



informe

operadores de mercado



Entrevista a Gonzalo Córdoba y Sebastián Guerrero
Presidente y Vicepresidente de Crédito y Caucción

Una década de excelencia

SIMPLE



PÓLIZA DE CAUCIÓN DIGITAL DE AFIANZADORA
 EN EL MOMENTO Y SIN MOVERTE DE TU NOTEBOOK.

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

Escribinos a: info@afianzadora.com.ar



Escaneá para conocer más.



AFIANZADORA
 SEGUROS DE CAUCIÓN

Capacidades variadas y un mix generacional, las virtudes de Crédito y Caución

Tras 10 años de trayectoria en el mercado, Crédito y Caución se ha posicionado y consolidado en el grupo de compañías que lideran el ranking de caución a partir de la calidad de su servicio, la capacidad de su equipo y la confianza de sus clientes. Desde su origen, ha apostado a la tecnología como un aliado fundamental en todos los procesos de la compañía y en la actualidad, sus pólizas son cien por ciento digitales. De cara al futuro, seguirá potenciando sus pilares de trabajo, aprovechando las oportunidades que la macro le presente y fortaleciendo todos aquellos negocios que ha desarrollado en esta década de crecimiento y evolución.



Guerrero - Córdoba. «Nuestra estrategia para el 2023 es fortalecer desde la excelencia de nuestro servicio y estar atentos al contexto macro... En materia comercial, hemos elaborado una estrategia de fidelización de nuestros PAS para fomentar las relaciones de largo plazo. También nos focalizamos en la ampliación de la cartera y en el desarrollo de nuevas capacitaciones y beneficios para nuestros PAS».

Gonzalo Córdoba y Sebastián Guerrero, Presidente y Vicepresidente de Crédito y Caución, reflexionan sobre la evolución y proyección de la Compañía a una década de su creación.

- En este 2023 Crédito y Caución está cumpliendo 10 años de permanencia y trayectoria en el mercado. ¿qué balance realizan en términos de logros alcanzados y metas pendientes de cumplir?

- Tras 10 años de actividad en el sector, nos enorgullece ser uno de los principales referentes de mercado. Nuestros años de trayectoria en el rubro, la calidad de nuestro servicio, la capacidad de nuestro equipo y la confianza de nuestros clientes nos han permitido posicionarnos, año tras año, en el **grupo de compañías que lideran el ranking de caución**. Este logro lo alcanzamos en una economía tan fluctuante como la argentina, donde la anticipación de escenarios es una virtud y la flexibilidad para hallar soluciones a los problemas cotidianos es un requisito para seguir creciendo. ➡



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 1º 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 B46

TRAYECTORIA QUE NOS UNE



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

1925
BOSTON SEGUROS

Nº de inscripción en SSN 0032

Atención al asegurado 0800-666-8400

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

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN



«» Hemos entendido a lo largo de nuestra trayectoria que **nuestras capacidades son variadas** y que un **mix generacional dentro de la compañía nos mantiene al corriente de nuevas estrategias, pero bajo el marco de confianza que la experiencia aporta.**

- **¿Cómo analizan la actualidad y proyección del Seguro de Caución en Argentina en un contexto económico del país signado por alta inflación, escasez y restricción de divisas, y además en un año electoral desde lo político?**

- La realidad actual argentina presenta un sinfín de interrogantes, somos conscientes que el escenario es complejo. Por otro lado, también **creemos que el haber atravesado estos años de pandemia donde tuvimos que adecuar nuestras estructuras y procesos, nos hizo más fuertes.** Con o sin transición electoral, tal como hemos vivido en el sector en otras ocasiones, encontraremos la manera de seguir siendo pioneros en el rubro, aprovechando cada oportunidad que la realidad nos presente.

En el corto plazo, esperamos que la inflación descienda a menores niveles que los registrados durante el año 2022 para poder operar con mejores indicadores. **Creemos que las crisis son oportunidades de crecimiento en todo sentido,**

con esta filosofía vamos a **implementar herramientas su- peradoras que permitan brindar propuestas de calidad, más creativas,** que nos permitan sortear dificultades con mayor soltura.

