambios con universidades de primera línea. A su vez, como Organización que mira permanentemente al futuro, tenemos en marcha proyectos y encontramos en éstos una posibilidad atractiva y desafiante para los perfiles que se destacan».

En concordancia con lo anterior, Ayelén Suárez, de Libra Seguros, comentó que «actualmente trabajamos mucho en el propósito e intentamos generar el contexto para que todas las personas que trabajan en Libra se sientan felices de ser parte. Brindamos una visión concreta de sus oportunidades de carrera dentro de la compañía y acompañamos su desarrollo con capacitaciones. A su vez, hacemos un esfuerzo consciente para tener una propuesta de valor atractiva y diferenciamos de otras compañías en salarios, beneficios y flexibilidad».

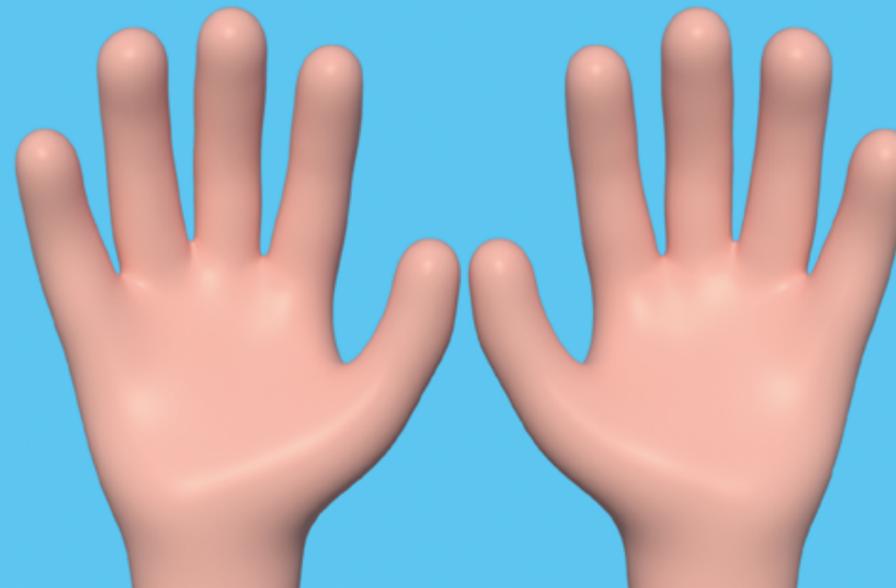
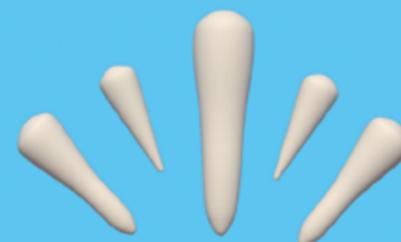
#### - Desde el punto de vista del empleado, ¿qué incentivos considera que son los más tenidos en cuenta a la hora de tomar la decisión de irse o quedarse?

Con relación a este punto, Alan Roggau manifestó que «la modalidad de trabajo híbrido y flexible es uno de los principales atractivos que los colaboradores ponen sobre la balanza al momento de tomar la decisión de continuar formando parte de nuestro equipo en este contexto tan cambiante y dinámico. Pero no son solo estos 'nuevos' incentivos los que nos posicionan al momento de elegirnos: tenemos el respaldo de una Organización de 77 años de trayectoria, con amplia presencia a lo largo y ancho de todo el país, que brinda estabilidad, seguridad y desarrollo profesional, y eso es sumamente valorado».

En opinión de Ayelén Suárez, si bien el salario es importante, también hay otros factores que son tenidos en cuenta a la hora de quedarse o irse. «En Libra contamos con una propuesta de valor atractiva, nos parece muy valiosa la flexibilidad, la conexión que se tenga con el propósito de la compañía, con la gente con la que se trabaja, el lugar físico, tener líderes que ➤

# EXPERTA SEGUROS

## Un seguro que te la hace fácil. Muy fácil.



### CONSULTÁ CON TU PRODUCTOR ASESOR DE SEGUROS

## Llámanos al 0800 777 7278

# EXPERTA SEGUROS

# AUTOS



⇒ inspire, las oportunidades de carrera y un ambiente diverso, donde cada persona se sienta incluida y valorada siendo como es».

Continuando con los beneficios, consultamos a la firma **Manpower Group**, acerca de **qué incentivos son los más tenidos en cuenta por los empleados a la hora de elegir un trabajo y qué inquietudes notan en los postulantes a la hora de la entrevista laboral**.

**Valeria Calónico** comentó que la investigación «**El gran aprendizaje**» plantea que los colaboradores exigen cada vez más flexibilidad laboral, además de mayor autonomía, salarios competitivos, buenas condiciones de trabajo y desarrollo de habilidades. «De hecho, el 49% de los colaboradores se cambiaría de organización para mejorar su bienestar y el 75% de las personas quieren sentirse motivadas y apasionadas con

lo que hacen y, quieren ser reconocidas por su contribución. En este sentido, desde **Manpower Group** entendemos que resulta fundamental que las organizaciones generen confianza y transparencia con sus colaboradores, sea la modalidad que elijan para trabajar. Las áreas de Recursos Humanos deben estar atentas y escuchar a las personas, sus preocupaciones o necesidades y contestar a ellas.

Asimismo, deberán brindar oportunidades de capacitación, poniendo el acento no sólo en las competencias técnicas, muy demandadas en este momento, sino también en sus habilidades blandas (confiabilidad y autodisciplina, el razonamiento y la resolución de problemas, la creatividad y originalidad, la capacidad para tomar la iniciativa y la colaboración y el trabajo en equipo). Si bien las competencias técnicas son importantes, las humanas son las que generarán empleabilidad y resiliencia a largo plazo y son las que continuarán promoviendo la curiosidad de un individuo por el aprendizaje y desarrollo».

#### - ¿Cómo ven el futuro de la industria aseguradora en lo relativo a recursos humanos?

Según comentó **Alan Roggau**, es una industria que se está aggiornando al contexto actual. «Hasta hace unos años era una industria más conservadora y ortodoxa, que demandaba perfiles técnicos, era casi impensado incluir otras capacidades. El mundo cambió, la transformación digital nos propone retos a diario, y la actividad aseguradora no es ajena al impacto de las nuevas tecnologías, de las nuevas formas de trabajo, de las nuevas generaciones que nos interpelan desde otro lugar. En ese marco, estamos constantemente trabajando en iniciativas que nos permitan afrontar este desafío actual, diseñando estrategias y acciones enfocadas en generar la mejor experiencia para nuestros colaboradores».

En opinión de **Ayelen Suárez**, «tenemos un desafío por delante, la pandemia nos obligó a ser innovadores y reinventarnos. Cada vez tenemos que ser más competitivos para que los talentos nos elijan, quieran venir a trabajar con nosotros y quieran quedarse. En este contexto, el rol de RRHH me parece fundamental, porque a las compañías las hacen las personas. Si las personas se sienten atraídas por la propuesta de valor, sienten que son importantes, se sienten reconocidos y valorados, probablemente den lo mejor de sí mismos. En **Libra** pensamos con el modelo del Ser Humano en el centro, somos responsables del bienestar de nuestra gente e intentamos generar un lugar donde las personas quieran venir a trabajar, y se sientan plenas y felices».

Consultada la firma **Manpower Group**, **Valeria Calónico** destacó que según la **Encuesta de Expectativas de Empleo**, los empleadores argentinos esperan un crecimiento moderado en la contratación de personal para el tercer trimestre del año.

«El 36% de los empleadores encuestados planea aumentar sus dotaciones de personal, el 19% disminuirlas, el 37% no espera realizar cambios y el 8% restante no sabe si los realizará durante el periodo relevado».

En este sentido, la Expectativa Neta de Empleo (ENE) para el tercer trimestre de 2022 es de +21%, demostrando así un aumento de 8 puntos porcentuales en comparación con el segundo trimestre del 2022.

Específicamente el sector **Bancos, Finanzas, Seguros & Bienes Raíces** lidera las intenciones más sólidas de la muestra, con una ENE de +32%, seguido por Educación & Salud (+28%) y Manufacturas (+21%)».

Respecto de los puestos más buscados y los más difíciles de ubicar, Valeria destacó que «desde **Manpower Group** observamos que, debido a la creciente digitalización de las organizaciones y los cambios demográficos, los empleadores no logran conseguir los perfiles que necesitan con la combinación necesaria de conocimientos técnicos y habilidades humanas. Según nuestra «**Encuesta de Escasez de Talento**», lanzada recientemente, los perfiles más demandados son: Tecnología de la Información (IT) y data, administración y asistentes de oficina, atención al cliente, operaciones y logística y ventas y marketing. A su vez, las industrias que presentan la mayor escasez de talento son: IT & Tecnología (84%), Comercio mayorista y minorista (77%), Educación y salud (75%), Restaurantes y hoteles (71%), Construcción (70%), Manufacturas (68%) y Bancos y finanzas (64%)».

TODO PARA  
CUIDARTE  
CON PLANES  
QUE SE ADAPTAN  
A VOS

Elegí cuidarte con la red de servicios médicos más grande del país y con planes que se adaptan a cada necesidad.