- **¿De qué manera impacta en el Seguro de Caución y en el día a día de CyC las restricciones para el pago al exterior del reaseguro que impuso el BCRA? ¿La situación tiende a normalizarse o a complejizarse?**

- El escenario actual, con restricciones para los pagos al exterior en concepto de reaseguro, es muy complejo y requiere de toda nuestra atención. Si algo nos ha caracterizado es haber sido siempre muy responsables en este aspecto porque sabemos que el reaseguro es un pilar fundamental en solvencia y credibilidad de cara a nuestros clientes.

Creemos importante mencionar que esta medida atraviesa a todos los mercados, no sólo al asegurador. Ante una escasez general de divisas y un panorama poco claro respecto a su desenlace, son diversas las industrias que hoy por hoy encuentran limitaciones para cumplimentar sus pagos al exterior. Sin embargo, teniendo en cuenta la magnitud y el impacto de estas medidas para los distintos mercados, creemos que este Gobierno -o el próximo- tendrá que regularizar la situación para no generar una parálisis total. En el

PROTAGONISTAS



mientras tanto, seguimos buscando alternativas de la mano de las distintas Cámaras que nuclean al sector porque es una preocupación en común.

- **¿Cuál es el plan estratégico de CyC en este escenario y los objetivos propuestos en materia de desarrollo comercial para este año 2023?**

- **Nuestra estrategia para el 2023 es fortalecernos desde la excelencia de nuestro servicio y estar atentos al contexto macro.** Atravesamos un escenario delicado en lo económico e incierto en lo político, que llevará a decisiones de corto plazo que serán importantes para definir el resultado del período.

En materia comercial, **hemos elaborado una estrategia de fidelización de nuestros PAS para fomentar las relaciones de largo plazo.** También nos focalizamos en la ampliación de la cartera y en el desarrollo de nuevas capacitaciones y beneficios para nuestros PAS.

Hemos incorporado recursos estratégicos en las distintas áreas, manteniendo una estructura saludable y tenemos previsto ir perfeccionando nuestro esquema híbrido de trabajo (presencial/remoto) a lo largo del año.

«» **Continuamos invirtiendo en tecnología para atender a las necesidades de nuestros clientes con la mayor de las celeridades** «»

A su vez, **continuamos invirtiendo en tecnología para atender a las necesidades de nuestros clientes con la mayor de las celeridades.**

- **Conociendo la importancia de la obra pública y privada en lo que hace a las Garantías Contractuales, ¿qué expectativas tienen respecto al Gasoducto Néstor Kirchner y a la explotación del litio en Argentina?**

- La expectativa es muy buena. **Ambos proyectos han pasado a ser estratégicos para el desarrollo argentino de los próximos 20 años.** Nuestro país podría convertirse en un importante productor y exportador de estos recursos.

Respecto del Gasoducto Néstor Kirchner, tenemos buenas noticias porque el transporte de la tubería a «»



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

Escaneá el código QR y descargá la app.

TRIUNFO SEGUROS
Mucho más cerca tuyo.

Nº de inscripción en SSN: 0360
Atención al asegurado: 0800-666-8400
Organismo de control: www.argentina.gob.ar/ssn
SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN



Hoy operamos de forma 100% online.

En 2019 anunciamos el camino a la digitalización. Trabajamos en la transformación, nos adaptamos, asumimos nuevos desafíos y colaboramos en la digitalización de los PAS.

Hoy operamos de forma 100% online y somos la aseguradora de mayor crecimiento entre las 20 líderes del mercado.





▲ Delia Rimada, Directora de Informe Operadores de Mercado, junto a Gonzalo Córdoba y Sebastián Guerrero, Presidente y Vicepresidente de Crédito y Tación.

PROTAGONISTAS



→ **destino avanzó al ritmo esperado.** También trascendió que los dos frentes de soldadura automática se encuentran superando la productividad prevista originalmente, con un promedio de 4 kilómetros de tubos soldados por día, este hecho es altamente positivo. La culminación de la obra está prevista para mediados de este año, en su primera etapa, la segunda etapa incluirá la extensión al interior del país y luego a países limítrofes, para exportar el producto. También se proyecta construir una planta de GNL que permita su salida por barco, con una muy importante inversión en puertos y *facilities*.

En cuanto al litio, es importante destacar que Argentina es cuarto productor mundial del recurso. Si tenemos en cuenta que al litio lo llaman el «oro blanco» por la importancia que tiene para la generación de energía como →



Innovación y Compromiso al servicio de nuestros Productores de Seguros



FEDERACION PATRONAL SEGUROS SA.

www.fedpat.com.ar



informe
operadores de mercado

Publicación especializada de aparición quincenal
AÑO 30 / Nº 734 - Marzo 2023

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

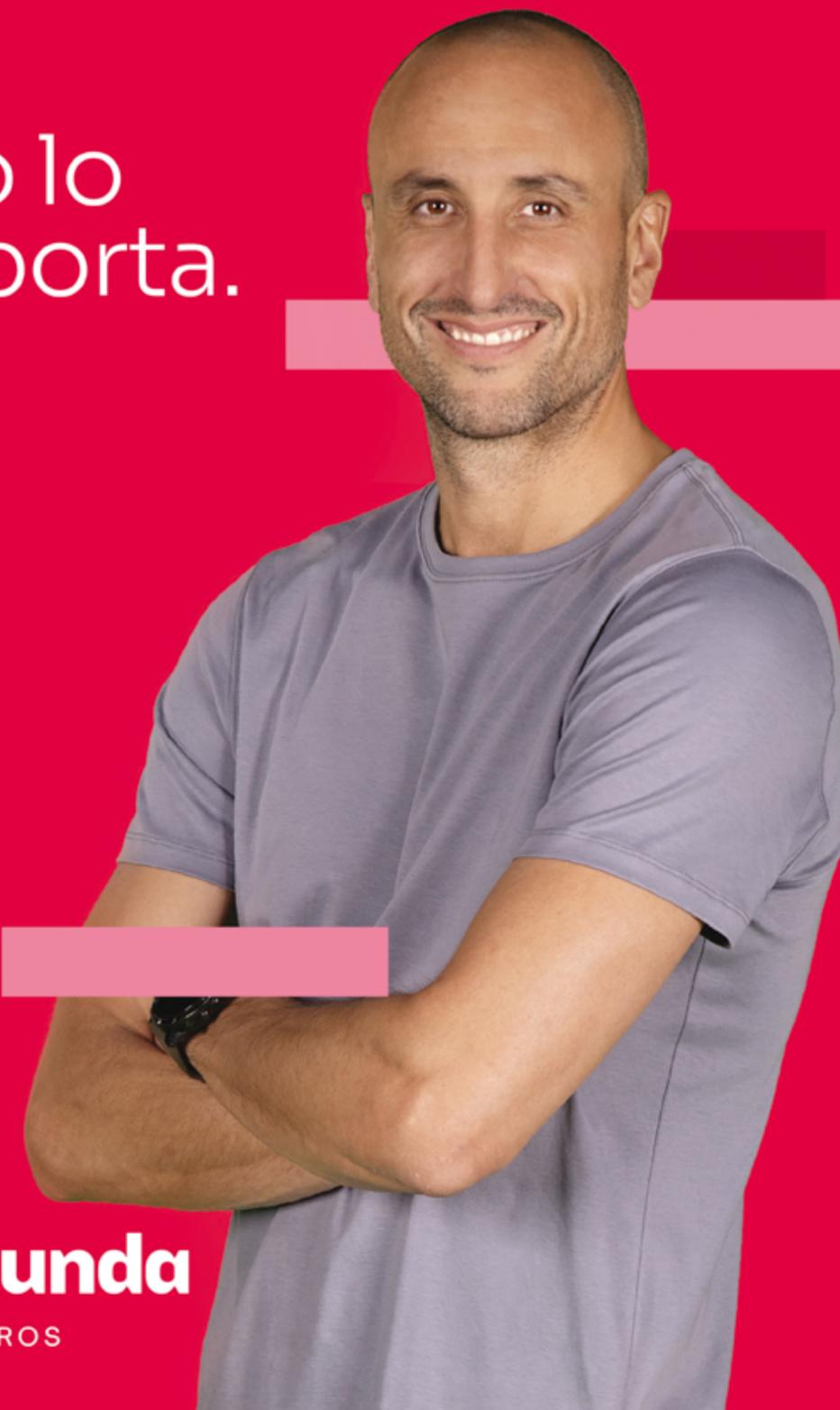
ADMINISTRACIÓN, FACTURACIÓN & CONTABILIDAD
Elizabeth Domenech / elizabeth.domenech@moez.com.ar