SANCORSALUD.COM.AR

 **SanCor Salud**

Medicina Privada

ASOCIACIÓN MUTUAL SANCOR SALUD inscrita en el Registro Nacional de Entidades de Medicina Prepaga (R.N.E.M.P.) bajo el número 1137. Superintendencia de Servicios de Salud - Órgano de Control de Obras Sociales y Entidades de Medicina Prepaga - 0800-222-SALUD (72583) - www.sssalud.gob.ar



Grupo  
**BAIONI**  
Siempre Juntos

Baioni S.A. Seguros Baioni bLIFE bcenter VIVA SEGUROS iBaionline BASSIST assisto tuseguro deviaje.NET

<http://www.grupobaioni.com>

 SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

Atención al asegurado  
0800-666-6400

# LISA Insurtech, inteligencia artificial y tecnología aplicada al Seguro

**Dialogamos con Gino Bustamante, CEO y Fundador de LISA Insurtech, quien desarrolló la propuesta de la empresa, que a través de su producto, LISA Claims, logra la disrupción por medio de inteligencia artificial, analizando fotografías y documentos que permiten evidenciar el daño o el tamaño de la siniestralidad para en 2 minutos tener una propuesta de ajuste o solución al siniestro. Los ramos en los que actualmente la compañía está enfocada son Salud, Auto, Vida y Hogar.**

Escribe **Dra. Gabriela Álvarez**

Vivimos en un mundo digital, dinámico, móvil, un mundo donde las experiencias se vuelven incluso más relevantes que la seguridad y la estabilidad. La experiencia que atravesamos como clientes, muchas veces, tiene más valor hoy en día que el producto o servicio que se ofrece. Es que el mundo mismo está cambiando rápidamente, y con él, trae cambios en los consumidores y por ende obligadamente en los empresarios.

Las redes sociales crearon miles de nuevas oportunidades y opciones para todos los mercados y, en especial para el mercado de seguros, una nueva forma de comercializar productos e interactuar en forma directa con los clientes. Pero ello exige que estos productos reúnan determinados requisitos: sean fáciles y rápidos de comprar, acompañen la evolución y los cambios del mercado, estén disponibles en cualquier momento y en cualquier lugar, entre otros.

Ahí es donde las empresas de tecnología vienen a ser parte fundamental del plan de trabajo de las empresas y, en especial, de las aseguradoras, ya que éstas no son expertas en crear productos rápidamente, simplificarlos o crear canales de distribución para líneas nuevas de negocio en expansión.

La firma **LISA Insurtech** nació en el año 2018 con recursos propios y hoy en día está presente en gran cantidad de países como Chile, México, Perú, Colombia, España, Ecuador, Bolivia y Estados Unidos y, recientemente, en Argentina.

En esa nota entrevistamos a **Gino Bustamante, CEO y Fundador de LISA Insurtech**, quien comentó que lo que genera un valor diferencial entre LISA y el resto es que hay una clara importancia por los reclamos, la cual surge de la poca empatía que se detectó por parte de las aseguradoras en la atención hacia sus asegurados en un momento tan doloroso como lo es un siniestro.

LISA logra por medio de su producto, **LISA Claims**, la disrupción a través de su inteligencia artificial, la que analiza fotografías y documentos que permiten evidenciar el daño o el tamaño de la siniestralidad para en 2 minutos tener una propuesta de ajuste o solución al siniestro. Los ramos en los que actualmente la compañía está enfocada son **Salud, Auto, Vida y Hogar**.

- **¿Cómo surgió la idea de crear LISA Insurtech y cómo se fueron desarrollando?**  
- LISA es una empresa que **nace para hacerle la vida más fácil a las personas al momento de denunciar un siniestro**. Nadie hace valer sus seguros por gusto, es siempre un momento de gran vulnerabilidad, con muchas emociones asociadas. Y nosotros queremos que se pueda resolver de



la manera más rápida y simple posible. **Queremos ayudar a las aseguradoras a hacer esto posible mediante el uso de inteligencia artificial y automatización**. Al hacerlo, no solo estarán brindando el servicio empático y de excelencia que sus clientes esperan, sino que también estarán ahorrando tiempo y costos. Es una solución *win win*.



▲ **Gino Bustamante, CEO y Fundador de LISA Insurtech**

- **¿Cómo ven actualmente el mercado de seguros?**  
- Vemos un mercado dinámico y sumamente competitivo, que se enfrenta hoy a importantes desafíos.

Por un lado, nunca nos habíamos sentido tan vulnerables como tras la aparición del **Covid-19**. Esta fragilidad ha realzado el valor de las aseguradoras y su promesa de hacer más soportable la incertidumbre. **Las personas han tomado conciencia como nunca de todo lo que pueden perder al no contar con el apoyo de una compañía de seguros**.

Sin embargo, la crisis económica que actualmente se vive a nivel mundial y la alta inflación en muchos casos impedirá que las personas puedan seguir cumpliendo con sus obligaciones económicas como, por ejemplo, el pago de pólizas. **La restricción de gastos también hará menos probable la contratación de este tipo de productos por una parte importante de la población**. Todo eso pondrá una importante presión sobre las aseguradoras, de mantener un estándar de servicio de excelencia para evitar la fuga de clientes y atraer nuevos, mientras que habrá una fuerte demanda interna por disminuir costos y aumentar la eficiencia.

- **¿Qué inconvenientes acarrea para las compañías de seguros la falta de actualización en lo que hace a la tecnología?**  
- El mercado asegurador es quizá una de las industrias más tradicionales de todas. Producto de la naturaleza misma de su trabajo (nadie más avaro al riesgo que quienes trabajan en seguros), van muy atrás en la transformación digital. Y **las insurtech buscan aportar en esta línea, a través de soluciones que permitan instalar los beneficios que trae la tecnología: velocidad, automatización, simplicidad, eficiencia, reducción de costos**.

**En general, vemos que el mercado asegurador usa poca tecnología**. Tenemos que considerar que hoy los nativos digitales representan un porcentaje importante de la

«CREEMOS QUE LA IOT (INTERNET DE LAS COSAS) REALMENTE PUEDE CAMBIAR LA CARA DE LA INDUSTRIA»

cartera de asegurados y que el confinamiento también instaló en muchas personas la expectativa de resolver gran parte de sus necesidades de manera *online*. **Hoy las personas esperan comunicación omnicanal** (fluida y de alta calidad,) **atención 24/7, pólizas ajustadas a sus necesidades** (lo que podemos conseguir con herramientas de *data analytics*), **sistemas de autoconsulta y compra de servicios sin intermediarios, y sistemas de denuncias online**.

- **¿Cuáles son los servicios y las propuestas de mejora que brindan para las aseguradoras?**  
- Nuestra apuesta parece sencilla pero es altamente disruptiva. Consiste en apoyar a las aseguradoras a pensar diferente. A replantearse sus procesos actuales. **La tecnología impacta poco si no logramos instalar una nueva forma de ver las cosas. Y eso es lo que buscamos con LISA Insurtech**.

Con **LISA Claims** es posible resolver en 2 minutos un proceso que puede llegar a durar hasta 40 días. No hay nada más disruptivo que eso. **Queremos ayudar a las aseguradoras a repensar sus procesos**. Esta nueva manera de ver las cosas, más la aplicación de tecnologías de avanzada, permite **resolver un siniestro de manera simple, rápida, costo efectiva y con empatía hacia el asegurado**. **LISA Claims** ya es una solución probada y queremos seguir agregando valor sobre los problemas actuales de la industria. **Creemos que la IOT realmente puede cambiar la cara de la industria**. En **LISA** hemos estado trabajando en una solución aplicada para poder realizar integración profunda y agnóstica entre *startups* de valor agregado con especialización en telemetría y proveedores de fuentes de información telemétricas (como *smartwatches* o sensores). Lo que buscamos con **LISA TMT** es que las compañías estén preparadas para enfrentar los nuevos desafíos y productos usando IOT, tales como **seguros embebidos, seguros por uso (auto y hogar), seguros paramétricos y seguros de vida y salud**.

- **¿Qué recepción tienen estos servicios en el mercado asegurador?**  
- En nuestros inicios el gran desafío fue convencer a una industria sumamente conservadora y aversa al cambio, de que la tecnología era el camino que les iba a permitir mejorar su proceso, reducir costos, aumentar la eficiencia y entregar un mejor servicio a sus clientes. Fue muy difícil avanzar en ese proceso de evangelización. Pero cuando nos conocían, veían nuestro producto y todo lo que la inteligencia artificial es capaz de hacer, el valor era incuestionable.

Hoy nos enfrentamos a un desafío distinto, **tenemos que hacernos cargo del nuevo tipo de consumidor post Covid 19**, ése que producto del confinamiento se vio obligado a dar el salto al consumo *online* y hoy espera lo mismo de su aseguradora que del supermercado o una empresa de *retail*: **un servicio rápido, inmediato, transparente. Una solución a sus problemas rápida y eficaz, sin siquiera tener**

**que salir de su casa**. Y ahí vemos que todavía muchas aseguradoras siguen atrapadas en el trabajo manual, en el papeleo, en la necesidad de exigir la presencia física de sus clientes en varias partes del proceso. Y ahí se está produciendo una brecha importante. **Las aseguradoras que no lo entienden y no se suban al carro de la digitalización, se van a quedar abajo**.

- **¿Cuando indican que utilizan la IA, ¿A qué llamamos inteligencia artificial y cómo puede ello aplicarse al mundo de los seguros?**  
- Lo más importante, a mi juicio, es entender que **la tecnología hoy es un commodity**. Lo que nos diferencia es el conocimiento que hay detrás de esa tecnología y cómo nos permite impulsar una nueva forma de pensar los procesos. Ahí es donde radica el real cambio.

En el caso de **LISA Claims**, el uso de la inteligencia artificial nos permite analizar rápidamente la evidencia de un siniestro proporcionada por el asegurado (ya sea documental o imágenes) e incluso detectar información fraudulenta. Por otro lado, la automatización de flujos y procesos permite que de manera automática se vaya avanzando en el proceso a partir de reglas definidas previamente, lo que **permite que un siniestro se resuelva rápidamente y prácticamente sin intervención humana**.

- **¿Qué desarrollo esperan que tenga en el futuro la tecnología y los seguros?**  
- Vemos varios desarrollos que serán un gran aporte al mundo de los seguros y en un futuro no tan lejano. Por ejemplo, **la IoT (Internet de las Cosas) permitirá a las aseguradoras profundizar, ampliar y enriquecer tanto el conocimiento del entorno (sus riesgos y oportunidades) así como el de sus clientes (preferencias y pautas de comportamiento)**. La información que entregan dispositivos inteligentes, como *smartwatches*, puede servir para anticipar riesgos y prevenir que los siniestros ocurran o premiar conductas responsables de los asegurados, entre otras muchas posibilidades. **Otra gran tendencia que vemos es la hiperfocalización**. Gracias al **Big Data** actualmente podemos ofrecer servicios más personalizados que nunca y, al mismo tiempo, entregar gran valor a las personas.