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.

Primero lo que importa.



la segunda
SEGUROS



▲ Gonzalo Córdoba y Sebastián Guerrero, junto al Equipo de Especialistas de Crédito y Caución.

PROTAGONISTAS

➔ reemplazo de la combustión, estimamos que es un recurso que ocupará un lugar central en la economía argentina en los próximos años. Cabe destacar que este mineral está generando numerosas inversiones privadas mineras que se encuentran mayormente en desarrollo, **esperando exportaciones por un volumen de USD 10.000 millones anuales con la madurez de los proyectos.**

Con esta proyección, **las garantías contractuales y aduaneras serán un instrumento muy utilizado en la instrumentación de esos negocios venideros.**

- **¿Cómo es la actualidad y el desarrollo de los negocios de Garantías Aduaneras, Caución IGJ y Alquileres para CyC? ¿Cuál es el nicho de Caución que consideran «estratégico» para la Compañía?**

- **La expectativa estará centrada en las Garantías Aduaneras en tanto se liberen las restricciones a las importaciones.**

Por otro lado, **vemos en el seguro de alquiler para vivienda un producto con mucho potencial en virtud de una mayor aceptación por parte del mercado inmobiliario.** Tanto inquilinos como dueños lo utilizan para contrarrestar las garantías propietarias que hoy por hoy son de difícil acceso, selectivas en su aprobación y complejas en su ejecución. Los seguros de alquiler para vivienda se presentan como una solución a este problema.

- **¿Cómo ha sido la siniestralidad durante 2022 para Crédito y Caución y cuáles han sido los negocios más afectados?**

- **En nuestro caso la siniestralidad se ha mantenido bajo control,** en niveles bajos para el mercado, fruto de nuestra política de selección de canales de negocios y suscripción tradicional, siempre buscando ofrecer soluciones en un contexto desafiante. **No hemos tenido líneas de negocio con especial afectación,** pero advertimos que **es un mercado donde claramente prevalecen los especialistas, con políticas pensadas para el mediano y largo plazo.**

- **¿Qué reflexión hacen sobre el impacto de la póliza digital en Caución y de qué manera CyC adaptó sus sistemas para implementarla? ¿Hoy operan cien por ciento digital?**

- **Crédito y Caución ha apostado desde un inicio a la tecnología como un aliado fundamental en todos los procesos de la compañía.** En la actualidad, **nuestras pólizas son 100% digitales,** incluso la firma digital (cuyo certificado es otorgado por la Oficina Nacional de Tecnología en la información) que fue aceptada por los actores involucrados. **Esta realidad nos permitió mejorar nuestro servicio y el cliente es algo que valora ampliamente** porque le permite recibir y reenviar la póliza de manera electrónica, con lo cual, se simplifican costos y tiempos.

Además, nos ha permitido obtener mejores métricas del negocio, dar un mejor seguimiento al mismo y mantener aún más vivo el vínculo con nuestros clientes.