Sin embargo, **nada de esto es suficiente si no ponemos a nuestros clientes en el centro**, ¿pero por qué? **Las personas esperan de sus compañías aseguradoras un alto grado de empatía y consideración**. Desean ser tomados en cuenta y sentirse apoyados especialmente en momentos tan difíciles y de gran vulnerabilidad como aquellos que requieren la activación de un seguro.

**Las aseguradoras que decidan centrar su estrategia en sus clientes deben valerse de las oportunidades que les brinda la tecnología para garantizar un acompañamiento empático y humano en toda la cadena de valor**.



**Robo de 'Cookies', la nueva táctica de los hackers contra la autenticación multifactor**



**S**ophos, líder mundial en ciberseguridad de última generación, publicó en un informe llamado «**Robo de cookies: el nuevo desvío del perímetro**», que los adversarios activos están utilizando cada vez más el **robo de estos códigos y/o datos que se generan cuando un usuario inicia sesión dentro de una plataforma web, para eludir la autenticación multifactor (MFA) y obtener acceso a los recursos corporativos**.

**¿Cómo lo hacen?**  
En algunos casos, el robo de cookies en sí mismo es un ataque altamente dirigido, con adversarios que extraen datos de sistemas comprometidos dentro de una red y usan programas ejecutables legítimos para disfrazar la actividad maliciosa. Una vez que los atacantes obtienen acceso a los recursos corporativos basados en la web y en la nube utilizando las *cookies*, pueden usarlos para tener un mayor alcance, como el hecho de **comprometer la red de correo electrónico comercial, la ingeniería social para obtener acceso adicional al sistema e incluso la modificación de los repositorios de datos o código fuente**.

«Durante el año pasado, hemos visto a los atacantes recurrir cada vez más al robo de cookies para evitar la autenticación multifactor. Los atacantes están recurriendo a versiones nuevas y mejoradas de *malware* de robo de información como *Raccoon Stealer* para simplificar el proceso de obtención de cookies de autenticación, también conocidas como *tokens de acceso*», dijo Sean Gallagher, investigador principal de amenazas de Sophos. «Si los atacantes tienen cookies de sesión, pueden moverse libremente por una red, haciéndose pasar por usuarios legítimos».

**¿Qué son las 'cookies'?**  
Las *cookies* de sesión o autenticación son datos almacenados por un navegador web cuando un usuario inicia sesión. Si los atacantes los obtienen, pueden inyectar dicho token de acceso en una nueva sesión web, engañando al navegador para que crea que es el usuario autenticado y anulando la necesidad de autenticación. Dado que un token también se crea y almacena en un navegador web cuando se usa MFA, este mismo ataque se puede usar para eludir esta capa adicional de autenticación. Para agravar el problema, muchas aplicaciones legítimas basadas en la web tienen *cookies* de larga duración que para raras o nunca caducan; otras solo caducan si el usuario se desconecta específicamente del servicio.

Hoy en día, **la industria del malware como servicio hace más fácil para los atacantes de nivel básico que se involucren en el robo de credenciales**. Por ejemplo, todo lo que necesitan hacer es comprar una copia de un trojano que roba información como *Raccoon Stealer* para recopilar datos como contraseñas y *cookies* a granel y luego venderlos en mercados de cibercrimen. Otros, como los operadores de *ransomware*, pueden comprar estos datos y filtrarlos para aprovechar vulnerabilidades o exploits que encuentren y robar datos.

Por el contrario, en dos de los incidentes recientes que investigó Sophos, los atacantes adoptaron un enfoque más específico. En un caso, los atacantes pasaron meses dentro de la red de un objetivo recopilando *cookies* del navegador *Microsoft Edge*. Luego, los atacantes usaron una combinación de actividad de *Cobalt Strike* y *Meterpreter* para abusar de una herramienta de compilación legítima para extraer tokens de acceso. En otro caso, los atacantes utilizaron un componente legítimo de *Microsoft Visual Studio* para lanzar una carga maliciosa que extrajo archivos de *cookies* durante una semana.

«Si bien históricamente hemos visto robos masivos de cookies, los atacantes ahora están adoptando un enfoque específico y preciso para robar dichos tokens. Debido a que gran parte del trabajo actual se desarrolla de forma remota y está basado en la web, los tipos de actividades maliciosas que los atacantes pueden llevar a cabo con las cookies de sesión robadas son realmente interminables. Pueden alterar las infraestructuras de la nube, comprometer el correo electrónico comercial, convencer a otros empleados para que descarguen *malware* o incluso reescribir el código de los productos. La única limitación es su propia creatividad», dijo Gallagher.

«Lo que complica las cosas es que no hay una solución fácil. Por ejemplo, los servicios pueden acortar la vida útil de las cookies, pero eso significa que los usuarios deben volver a autenticarse con más frecuencia y, dado que los atacantes recurren a aplicaciones legítimas para obtener las cookies, las empresas deben combinar la detección de *malware* con el análisis del comportamiento», concluye.

Para obtener más información sobre el robo de cookies de sesión y cómo los adversarios aprovechan la técnica para llevar a cabo actividades maliciosas, se puede leer el informe completo, «**Robo de cookies: el nuevo desvío del perímetro**», en **Sophos.com**.

«La Voz del Cliente» de Allianz, un proyecto que se fortalece y crece cada día



- Con los clientes como centro de su estrategia de negocio, la compañía los escucha en tiempo real y tiene mecanismos para abordar a los clientes detractores.
- La compañía ha fortalecido su cultura de enfoque al cliente desde la incorporación de esta herramienta, que se ha convertido en una pieza clave para toda la organización, para evaluar el servicio en los procesos clave de contacto con el cliente.

A dos años del lanzamiento del Proyecto «Voz del Cliente», Allianz mide ya en tiempo real la satisfacción de sus clientes en los siguientes procesos para Automóviles y Hogar: cierre de siniestros, denuncia del siniestro, ventas, cancelaciones, gestión de consultas y comunicación. Con el programa, Allianz aplica una metodología holística y estandarizada para que sus clientes califiquen el servicio brindado por la compañía en tiempo real. Asimismo, las áreas dueñas de los procesos hacen contacto con los clientes detractores dentro de las 48 hs, participando activamente con la resolución de los problemas que los clientes puedan llegar a tener. Hoy los equipos de siniestros de Automóviles y Hogar, Atención al cliente, Comercial y Marketing participan activamente en VOC.

VOC conlleva también un análisis de información muy granular y detallado que permite identificar planes de mejora y también orientar la toma de decisiones.

«VOC ha marcado un cambio radical para nuestra compañía. A través de esta plataforma vemos cómo evoluciona la satisfacción de nuestros clientes en cada punto de contacto, y qué opinan de nuestro servicio. Esta información valiosa nos permite orientar los esfuerzos y ser más asertivos en la toma de decisión», comenta Lorena Garrera, Directora de Canales Alternos y Marketing & Customer Experience de la aseguradora.

«Hoy VOC es una herramienta de gestión instalada en la compañía, y muy importante para las áreas de servicio. El cambio cultural que se ha evidenciado ha sido muy importante, e implicó que las áreas a cargo de los procesos se comprometan a tomar contacto con los clientes para escucharlos, siendo partícipes necesarios y fundamentales en el éxito de esta iniciativa», agrega Julieta Fondeville, Gerente de Marketing & Customer Experience de Allianz Argentina.

VOC ha ampliado su potencial y se posiciona como una herramienta para múltiples propósitos, utilizándose también para la medición de performance por proveedor de siniestros, por empleado, por productor, etc., teniendo la voz directa del asegurado. Ha impulsado la implementación de quick wins para la compañía pero también la priorización de proyectos de envergadura para la mejora de determinados procesos, varios de éstos, aún en etapa de desarrollo.

«La satisfacción general de los clientes de la compañía es hoy de 4,5 estrellas, que está muy bien, pero tenemos el desafío de continuar mejorando para estar cerca de las 5 estrellas», concluye Lorena Garrera. Adicionalmente, Allianz mide mensualmente el Digital NPS (Net Promoter Score), indicador de referencia de la satisfacción versus el resto del mercado, sumando información adicional para el análisis integral y holístico de su gestión de cara al cliente. En una plataforma en tiempo real, cuenta con información sobre el nivel de recomendación de los clientes de la compañía versus el de los clientes de la competencia, y los drivers principales que influyen en dicha evaluación. El análisis integral sumando VOC y Digital NPS le permite a la compañía monitorear la posición de cara al cliente en forma continua.

### MoveOn, importantes índices de mejora en el servicio de Remolque y Auxilio Mecánico



MoveOn, la empresa de remolques y auxilio mecánico de Libra Seguros, ya tiene sus primeros resultados satisfactorios.

«Desde la propia concepción de MoveOn nos propusimos objetivos que respondan a altos estándares de calidad de servicio. Para el cumplimiento de esos objetivos debíamos contar con una flota moderna, un Call Center y medios de contacto que den respuesta y contención inmediata frente a la solicitud de servicio y, por sobre todas las cosas, que el tiempo de espera sea prudencial, venimos de una historia donde el asegurado esperaba por horas que llegara la grúa», explicó Nahuel Castelli, Presidente de MoveOn.

«Bajamos los tiempos de espera en un 80%, no superando nunca las 2 hs de tiempo desde la solicitud a la prestación, abrimos distintos canales de contacto, WhatsApp, Web y Call Center, esto nos permitió una atención casi inmediata», señaló Castelli.

«Estamos en pleno desarrollo de nuevas prestaciones como, por ejemplo, la APP de MoveOn, que permitirá realizar la solicitud de servicio, ver por geocalización dónde está el prestador, el tiempo de llegada y otras particularidades que redunden en beneficios para el cliente. Estamos muy satisfechos con el actual desempeño, y convencidos que seguiremos superándonos», concluyó Nahuel Castelli.

## Breves de Informe

### AVIRA anuncia a los ganadores de su 8vo Concurso de Creatividad «Generando Conciencia Aseguradora»

- 1er. premio **Categoría Gráfica: La vida continúa** - José Rivadulla (Universidad Empresarial Siglo 21).
- 1er. premio **Categoría Audiovisual: El peso de nuestras decisiones** - José Rizzo (Universidad Empresarial Siglo 21).
- Premio **Categoría Instagram: La pausa mágica** - Reel de José Rizzo (Universidad Empresarial Siglo 21).



AVIRA, Asociación Civil de Aseguradores de Vida y Retiro de la República Argentina, anunció a los ganadores del 8vo Concurso de Creatividad «Generando Conciencia Aseguradora». En el marco de una gala de premiación llena de emoción, expectativa y reencuentros cara a cara, llevada a cabo en el complejo teatral Itaca, se dieron a conocer las piezas seleccionadas de un total que fue, nuevamente, récord histórico. En el evento estuvieron presentes los estudiantes, aficionados y profesionales participantes, sus familias, integrantes del jurado y miembros de AVIRA que compartieron esta gran velada!

En el desafío de Seguros Inclusivos, el reconocimiento fue para Pablo Zapata, de la Universidad de Buenos Aires, por su pieza «Seguro pueden ayudarte». Recibe Smart TV 42”.

Los ganadores de cada categoría fueron:

#### GRAFICA:

**1er Puesto - La vida continúa** - José Rivadulla (Universidad Empresarial Siglo 21) Recibe \$70.000.

**2do Puesto - Inseguro** - Alexia Zonca (Universidad Nacional de Rosario) Recibe \$50.000.

**3er Puesto - Maleta de tus sueños** - Juan Segundo Hislas (Universidad Abierta Interamericana) Recibe \$32.000.

#### AUDIOVISUAL:

**1er Puesto - El peso de nuestras decisiones** - José Rizzo (Universidad Empresarial Siglo 21) Recibe \$105.000.

**2do Puesto - Comunicación física** - Lucrecia Martín Zunino y Antonella Pavan (Universidad Abierta Interamericana) Recibe \$70.000.

**3er Puesto - Te lo vas a agradecer** - Rodrigo Díaz y Maxi Abad (Universidad Abierta Interamericana) Recibe \$38.000.

#### INSTAGRAM:

**La pausa mágica** - Reel de José Rizzo (Universidad Empresarial Siglo 21) - Recibe Smart TV 32”.

Las menciones del jurado fueron para «Asegurá tu futuro» de Sol López y Guadalupe Barron (UCES) y «Cárdenas» de Juan Savid y Stephen Smith Moreno Cárdenas de la misma casa de estudio. En cuanto a los favoritos del público, los elegidos fueron: «Vos vales más» (Categoría Gráfica, pieza realizada por Adriano Fuda de la UAI), «Tocar al cielo» (Categoría Audiovisual, contenido creado por la dupla Matías Diz y Giuliana Bologna de la Escuela Da Vinci) y, en Instagram, la creación de Alma Isabella Escobar (UAI).

Por su parte, la Universidad Abierta Interamericana fue la institución educativa que presentó la mayor cantidad de alumnos participantes, 157 en total, por lo que recibió un cañón proyector.

Todas las piezas ganadoras en: <https://drive.google.com/drive/folders/1I74Y0yeaC3MPuyjGQBUEdImjmcYyh1?usp=sharing> «Desde AVIRA y los miembros del jurado agradecemos a las autoridades de la Superintendencia de Seguros de la Nación por su apoyo a esta iniciativa, así como a los participantes y sus familias por involucrarse en el proyecto de construir una sociedad más previsora e inclusiva».

### Swiss Medical Seguros reestructura la Dirección Comercial

Como parte del constante crecimiento, la mejora de procesos y la transformación de la cultura corporativa, Swiss Medical Seguros realiza una reestructuración en la Dirección de la Unidad Comercial. Con el objetivo de focalizar la estrategia en el producto Vida Individual, actualmente el segmento más potente de la división Vida y Retiro, la compañía reorganizó la estructura del Canal de Productores & Brokers de Vida Individual. Alfredo Turno, quién desempeña el rol de Gerente Comercial de Swiss Medical Seguros División Vida y Retiro, a partir del mes de agosto sumó a su gestión el cargo de Gerente del Canal de Productores & Brokers de Vida Individual.

Avulado por los años de experiencia en la industria aseguradora y la calidez humana a la hora de encarar todo tipo de proyecto, Alfredo ejercerá la responsabilidad de definir la estrategia para el desarrollo y crecimiento del Canal. «Continuamos trabajando para ofrecerte el mejor servicio y hacerte las cosas más simples».



### Productores Asesores del Grupo Sancor Seguros tuvieron su día de gloria en el predio de AFA



El 18 y 19 de agosto, en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, se llevó a cabo el evento de premiación de Ganá Más, el programa de incentivos del Grupo Sancor Seguros para su cuerpo de ventas,

correspondiente a las campañas semestrales de Prevención Salud, Seguros de Personas, Prevención Retiro, Seguros de Vida Ahorro Vida Inversión y Banco Del Sol.

Las dos jornadas contaron con la presencia del CEO, Alejandro Simón, acompañado por Directores y funcionarios de la firma. Durante la primera compartieron una cena con show de tango, para luego dar paso a la entrega de reconocimientos.

En la jornada siguiente, los ganadores vivieron una experiencia única en el predio de AFA (la Asociación del Fútbol Argentino), donde tuvieron la inigualable oportunidad de compartir la cancha junto a exjugadores de la Selección Argentina.

Entre las figuras invitadas, se encontraban Carlos «Chanchi» Estévez, José Chatruc, Roberto «Ratón» Ayala, Carlos «Chino» Tapia, Esteban «Bichi» Fuertes, Rolando «Flaco» Schiavi, además del reconocido periodista deportivo Juan Carlos «Toti» Pasman y del árbitro Nicolás Lamolina.

«Todos los emprendimientos de nuestro Grupo tienen a los PAS como aliados estratégicos. Por eso es que cada año buscamos premiar su crecimiento en ventas con incentivos económicos, pero también a través de experiencias vivenciales con alto valor agregado», concluyó Osiris Trossero, Director de RRRP y Servicios al Productor Asesor de Seguros.

### Seguros Rivadavia lanzó su WhatsApp Corporativo

Con el objetivo de ofrecer más y mejores servicios a sus asegurados y aseguradas de todo el país y acompañar la labor de sus productores, la compañía finalizó el último ejercicio económico con la implementación de un canal adicional de contacto a través de WhatsApp Corporativo. El número para agendar y acceder al mismo es +54 9 11-3989-8000. En el marco de este nueva herramienta, y priorizando las necesidades más urgentes de su cartera de clientes, se brinda atención desde el Contact Center propio, incorporando un sistema de asistencia virtual llamado «Riva», pionero en el mercado, preparado para atender dinámicamente, a toda hora y cualquier día de la semana, aquellos requerimientos más demandados, entre los que se incluye la obtención de manera inmediata de la documentación de la póliza, el certificado de cobertura, la posibilidad de abonar las cuotas del seguro, etc.

No obstante lo anterior, en caso de ser necesaria la derivación a un asesor/a comercial, la empresa mantiene idéntico horario de atención que su Contact Center, los días hábiles de 9 a 17 horas.

Esta flamante alternativa, se suma a sus otros medios de contacto actualmente disponibles:

- E-mail: [info@segurosriবাদia.com](mailto:info@segurosriবাদia.com)
- Contact Center: 0810-999-3200
- Mensaje directo en Facebook o Instagram

Confianza en que este nuevo canal de atención será de gran utilidad para sostener un servicio de calidad y respuesta ágil y eficiente a las exigencias del sector, Seguros Rivadavia continúa apostando a la innovación y excelencia de sus productos.

### Grupo San Cristóbal celebró el Día de las Infancias junto al Colegio Champagnat de Villa Banana



La jornada contó, entre otras actividades, con una demostración de robótica para 200 estudiantes de la mano de Potrero Digital. Articulando su alianza con Potrero Digital y la Municipalidad de Rosario, Grupo San Cristóbal organizó una celebración por el Día de las Infancias destinada a 200 estudiantes en el Colegio Champagnat de Villa Banana. El evento contó con tres propuestas recreativas: juegos de circo, una obra de teatro -con artistas y profesores del barrio- y un taller de robótica de la mano de Potrero Digital. Durante la jornada, Grupo San Cristóbal realizó la donación de electrodomésticos de cocina para ampliar la capacidad instalada del taller de panadería del colegio, y contó con el apoyo de Hacedores, el voluntariado corporativo de la compañía.

Grupo San Cristóbal es el sponsor de la primera edición de «Potrero Digital» en la ciudad de Rosario. La compañía de seguros se unió a Fundación Compromiso para colaborar con los programas «Potrero Digital» y «Picadito Digital», destinados a construir habilidades digitales y crear oportunidades para jóvenes en situación de vulnerabilidad social. El Colegio Champagnat es una institución emblemática de Villa Banana, no solo brinda educación sino que es un espacio de contención para las familias e infancias que asisten diariamente a su comedor. Dentro de la institución funciona el taller de panadería, en el cual enseñan el oficio a la comunidad y elaboran los productos para el comedor. Grupo San Cristóbal acompaña a los niños y jóvenes para promover el desarrollo digital desde la infancia y ampliar sus posibilidades de inserción laboral en el futuro.

### Blister Assist anuncia su alianza comercial con Banco Nación Servicios

La empresa argentina de Servicios y Asistencias anunció que Banco Nación Servicios implementó con éxito la plataforma digital BRANCO para ofrecer Garantías Extendidas de Blister Assist, con una experiencia totalmente digital, a los más de 5 millones de clientes de todo el país que utilizan sus servicios financieros, protegiendo de esta manera los productos que adquieren en el Marketplace Tienda BNA ante posibles imprevistos.