- **¿Qué importancia asignan a la innovación y cuáles son los últimos desarrollos digitales que implementó y/o proyecta implementar la Compañía? ¿Qué es CyC Online?**

- Siempre decimos que estar a la vanguardia en materia tecnológica es una finalidad en sí misma. La innovación, ➔



un año que comienza
365
nuevas oportunidades

GRACIAS por continuar creciendo juntos



compartimos la misma pasión



Protegemos a todos los miembros de la familia

| Seguro para mascotas.

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

PROTAGONISTAS

→ para la Compañía, es primordial desde muchos aspectos. Desde nuestra fundación **nos hemos esforzado por agilizar los procesos**. Por ello, vemos que la digitalización simplificó las tareas en todas las áreas, especialmente en cuanto a acceso y emisión de información.

También hizo más eficiente la funcionalidad de nuestras webs, mejorando -entre otros puntos- la velocidad de respuesta ante las consultas de nuestros clientes.

CyC Online es la **plataforma digital para Productores y Clientes** que permite realizar operaciones y solicitudes de manera fácil y rápida, consultar estado de cuentas, imprimir facturas y gestionar medios de pago.

Con la migración de nuestros servidores a la nube, orientamos nuestros esfuerzos a la automatización de



procesos y controles. Esto nos ha permitido **mantener una estructura pequeña y adecuada, y evitar la repetición de tareas** optimizando nuestros recursos. También colabora a mantener motivado al equipo con responsabilidades cada vez más desafiantes y con el compromiso de proponer innovaciones para la mejora constante.

- **¿Cuál es el lugar que tiene la Ciberseguridad en CyC y de qué manera combaten el cibercrimen?**

- El cibercrimen es uno de los delitos que más creció intra y post pandemia. Es un riesgo del cual ninguna empresa hoy día se encuentra exento. En este sentido, fieles a la importancia que como compañía le damos a la tecnología, **a partir de marzo 2022 Crédito y Caución opera con todos sus servidores en la nube**, esto nos permite tener mayor conectividad y efectividad del servicio digital y, principalmente, **contribuye a la seguridad informática disminuyendo las posibilidades ciberataques**.



Asimismo, hemos desarrollado un programa de concientización, **«La seguridad la hacemos entre todos»**, en el que mensualmente remitimos gacetillas con información a nuestros empleados, y efectuamos cursos y simulación de correos de *phishing*, con el objeto de prevenir el robo de información que nos afecta tanto en nuestra vida personal como laboral.

- **Luego de una década de crecimiento y desarrollo, ¿cómo proyectan los próximos 10 años de Crédito y Caución?**

- Seguiremos potenciando nuestros pilares de trabajo, aprovechando las oportunidades que la macro nos presente, fortaleciendo todos aquellos negocios que hemos desarrollado en estos 10 años de trayectoria. **Nuestro compromiso es brindar un servicio de excelencia, cuidando en todo momento a nuestros principales clientes, los Productores Asesores de Seguros**, con un equipo de trabajo dispuesto a solucionar con profesionalismo todos los requerimientos. 📍

aacms
ASOCIACION ARGENTINA DE COOPERATIVAS
Y MUTUALIDADES DE SEGUROS

stop loss
bureau de reaseguros s.a.


rasa
Reaseguradores Argentinos SA

FINALOSS 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




**SPECIAL
DIVISION**
REINSURANCE BROKERS

CONNECTING PEOPLE

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

 www.specialdivisionre.com

 info@specialdivisionre.com

Sostenibilidad transversal del Seguro



Junto a Betina Azugna, Gerente de Sustentabilidad del Grupo Sancor Seguros; Gricel Di Bert, responsable de la Oficina de Gestión Estratégica del Grupo La Segunda; y Silvia Battilana, Especialista de Sustentabilidad del Grupo San Cristóbal, analizamos la política de RSE de las aseguradoras, la participación de los PAS en ella, y las acciones con mayor impacto social y medioambiental.