Blister Assist, la empresa de Servicios y Asistencias, anunció la formalización de una alianza con Banco Nación Servicios para la comercialización de sus servicios de Garantías Extendidas a los clientes que adquieren productos en su Marketplace Tienda BNA, con una experiencia totalmente digital gracias a la integración de la plataforma BRANCO.

A través de esta alianza, Blister Assist ofrece valor agregado a los clientes de Tienda BNA, brindándoles la posibilidad de extender el período de garantía de los productos de electrónica, celulares, línea blanca, computación y TV, entre otras categorías, que adquieren en el Marketplace de Banco Nación Servicios. Asimismo, los consumidores que acceden a Tienda BNA tienen todas las facilidades financieras que les brinda el Banco Nación, haciendo más accesible la adquisición del bien elegido y el servicio ofrecido por Blister Assist.

«Con gran éxito logramos que los consumidores puedan acceder a productos de las diferentes familias de electrodomésticos, electrónica, imagen y computación, entre otras, adicionándole la protección de nuestro servicio de Garantía Extendida, de manera que puedan proteger mejor su inversión y despreocuparse de eventuales fallas de funcionamiento una vez que termine el periodo de la garantía otorgada por el fabricante», destacó Gabriel Depascual, Gerente General de Blister Assist.

Esta experiencia de compra para el usuario es totalmente digital y se realiza en tres simples pasos: se selecciona el producto principal, se adiciona el plan de servicio de garantía y se define la modalidad con la que se paga el total de la compra. Luego le llega al consumidor, vía mail, la constancia de compra con la factura correspondiente, el certificado del servicio adquirido y la información necesaria para que el cliente pueda disfrutar de su producto con la tranquilidad de contar con la protección de Blister Assist ante eventuales fallas de funcionamiento fuera del periodo de garantía del fabricante.

«A través del servicio de Garantía de Bliser Assist brindamos mano de obra especializada en nuestra red de servicios técnicos, ofreciendo refacciones apropiadas sin costo adicional e ilimitadas en el caso de que el bien adquirido presente varias fallas durante la vigencia del plan elegido», explicó Gabriel Depascual. «En el caso de productos de difícil transporte, prestamos este servicio en el domicilio del cliente -en todo el territorio nacional- sin costo adicional. Y si no podemos reparar el producto, lo indemnizamos con el 100% del valor de reposición del bien», destacó.

Banco Nación Servicios pudo implementar el servicio de Garantías Extendidas gracias a la integración de BRANCO, la herramienta que permite conectar un Marketplace o e-commerce con Blister Assist, automatizando todos los procesos para una experiencia de compra 100% digital. Se trata de una plataforma que brinda soluciones para transformar la manera en que se distribuyen Seguros y Asistencias, ofreciendo a empresas de diferentes segmentos la posibilidad de incorporar este tipo de servicios de forma 100% online, ágil y automatizada.

«Estamos muy felices de facilitar esta alianza entre dos grandes empresas como Blister Assist y Tienda BNA. Nuestra plataforma permitió, a través de la integración de nuestras APIs, que los servicios de Blister Assist estén embebidos en el mismo proceso de compra de Tienda BNA, generando la posibilidad a los clientes de contratarlos de manera adicional en forma muy simple, intuitiva, en el preciso momento que lo necesita y en un solo click», explicó Facundo Elizalde, CEO de BRANCO.

«La integración de BRANCO brinda la posibilidad de ofrecer un servicio super eficiente en todos los procesos, tanto de emisión de las coberturas online como administrativos. La plasticidad de nuestra plataforma nos permite también que, en una segunda instancia, podamos incorporar de la misma manera diferentes ramas de Asistencias y Seguros adaptadas a una variedad de segmentos y en distintos formatos», agregó Facundo Elizalde.

«Tienda BNA se suma al ya amplio ecosistema surgido del exitoso acuerdo entre Blister Assist y BRANCO, para ofrecer al consumidor valor agregado y protección de sus compras online, a través de una experiencia completamente digital. En el transcurso de los próximos meses se estarán incorporando más comercios y redes de compra que en sus páginas web implementarán la plataforma de gestión digital con los servicios de Blister Assist. Nuestro objetivo para 2022 es llegar a emitir 2 millones de garantías, y aspiramos a que el 15% de las mismas provengan de la incorporación de BRANCO como herramienta digital embebida en las plataformas de e-commerce y marketplace que existen hoy en el mercado argentino», concluyó Sebastián Larrea, CEO de Blister Assist.

## Breves de Informe

### Se presentó la Guía Práctica de Actividades para Cooperativas Escolares



Fundación Grupo Sancor Seguros y Casa Cooperativa de Provisión Sunchales Ltda. presentaron un material bibliográfico cuyo propósito es compartir prácticas para guiar, motivar e inspirar a los docentes a enseñar la doctrina cooperativa orientada a la aplicación en la propia cooperativa escolar. Se trata

de la Guía Práctica de Actividades para Cooperativas Escolares, desarrollada por Evelin Giraudo de Ribotta, Carlos Solari y Lilia del Carmen Vulcano, profesionales con amplia trayectoria en la educación cooperativa, quienes se abocaron a preparar esta propuesta didáctica que pretende agregar valor a la enseñanza del cooperativismo escolar en los colegios.

En instalaciones de Casa Cooperativa en la ciudad de Sunchales (Capital Nacional del Cooperativismo), se realizó su lanzamiento oficial, del cual participaron Gisela Carrizo, coordinadora de Mutualismo y Cooperativismo Escolar del Ministerio de Educación de la provincia de Santa Fe; Analía Gómez, supervisora de Educación Sección 'A' de la Región III; Gonzalo Toselli, intendente de la Ciudad de Sunchales; Mónica Hoyos, secretaria de Educación, Salud y Convivencia; Carolina Giusti, vicepresidenta primera del Concejo Municipal de Sunchales, junto al concejal Santiago Dobler; Raúl Colombetti, presidente de Casa Cooperativa y de Fundación Grupo Sancor Seguros; consejeros de dicha Casa Cooperativa; Javier Di Biase, gerente de Fundación Grupo Sancor Seguros; directivos y docentes guías de las escuelas primarias, secundarias, rurales y especiales de la ciudad de Sunchales. La Guía, en su versión digital, está a disposición de quienes la soliciten a través de contacto@fundaciongruposancorseguros.org

### Rosario, la protagonista del thriller «Un Crimen Argentino»

La película que se filmó en la ciudad y que está basada en el libro homónimo del periodista rosarino Reynaldo Sietecase llega a la pantalla grande.



Rosario se volvió un set de filmación de importantes producciones audiovisuales. Directores de todo el país eligen a la ciudad como escenario para sus películas y en enero pasado, las calles rosarinas se poblaron de actores de «Un Crimen Argentino», con la dirección de Lucas Combina. La película de Warner Bros. Pictures en asociación con HBO Max, es una producción de Particular Crowd junto a Medabyte y Pampa Films. Finalmente el 18 de agosto esta película basada en un libro del periodista rosarino Reynaldo Sietecase y protagonizada por grandes artistas nacionales como Nicolás Francella y Matías Mayer, Malena Sánchez, Luis Luque, Darío Grandinetti, entre otros, tuvo su avant premier en la ciudad. Con alfombra roja, invitados especiales y la participación de sus protagonistas, el film se presentó en las salas del cine Showcase. Instituciones y empresas emblemáticas de la ciudad sumaron su apoyo al film. Durante el rodaje de la película, La Segunda Seguros colaboró con la producción, ofreciendo las instalaciones de Casa Central (Juan Manuel de Rosas 957) como centro de operaciones del film. La producción finalizó el 4 de marzo, luego de seis semanas de filmación que se llevó a cabo íntegramente en la ciudad de Rosario.

«La Segunda hace años brinda apoyo a proyectos artísticos porque consideramos que la cultura desempeña un papel fundamental en el desarrollo de las comunidades. Además, no es dato menor para nosotros que se filmara en nuestra Rosario natal, lo cual es muy importante y relevante para la ciudad», expresó José Novo, Gerente de Marketing y Comunicación de La Segunda Seguros. Por su parte, Lucas Combina, director de la película, expresó: «Disfruté mucho de filmar en la ciudad, nos brindó muchos paisajes, muchas posibilidades de adaptarnos a la época. En La Segunda encontramos un refugio; lo usamos para maquillaje, comidas, reuniones. Nos quedaba cerca de varias locaciones así que fue un punto estratégico. Nos sentimos muy cómodos y estamos muy agradecidos».

#### La historia

«Un Crimen Argentino» llega a la pantalla grande el 25 de agosto en todo el país luego desembarcará en la plataforma de HBO Max. Se trata de un thriller basado en un hecho criminal que tuvo lugar en 1980 en plena dictadura militar. El caso que se relata es la intrigante desaparición de un acaudalado empresario en la ciudad de Rosario, en la provincia de Santa Fe. El sujeto en cuestión era Jorge Salomón Sauan, un hombre de negocios que tenía una gran fortuna y que fue asesinado por Juan Carlos Masciaro, quien recibió la pena de reclusión perpetua. La investigación es liderada por dos jóvenes secretarios de un juzgado de instrucción, pocas semanas antes de que uno de ellos emigre a España. En una carrera contra el tiempo, ambos juristas intentarán resolver el caso enfrentando las interferencias de una policía subordinada al poder represor. El film dirigido por Lucas Combina - que también estuvo a cargo de «La chica que limpia»- contó con la producción de Juan Pablo Buscarini y el guion escrito en manos de Sebastián Pivotto, Jorge Bechara y Matías Bertilotti.

### «Pepe» Sánchez contó su historia en un encuentro sobre liderazgo organizado por SanCor Salud en Rosario

Grupo SanCor Salud, la compañía que hace casi 5 décadas se dedica al cuidado del bienestar desde diversos rubros, realizó un nuevo evento de [REC] Crear, su ciclo para disfrutar de contenido actual y oportuno para el mundo empresarial. El espacio, exclusivo y presencial, tiene varios encuentros en distintas ciudades del país, está dirigido a referentes de organizaciones y acerca charlas de diferentes temáticas, llevadas adelante por excelentes disertantes del mundo del deporte. Estas exposiciones también están abiertas a todo público en modalidad streaming, con inscripción previa en este link.



El 23 de agosto, desde la ciudad de Rosario tuvo lugar el evento con Pepe Sánchez, medalla dorada de béisquet y uno de los primeros jugadores argentinos en jugar en la NBA. Hoy en día, es uno de los dirigentes que transita siempre a la vanguardia del deporte nacional, y construyó de cero el Dow Center, un centro de alto rendimiento único en Latinoamérica. La charla estuvo dirigida a más de 450 personas, entre las que se encontraban líderes de las pequeñas, medianas y grandes empresas rosarinas, referentes de organismos, prensa y público en general. Más de 200 usuarios de todo el país pudieron asistir por streaming a la transmisión del evento. A través del deporte, se abarcaron temas como la perseverancia, cómo superarse día a día para llegar a lo más alto, entre otros.

«Las historias de éxito son historias de personas que están buscando siempre el cómo», enfatizó Pepe. «La raíz del liderazgo es preocuparse por el otro, viene del amor. Es el hecho de generar confianza en el otro. Preocuparme de que la otra persona pueda sacar de sí misma su mejor versión», resaltó el disertante. La ciudad de Rosario fue el escenario de este encuentro, elegido especialmente por ser uno de los mercados objetivo de crecimiento del Grupo SanCor Salud. Hoy en día, la ciudad cuenta con más de 13.000 personas que le confían lo más preciado: su salud. Con un red de más de 26.000 profesionales de la salud y 291 localidades con puntos de atención en toda la provincia, en los últimos cinco años, el Grupo ha crecido un 10% en cantidad de asociados y un 23% en la cartilla de prestadores en Santa Fe. Ese crecimiento se enmarca dentro del que el Grupo viene sosteniendo desde hace más de 10 años. En los últimos dos años, la cantidad de asociadas de la empresa aumentó un 39.15% en una curva que superó el 19% durante el 2021, lo que hace que hoy cuenta con más de 700.000 personas que le confían lo más preciado, la salud. Esto la posiciona en el podio de empresas del rubro en todo el país.

[REC] Crear es una propuesta de la Línea Empresa de SanCor Salud. Los primeros encuentros tuvieron lugar desde Mendoza y desde Córdoba, con la participación de Paula «La Peque» Pareto, y de Julio Lamas, Sergio Hernández y Rubén Magnano, respectivamente. Las charlas brindaron herramientas para tener motivación, superar los momentos más difíciles y ser un líder al servicio del equipo e ir por más para alcanzar el éxito. Los eventos se pueden revivir ingresando a estos links: charla Peque Pareto y charla Lamas, Hernández y Magnano.

### «Massazo» para el Seguro de Caución



Escribe Mariano Nimo, Gerente General de Afianzadora.

Uno de los pocos nichos de seguros que más pelea le estaba dando al flagelo de la inflación, parecería ralentizar su avance en el ya comenzado ejercicio

2022-2023. Las necesarias medidas de ajuste que llevará adelante el flamante ministro de economía tienen como objetivo primario lograr el déficit comprometido ante el FMI (2.5%), devolviendo gradualmente a la economía argentina cierto orden fiscal. El recorte inicial hasta fin de año ascendería a más de \$200.000 millones de pesos argentinos, como consecuencia del fuerte achique de recursos que son transferidos a Provincias y Municipios para obra pública menor. Esto, sin dudas, impactará de lleno en nuestro negocio. Las empresas públicas (33) dependientes del Estado Nacional, grandes demandantes de seguros de caución, que durante 2021 fueron asistidas por el Tesoro Nacional con más de 4.000 millones de dólares, tendrán que ajustar los cinturones y reducir al mínimo sus inversiones en infraestructura menor y mantenimiento. Vivienda, Transporte, Obra Pública, Salud y Educación son algunos de los sectores afectados, los cuales tienen una íntima relación con el segmento de garantías contractuales, históricamente el más robusto en volumen de primas, con casi el 35% de la producción total del mercado.

Julio muestra una fuerte contracción del déficit primario, marcando una tendencia que vino para quedarse, por lo menos hasta fin de año: en valores porcentuales, la recaudación por encima del gasto. La inflación, junto con algo de ajuste ortodoxo, parecen ser los elegidos para licuar el gasto, esperando el electivo 2023. El interrogante que queda a futuro, es saber si seguirá el ordenamiento o si volveremos a la lógica expansiva de los gobiernos de turno, en busca de la mejor suerte en las próximas elecciones. La adictiva dependencia del gasto público y el seguro de caución tendrán su correlato en el volumen de primaje, aunque la recalentada inflación anabolizará un negocio que difícilmente siga de cerca los niveles inflacionarios en este ejercicio 2022-2023. Afianzadora está lista para hacer frente a un escenario donde el recorte en el ámbito público empujará a las afianzadoras a tomar nuevas exposiciones en el riesgoso segmento de la iniciativa privada. #CulturaAfianzadora. Fuente: Afianzadora - Seguros de Caución Enlace: <http://www.afianzadora.com.ar/>

## SANCOR SEGUROS presentó una innovadora solución para la industria de la energía

La empresa, con más de 76 años de experiencia en el mercado de seguros, fue protagonista de la Expo Oil & Gas 2022 con su nueva oferta de valor. Entre los días 10 y 12 de agosto se llevó a cabo la Expo Oil & Gas 2022, donde SANCOR SEGUROS presentó, a través de su nueva cartera de servicios, una innovadora solución para los operadores del mercado de la energía. Se trata de SANCOR SEGUROS Energy, un completo mix de soluciones de asegurabilidad especialmente pensado para la industria del petróleo y el gas. «Todas las empresas tienen algo que las distingue, que las hace únicas. Es el diferencial que hace que los clientes las elijan. En el caso de SANCOR SEGUROS, una de nuestras fortalezas es el espíritu de superación constante, que sumado a un servicio de primer nivel que ubica a los clientes en el centro de la escena, hace que en forma continua nos aboquemos al desarrollo de coberturas novedosas que se adaptan a las necesidades de empresas y particulares», explica Miguel Carruozzo, Gerente de la Unidad de Negocios Río Negro, Neuquén y Chubut del Grupo Sancor Seguros.

El producto, diseñado para conformar una oferta integral para empresas del rubro, incluye coberturas para las personas (Riesgos del Trabajo, Salud, Vida, Accidentes Personales, medicina prepaga, Retiro) y el patrimonio (Todo Riesgo de Construcción y Montaje, Caución, Integral de Comercio e Industria, Incendio y Todo Riesgo Operativo, Automotores, Responsabilidad Civil, Transporte), con un proceso de contratación muy conveniente, agilidad en los procesos y beneficios presenciales.

«Para una industria tan desafiante, asegurar bienes, personal y salud nunca fue tan simple. Contamos con el respaldo de pertenecer al Grupo Sancor Seguros, N° 1 del mercado asegurador argentino, y empresas líderes en Gas y Petróleo ya nos confían sus coberturas», comentó Carlos Bernardi, Gerente Comercial de Grandes Riesgos de SANCOR SEGUROS.

De esta manera, SANCOR SEGUROS Energy es el resultado del conocimiento en profundidad de las necesidades del rubro Oil & Gas, volcado al desarrollo de coberturas flexibles (que se ajustan a las características de cada empresa, según su actividad específica y cantidad de empleados) y rápidas de tomar, adaptadas a las máximas exigencias y con respuesta inmediata ante cualquier suceso. Como producto 360°, permite administrar todos los riesgos en forma simple. El diseño de esta innovadora propuesta fue posible mediante la sinergia entre distintas empresas del Grupo Sancor Seguros, el cual lidera el mercado asegurador argentino con una participación superior al 11% y brinda servicios a 9.300.000 personas, con una fuerza laboral compuesta por 3.300 empleados y una red de más de 13.200 Productores Asesores distribuidos en todo el país. En efecto, SANCOR SEGUROS Energy combina la excelencia de servicios de Prevención ART, la aseguradora de riesgos del trabajo N° 1 de Argentina, con las mejores prestaciones de medicina prepaga de Prevención Salud y los planes de capitalización de Prevención Retiro, para cuidar a los empleados, asegurar su futuro económico y fidelizarlos. Todo ello se completa con la amplia gama de coberturas de Seguros Patrimoniales y de Personas de SANCOR SEGUROS, así como con la atención personalizada y el asesoramiento profesional de los Productores Asesores de su amplia red a nivel nacional. Más información en [www.sancorseguros.com.ar](http://www.sancorseguros.com.ar)

## Afianzadora analiza el cierre de Seguros de Caución 21-22

El reciente cierre de la industria aseguradora a julio 2021-junio 2022 arroja números con incógnitas a futuro. Con la respetable suma de prácticamente \$1.400.000 millones de primas generadas, la tendencia del último trimestre (abril-junio) pone interrogantes al ya iniciado ejercicio 2022-2023. La recalentada inflación empezó a dejar atrás el avance de las primas, generando un retroceso/achicamiento proporcional de mercado de más del 12% en los últimos 12 meses (IPC:64% - Prima:56%). La ralentizada economía que comenzó a manifestarse en abril del corriente año, parece trasladarse de manera contundente al mercado asegurador, reflejándose en los últimos cuatro meses con una inflación que corre varios puntos por encima del avance de las primas.

Con respecto al nicho de los Seguros de Caución, estimamos un primaje anual (julio2021-junio2022) superior a los \$19.000 millones, con un avance satisfactoriamente apenas por encima del IPC arriba mencionado. El nuevo ejercicio 22-23 comienza con una economía con varios frentes abiertos, y una imperiosa necesidad de ajuste que provocará una menor demanda agregada al vital sector de los seguros. Existen claros indicios de cierto enfriamiento en la economía para domar una inflación desbocada, que sigue deteriorando fuertemente el poder adquisitivo del asalariado. Una inflación proyectada con piso en un 5% requerirá de pericia, valentía y consenso político para encauzar una economía en marcha, anclada en una macro alocada que parece pedir a gritos más ortodoxia. ¿Qué es lo que viene?