Escribe Lic. Anibal Cejas

En primer término, Gricel Di Bert, responsable de la Oficina de Gestión Estratégica del Grupo La Segunda, detalló: «La Segunda ha avanzado en lo que respecta a una política tradicional en materia de RSE, ha virado la misma a una estrategia transversal bajo una gestión estratégica sustentable. Con ese enfoque ha comenzado a trabajar fuertemente y de forma desafiante objetivos que acompañan su mirada de poner a las personas en el centro, tanto desde el interior de su

organización como con la comunidad que se relaciona y es parte de su grupo de interés. Decidimos centrarnos en las personas porque esto tracciona para transformar positivamente el ambiente, las comunidades, el ecosistema con compañías aliadas, la cadena de valor y la sociedad en su conjunto.

Esta nueva estrategia tiene grandes ambiciones, pero con un claro foco en los resultados como una organización cooperativa y sostenible.

Para poder trazar esta estrategia, que tiene una mirada a corto, mediano y largo plazo, hemos trabajado en comprender nuestra base y posicionamiento en materia de sostenibilidad, realizar nuestra materialidad, para establecer los asuntos relevantes que son prioritarios para nosotros en esta materia.

En ese sentido, vamos ampliando nuestro camino y dando grandes pasos en los tres aspectos Sociales, Ambientales y de Gobernanza, trazando programas de cara a la comunidad con enfoque en género y derechos humanos, midiendo nuestra huella de carbono y avanzando en su alcance con perspectiva a la carbono neutralidad, y robusteciendo nuestro programas de cara al eje social.

Los desafíos que enfrentan las organizaciones en estos aspectos, lleva a tener una mirada integral y concentrando los esfuerzos en el cumplimiento de los objetivos propuestos, a pesar de abordar contingencias extraordinarias. Ese accionar demuestra la robustez de una organización para no perder el foco y continuar hacia adelante. Es por eso que desde La Segunda, continuamos trabajando incansablemente en cumplir nuestras metas y sortear los obstáculos que se presentan, de forma responsable. Las crisis y la manera de atravesarlas muestran a la sociedad qué tan firme es nuestro compromiso.

Por ello, podemos afirmar que el principal desafío de la estrategia de sustentabilidad es aportar valor al negocio, ya que la mirada sustentable es muy importante para ayudar a la competitividad».

Luego, Betina Azugna, Gerente de RSE del Grupo Sancor Seguros, destacó: «En línea con las últimas tendencias, y porque entendemos que una gestión sustentable es la única manera de hacer buenos negocios, en Grupo Sancor Seguros ya no hablamos de RSE sino de Sustentabilidad, que es transversal al negocio y parte de su gestión de riesgos.

Con ese punto de partida, en el Grupo Sancor Seguros trabajamos en base a un Proceso formal y una Estrategia de Sustentabilidad desde hace 17 años. Este proceso de mejora continua, transversal a todas las áreas y empresas del Grupo, nos permite

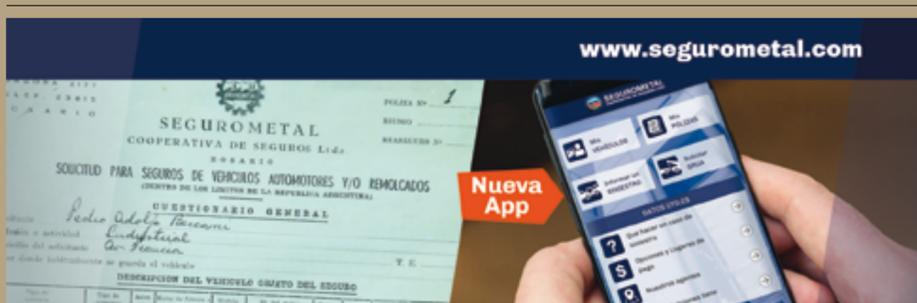
Acompañamos cada momento de tu vida

☎ 0810.222.2444

Consultá con tu productora o productor asesor de seguros o en provinciaseguros.com.ar

Grupo Provincia

Provincia Seguros



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
0285

Atención al asegurado
0800-666-8400

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

SSNI SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN



SUSTENTABILIDAD



▲ Betina Azugna, Gerente de RSE del Grupo Sancor Seguros

➔ detectar oportunidades, identificar riesgos y minimizar impactos negativos, dando respuestas innovadoras.