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

## Breves de Informe

### AlbaCaución seleccionada para participar del Proyecto Neuquinas con Impacto

Luego de la selección que se llevó a cabo entre un importante número de candidatas, Marcela Delgado, Gerente Regional Patagonia de AlbaCaución, fue elegida para formar parte del Programa Neuquinas con Impacto que se encuentra impulsado desde el Gobierno provincial junto con ONU Mujeres y la Fundación Potenciar, y se propone consolidar el liderazgo de las mujeres de la provincia de Neuquén. Este programa tendrá entre sus objetivos potenciar y profesionalizar el liderazgo de las mujeres abordando los desafíos específicos de género, buscando crear y desarrollar una Red de Mujeres Líderes en espacios de decisión, que promuevan y propicien la inclusión de todas las mujeres al mundo laboral. Dicho programa consta de encuentros virtuales y presenciales a lo largo de diez meses, donde para potenciar las habilidades de liderazgo recibirán capacitación, mentoreo y bibliografía.

Entendiendo la importancia de los objetivos que este programa persigue, AlbaCaución apoya la participación de sus integrantes en espacios similares a estos, entendiéndose como un actor social comprometido y un agente dinamizador de cada región donde tiene presencia.

Marcela Delgado tiene 14 años de trayectoria y reconocimiento en el mercado de seguros, dando sus primeros pasos en 2008 en la Agencia Viedma, quedando a cargo de la misma tres años más tarde. A partir de 2012 asume en la Agencia Neuquén desde donde pasa a gestionar la operatoria de toda la Región Patagónica.

Alba Compañía Argentina de Seguros S.A. es una aseguradora de capitales nacionales. Avalada por su trayectoria y su conocimiento. Comprometida con potenciar el crecimiento y desarrollo del sector productivo de nuestro País.

### Innovación y mejora continua: La Perseverancia Seguros presenta su nuevo multiproducto de equipamiento médico duradero



Con este lanzamiento, la compañía amplía la cobertura de su microseguro de Equipamiento Médico Duradero al incorporar robo y responsabilidad civil.

En el marco de su plan de innovación y mejora continua, La Perseverancia Seguros -compañía con más de 116 años de trayectoria- presentó un nuevo multiproducto que amplía la cobertura de Equipamiento Médico Duradero, incorporando Robo + Responsabilidad Civil. Los microseguros están orientados a poblaciones vulnerables, ya que el bajo costo que poseen se transforma en una solución a la hora de proteger bienes que fueron muy costosos de adquirir y que de ser robados o dañados sería muy problemático y difícil de reponer. Se entiende por equipamiento de uso médico duradero a cualquier equipo que proporcione beneficios para un paciente que tiene ciertas condiciones médicas y/o enfermedades, con un propósito médico y que no es útil para personas sin una enfermedad o lesión. Por lo general, es prescrito por un médico. Ejemplos de equipamiento médico duradero son: sillas de ruedas, andadores, rollators, bastones, entre otros. Este seguro permite a los usuarios elegir entre las siguientes coberturas:

- Robo
- Robo e incendio
- Accidente, robo e incendio. Se excluye el accidente que consista en la práctica deportiva.

Con el nuevo multiproducto, estas coberturas ahora pueden combinarse con la de Responsabilidad Civil. En todos los casos, la póliza cubrirá hasta un máximo de 2 eventos anuales, con un límite de 100.000 cada uno.

La póliza de La Perseverancia Seguros incluye, además, los siguientes beneficios:

- Servicio de traslado: en caso de siniestro amparado en la póliza, se reembolsarán los gastos de traslado del asegurado y un acompañante a su domicilio. Hasta un límite máximo de \$3.000 por todo concepto.
- Alquiler de equipo sustituto: en caso de siniestro amparado en la póliza, y mientras el bien asegurado se encuentre en reparación, se reconocerán los gastos del alquiler de un equipo sustituto en forma temporal. Hasta un límite máximo de \$10.000 por todo concepto. Para conocer más detalles sobre esta cobertura ingresar al siguiente enlace.

### El podcast Circulantes fue declarado de Interés Provincial por la Cámara de Diputados de Santa Fe

La provincia lo hizo en reconocimiento al aporte sobre la movilidad en las ciudades que realiza el podcast de Grupo San Cristóbal.



La Cámara de Diputados de la provincia de Santa Fe declaró de Interés Provincial al podcast Circulantes de Grupo San Cristóbal por su contribución a la movilidad en las ciudades. La iniciativa fue formalizada en un acto que se llevó a cabo esta tarde en el marco de la muestra «Conversaciones en vivo sobre cómo andamos» que se realiza en la Casa Central de Grupo San Cristóbal.

La declaración fue acompañada por la diputada Lucila de Ponti, quien reconoció el valor que tiene desde una empresa se genere este tipo de contenido que brinda conciencia, y entregó a Diego Guaita, CEO de Grupo San Cristóbal, el certificado donde se declara a Circulantes de Interés Provincial por su aporte a la reflexión, difusión y discusión sobre la movilidad de nuestras ciudades.

«Este reconocimiento es un impulso al esfuerzo de Grupo San Cristóbal en su empeño constante en la contribución con la sociedad. En este caso, que nuestro podcast Circulantes haya sido elegido de Interés provincial por Santa Fe habla de la importancia que tiene discutir cómo funciona en las ciudades la movilidad, la seguridad vial y el diseño urbano, entre otros aspectos clave, para impactar positivamente en el bienestar y la calidad de vida de las personas», afirmó Diego Guaita, CEO de Grupo San Cristóbal.

Circulantes ya había sido declarado de interés municipal por el Concejo Municipal de Rosario también por su aporte sobre la movilidad en las ciudades.

### De qué trata Circulantes

Circulantes es un podcast que ya está en su tercera temporada, un proyecto multimedia enfocado en generar contenido para ayudar a pensar en una movilidad más sustentable y segura. Esta propuesta, que está disponible en Spotify, ofrece un espacio de diálogo desde una mirada positiva y amplia, con abordajes integrales desde múltiples disciplinas.

A través de entrevistas a especialistas, cada episodio aborda un aspecto diferente de la movilidad, el diseño urbano, la seguridad vial, los distintos medios de transporte y las innumerables variables que se ponen en juego a la hora de recorrer las ciudades. Participan urbanistas, sociólogos, expertos en seguridad vial y artistas, entre otros referentes que contribuyen a generar un análisis plural sobre cómo circulamos.

Para esta tercera temporada, Circulantes cuenta con la participación de personas con notable trayectoria como Fernando Bercovich de Trama Urbana, Carolina Huffman de Urbanismo Vivo y los periodistas especializados Federico Poore y Jason Mayne, entre otros. La idea y realización de los episodios está a cargo de Federico Fritschí, locutor y comunicador social.

### Conversaciones

En tanto, continúa hasta el 2 de septiembre «Conversaciones en vivo sobre cómo andamos», un ciclo que incluye charlas en vivo, proyección de documentales, talleres y una muestra del recorrido de Circulantes en la Casa Central de Grupo San Cristóbal en Rosario.

Entre las actividades todavía pendientes, este jueves 1° de septiembre estará la grabación del podcast en vivo «Mi vida en espacios». Contará con la presencia de Chiqui González, gestora cultural, abogada, directora teatral, dramaturga y docente universitaria argentina que fuera además exsecretaria de Cultura de la Municipalidad de Rosario y ministra de Innovación y Cultura de la provincia de Santa Fe.

### Orbis Seguros y sus PAS se van rumbo al Mundial

En este año mundialista, Orbis Seguros no quiere perderse esta gran fiesta del fútbol que se llevará a cabo a partir del 20 de noviembre. Es por eso, que desde agosto hasta fines de octubre, los Productores de Orbis Seguros, pueden participar a través del concurso «Sumá goles y ganá», por un viaje al mundial, el día que la selección Argentina enfrente a Arabia Saudita. El premio incluye:

- Aéreos desde Buenos Aires.
- 4 noches de alojamiento.
- 1 entrada categoría 1 al partido Argentina vs. Arabia Saudita.
- Todos los traslados.
- Asistencia al Viajero incluida.

El sorteo se realizará el 31 de octubre. Ver bases y Condiciones: <https://lnkd.in/e3SMWspd>  
\* Selo válido para productores de Orbis Compañía Argentina de Seguros S.A.



profile  
profile

## THE PIZZA ONLY TRUE LOVE

# Alta gastronomía en forma de Pizza



El restaurante The Pizza Only True Love brinda una experiencia única a todos los transeúntes del Boulevard Caseros, ubicado en el Barrio de San Telmo. Este local le ofrece a los amantes de la gastronomía una propuesta diferente de pizzas 'gourmet' elaboradas con masa madre y toppings que recorren desde lo más tradicional hasta las innovadoras Pizza Salad y Pizza Pasta. Incluso ofrecen variedades vegetarianas y veganas; una sección de antipasti y deliciosos postres con impronta italiana. Todo es realizado con ingredientes frescos y de calidad, entre los cuales se destacan pistachos, alcachofas orgánicas, prosciutto italiano, kale, fior di latte, pesto de alcauciles y más.

Desde el 2017, este restaurante se destaca por ser la primera pizzería de Buenos Aires en utilizar el método de masa madre, con un blend de tres harinas orgánicas y un fermento natural -sin agregado de químicos y levaduras- de 48 hs. Su cocción ronda entre 10 a 15 minutos con lo que se logra una masa crocante, bien cocida y con muchos alvéolos en sus bordes. Como resultado, las preparaciones son mucho más digeribles y nutritivas, y cumple con uno de los principales objetivos de la propuesta: brindar a sus comensales alimento real a la hora de consumir una pizza. The Pizza OTL dejó a un lado lo tradicional de la pizza argentina y reivindicó el

tenue y un amplio despliegue de mesas altas y bajas -con patas de hierro y topes de madera fina-, banquetas y sillas en donde resaltan su diseño de elegancia y comodidad. En sus rincones disponen de sillones y mesas de gran tamaño, ideales para una reunión con un gran número de personas y así poder brindar la mayor comodidad a todos los comensales. Una parte importante que integra en el salón es su enorme barra de mármol que impacta a la vista de toda persona que entra al lugar, donde tiene sillas altas y muy refinadas para tomar alguna copa. Actualmente, se encuentra habilitado un espacio en la vereda para disfrutar de una deliciosa comida al aire libre y, en épocas de bajas temperaturas, disponen del espacio calefaccionado.