Nuestra estrategia está basada en el largo plazo, con enfoque ASG (ambiental, social y de gobernanza), y se fundamenta en el diálogo con nuestros grupos de interés. Esto permite entenderla como una inversión que posibilita ahorrar recursos y aumentar producción, dando respuestas que contribuyan con el bienestar de las actuales y futuras generaciones: en definitiva, ser sustentables.

A su turno, **Silvia Battilana, Especialista de Sustentabilidad del Grupo San Cristóbal**, puntualizó: «Atentos a los nuevos desafíos y contextos que se presentan, en **Grupo San Cristóbal** rediseñamos en 2022 nuestra estrategia de sustentabilidad. Esto potencia nuestro compromiso como organización responsable y culmina con la integración de la sostenibilidad en nuestro negocio. Partiendo del principio cultural que nos guía: **'Lo hacemos sustentable'**, la estrategia marca el camino de acción empresarial de la organización, en el corto y largo plazo, atendiendo a los desafíos y las expectativas actuales más relevantes para las empresas de nuestra industria».

Foco

Más adelante, **Azugna** afirmó que la **Estrategia de Sustentabilidad del Grupo Sancor Seguros** cuenta con cinco pilares: diálogo con sus grupos de interés; innovación en el desarrollo de productos y servicios sustentables; desarrollo de iniciativas vinculadas a la prevención, seguridad y salud; generación de valor a través del conocimiento; y medición de su triple desempeño.

«El foco de nuestra gestión de sustentabilidad -sostuvo- está puesto en generar valor en cuanto a la prevención, seguridad y salud de nuestros grupos de interés. En torno a este pilar transversal al negocio se organizan los demás.

En este sentido, desde 2015 llevamos adelante el programa **'Hacia un Ciudadano Sustentable'**, integrador de nuestras acciones y que busca promover un ser humano sustentable, en cada persona vinculada a la empresa, visto desde la mirada de una aseguradora. Cada una de las cinco dimensiones de este programa (Conciencia Aseguradora; Preocupación por la Prevención; Salud y Bienestar; Ética e integridad y Compromiso con el ambiente), apunta a lograr tanto efectos directos en el negocio, como generar bienestar, seguridad y solidaridad en las personas». ➔



Nos une el mismo propósito.

Nos une el **compromiso** de siempre.

Grupo San Cristóbal



San Cristóbal Retiro

Asociart ART

San Cristóbal Seguros

Nº de matrícula en SSN 0442 - 0620 - 0192

Atención al asegurado 0800-666-8400

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

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

BIENESTAR ES CONTAR CON

Planes Médicos y Seguros

GALENO



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 SALUD

GALENO ART

GALENO SEGUROS

GALENO.COM.AR - GALENOSEGUROS.COM.AR

Nº de inscripción en SSN 0878

Atención al asegurado 0800-666-8400

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

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN



SUSTENTABILIDAD



▲ Grisel Di Bert, Responsable de la Of. de Gestión Estratégica del Grupo La Segunda

→ Por su parte, **Battilana** dijo: «Los lineamientos que trazan la estrategia de sustentabilidad de **Grupo San Cristóbal** son los **negocios sostenibles**, facilitar soluciones que mejoren la vida de las personas, organizaciones y el planeta; **organización comprometida**, consolidar una gestión organizacional alineada al desarrollo sostenible; y **vínculos responsables**, relacionarse de manera honesta y transparente con sus grupos de interés.

A su vez, esta estrategia toma como pilar esencial los valores organizacionales y aspectos prioritarios de la compañía como la **tecnología, innovación, la diversidad y la integridad**.