### Gastronomía

Su carta está a cargo del chef David Gdansky, y en ella se despliegan una



variedad de opciones para satisfacer a todos los paladares, tanto tradicionales como aventureros. En la sección La Pizza se destacan propuestas como la Melanzana e Pecorino que contiene berenjenas asadas, tomate italiano, albahaca, mozzarella fior di latte, olivas negras y queso pecorino; la Cipolla y Gruyere, de crema de cebollas dulces, tomillo ajo y queso gruyere; la Crispy Kale Orgánica, con hojas de kale crocantes, queso brie, cebolla morada, pesto de kale y pistachos tostados y la de Burrata y Tomates Orgánicos, con burrata de búfala, tomates orgánicos asados, alcauciles en conserva, rúcula fresca y brotes. ➡

# Pizzas gourmet elaboradas con masa madre y toppings



Entre las **opciones veganas** se ofrecen la *Vegan Margherita* con tomate, mozzarella vegana, albahaca fresca y aceite de oliva y la *Vegan Caju Cheese*, con tomate, queso cremoso de castañas de cajú, parmesano vegano, kale y palta.

Para los paladares más exóticos se ofrece una sección que se lleva todas las curiosas miradas: **Pop-Up Pizzas**, con variedades que combinan diferentes platos servidas sobre pizzas blancas. En esta sección se encuentran la *Caesar Salad Pizza*, con aderezo caesar, lechuga, parmesano y pollo asado; la *Cavatelli al Pesto Pizza*, con cavatellis caseros con pesto de albahaca cremosa; la *Mac & Cheese Pizza*, con macarrones caseros, crema de queso cheddar, mozzarella *fior di latte* y parmesano, entre otras.



Como **Entrada**, se puede disfrutar de alguna preparación de la sección **Antipasti**. En ésta se encuentran los *Arancinis*, unas croquetas de arroz arborio cocido con caldo de azafrán y rellenas de mozzarella servidas con alioli de ajo asado; la *Fainá al Ferro*, fainá crocante de coliflor, ajo y parmesano, mortadela con pistachos, queso brie y pesto de kale y los *Kale Fritters* buñuelitos de kale, servidos con alioli, miel *sweet chili* y parmesano.

un perfecto **after office**. Entre estos se destacan el *Sándwich de Píadina e Polpetines* con tomate, mozzarella *fior di latte*, albóndigas y albahaca; la *bruschetta de Capra e Funghi* con cabrauntar, hongos asados y rúcula fresca y un *Antipasti de Formaggio* con variedad de quesos, pickles, frutos secos y dulce casero.

Para el dulce final, la propuesta de **Postres** es muy variada e igual de deliciosa. En esta sección encontrarás el *Cannoli Love* que viene por tres unidades, y contiene masa crocante de vino dulce, rellena de crema de ricota, chocolate, frutos secos y cramberrys, servida con

helado a elección; la *Torta Húmeda Alla Nocciola*, que es una torta húmeda de chocolate y avellanas con helado de crema, y por último el *Flan de Mascarpone*, servido con confitura de naranja. Para los amantes del **café y té** tienen varias opciones a escoger como un *Ristretto*, *Espresso*, *Cortado*, *Doble*, *café con leche* y *café affogato* mientras en las opciones de té ofrecen té negro, verde, *earl grey*, digestivo y *chai*.



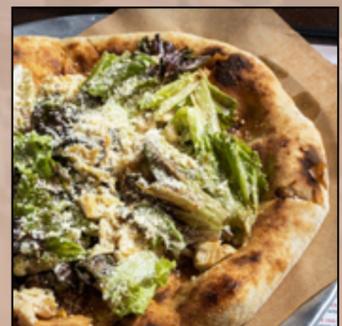
## Bebidas

Para acompañar estas deliciosas pizzas ofrecen **variedad de bebidas**. Para los fanáticos

de la famosa dupla pizza y **cerveza**, hay *Stella Artois* y *Patagonia* tiradas; y en formato porrón algunas marcas reconocidas. Entre los **Cocktails** se destacan el *Corpo Rosso* con tequila, sandía, pomelo rosado, y jugo de cramberrys; el *Frutto Della Passione Sour* con *Pisco*, clara de huevo y maracuyá y el *Maiame con Vodka*, frutos rojos caramelizados, lima y espumante rossé. También hay opciones más clásicas de **cocktails** como *Aperol Spritz*, *Fernet con Cola* y *Orange Campari*. Cabe destacar que ofrecen un conveniente **Happy Hour** durante todo servicio con precios promocionales. También ofrece bebidas sin alcohol como gaseosa y limonada o pomelada natural con kombucha.



**The Pizza Only True Love** apuesta a la calidad e invita a vivir una propuesta gastronómica distinta y atrevida, en donde su variedad de pizzas y la calidad de sus ingredientes se funden para complacer hasta los paladares más exigentes.



# estamos

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



sancorseguros.com.ar

0800 444 2850





TU TRANQUILIDAD CRECE.

www.galenoseguros.com.ar

# informe

## operadores de mercado



TU TRANQUILIDAD CRECE.

www.galenoseguros.com.ar

# Juan Pablo Núñez

Casado - 34 Años - Signo Sagitario (25-11-1987)

Líder de la Aceleradora RUS / Innovación



CARA  
a  
CARA

● **UN HOBBY**

Leer

● **LA JUSTICIA**

Algo que persigo

● **SU MAYOR VIRTUD**

Transparencia

● **LA SEGURIDAD**

Una tranquilidad

● **AVIÓN O BARCO**

Barco

● **VESTIMENTA FORMAL O**

INFORMAL

Casual

● **UN SER QUERIDO**

Juana

● **ACTOR Y ACTRIZ**

Ricardo Darín y Julia Roberts

● **UNA ASIGNATURA PENDIENTE**

Viajar en motorhome sin destino

● **LA MENTIRA MÁS GRANDE**

«Después te aviso»

● **NO PUEDO DEJAR DE TENER...**

Amistades

● **UN RIESGO NO CUBIERTO**

Miedo

● **LA MUERTE**

Una evolución

● **EL MATRIMONIO**

Un encuentro

● **EL PASADO**

Debemos dejarlo atrás

● **EL DÓLAR**

Siempre sube

● **SU RESTAURANTE FAVORITO**

PARA CENAR

Con vista al mar

● **LE TENGO MIEDO A...**

Hablar en público

● **LA INFLACIÓN**

El dolor con el que convivimos los argentinos

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

La primera vez que me sentí independiente

● **TENGO UN COMPROMISO CON...**

Conmigo mismo

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

Las capacidades no son cuestión de género

● **EL FIN DEL MUNDO**

Con Débora, mi pareja

● **UN PERSONAJE HISTÓRICO**

Mahatma Gandhi

● **EN COMIDAS PREFIERO...**

Asadas

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

Querer saberlo todo

● **¿QUÉ COSA NO PERDONARÍA NUNCA?**

La mentira

● **UNA CANCIÓN**

«Diez años después», de Los Rodríguez

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

En algo que no esté enmarcado en mis valores

● **PSICOANÁLISIS**

Una herramienta que debemos comprender

● **ME ARREPIENTO DE**

Las veces que no dije lo que siento

● **DIOS**

Todos lo somos

● **ESCRITOR FAVORITO**

Deepak Chopra

● **EN TEATRO**

Comedia

● **LA CORRUPCIÓN**

Acción inconcebible

● **LA INFIDELIDAD**

De suceder, un desafío para la pareja

● **ESTAR ENAMORADO ES...**

El mejor estado

● **UN PROYECTO A FUTURO**

Trabajar más en mi interior

● **PROGRAMA PREFERIDO DE TV / CABLE**

No miro

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

«Hasta que nos volvamos a encontrar» - «La apariencia de las cosas»

● **UN FIN DE SEMANA EN...**

La playa

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

Que están presentes

● **LA TRAICIÓN**

No la perdono

● **SU BEBIDA PREFERIDA**

Vino

● **MI MODELO PREFERIDA ES**

Pampita

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

«El sendero del mago» de Deepak Chopra

● **EL AUTO DESEADO**

Toyota Hilux SW4

● **MI MÚSICO PREFERIDO ES...**

Andrés Calamaro

● **EL CLUB DE SUS AMORES**

C.A.R.T (El club de mi pueblo)

● **EL PERFUME**

1 Million de Paco Rabanne

● **LA MUJER IDEAL**

Compañera

● **RED SOCIAL PREFERIDA**

Twitter

● **LA CULPA ES DE...**

No debemos culpar, ni culparnos

● **LA GRAN AUSENTE**

Esther

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

Su actitud

● **EL LUGAR DESEADO PARA VIAJAR**

Playa

● **UN SECRETO**

Soy vergonzoso

● **SI VOLVIERA A NACER, SERÍA**

Pájaro

● **UN MAESTRO**

Tengo varios

● **EN DEPORTES PREFIERO...**

No prefiero

● **UNA CONFESIÓN**

Me cuesta hablar en público

● **NO PUEDO**

Quedarme callado o no opinar

● **MI PEOR DEFECTO ES**

No valorarme

● **MARKETING**

Una gran herramienta

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

Un viaje

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

Yoga / Meditación

● **DE NO VIVIR EN ARGENTINA...**

¿QUÉ LUGAR DEL MUNDO ELEGIRÍA?

Alguno de playa

BBVA Seguros

En ese living la viste crecer, aseguralo

Cada parte de tu hogar tiene una historia

Nuestro Seguro de Hogar se adapta a vos. [bbvaseguros.com.ar](http://bbvaseguros.com.ar)