En la consolidación de la estrategia se trabajó en el proceso de **innovación e inclusión digital** para sus integrantes, clientes, PAS y la comunidad en general. También se puso en marcha un **Programa de Diversidad e Inclusión** con el propósito de potenciar una cultura organizacional basada en la igualdad, el respeto y las oportunidades para todas las personas, en especial, aquellas más vulnerables y reforzando el compromiso con los Principios WEPs de ONU Mujeres.

Por otro lado, recientemente publicamos el **quinto reporte de sustentabilidad** de la compañía, donde se refleja el compromiso con el Pacto Global de Naciones Unidas, iniciativa a la que el Grupo adhiere e integra su Mesa Directiva en Argentina. Además, en este ejercicio la empresa avanzó con un fuerte trabajo interno de consolidación del plan de acción sostenible en cada equipo de trabajo, entendiendo que la sustentabilidad es transversal e involucra a todos los sectores de la organización».

En tanto, **Di Bert** señaló: «La política de sustentabilidad que tiene nuestro Grupo no se centra en un área específica, como manifestaba anteriormente, es una **mirada integral y transversal a todos sus procesos**. Asimismo, establece el marco para la gestión del Desarrollo Sostenible, en base a estándares globales.

Entendemos al desarrollo sostenible como el proceso para lograr una sociedad con mejores niveles de justicia, equidad y equilibrio en sus dimensiones social, económica y ambiental. Tenemos como objetivo establecer los criterios de gestión para desarrollar el negocio de manera sostenible, creando valor de largo plazo para nuestro Grupo, nuestros accionistas y demás grupos de interés de nuestra organización.

Trabajamos de forma responsable y respetuosa para generar relaciones valiosas con su entorno, basándose en el convencimiento de que una gestión responsable contribuye a la viabilidad de su actividad a largo plazo y a los compromisos de la Agenda 2030. En ese sentido, nuestra Estrategia de Sustentabilidad, alineada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, busca conducir a las personas que conforman a la organización hacia **un negocio sostenible y promover mejores prácticas** en cuanto a la gestión de los riesgos ambientales, sociales y de gobernanza, así como también a su grupo de interés.

Somos conscientes que es clave en la sociedad actual y sabemos la importancia y necesidad de diseñar seguros útiles, inclusivos, responsables y sensibles a su entorno.» →



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

Estamos cuando nos necesitás.

#Nosimporta

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

www.scbrokerdeseguros.com



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

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



La mejor protección para tu auto



Nº de inscripción SSN 0036

Departamento de Orientación y Asistencia al Asegurado

0800-666-8400

www.argentina.gob.ar/ssn





Plan de acción

En otro momento de la charla, las ejecutivas pasaron revista a las acciones llevadas a cabo el año pasado y el plan para este año.

En este sentido, Azugna recordó: «En 2022 dimos continuidad a los Programas de Sustentabilidad, enmarcados en las dimensiones del Ciudadano Sustentable, para dar respuesta a las expectativas de nuestros grupos de interés. Entre ellos, cabe destacar:

- **Rutas en Rojo:** Programa Nacional de Prevención de Sinistros de Tránsito.
- **Programa de Inclusión** (basado en la accesibilidad, el empleo y negocios inclusivos, y el compromiso y concientización sobre la inclusión).
- **Programa Compromiso con el Ambiente.**
- **Preve Club y Gen Pre:** para las generaciones futuras.
- **Manteniéndonos Activos** (pensado para los Adultos Mayores).

Fue un año de revisión de oportunidades de mejora y creación de valor. Buscamos alinear la gestión sustentable con objetivos que, siendo propios del negocio como la búsqueda de la eficiencia, la seguridad y la salud, también nos permiten contribuir al cumplimiento de metas vinculadas a problemáticas mundiales como la desigualdad social y económica; el cambio climático y la vulneración a los DDHH. Con esa premisa, enfocamos los planes y proyectos para 2023 y a futuro.

Luego, Battilana expresó: «Un hito destacado del 2022 fue la renovación de marca corporativa de Grupo San Cristóbal: más moderna, humana y confiable. Una nueva forma de presentarse sin perder la esencia de más de 80 años, trabajar para lograr que los clientes estén seguros, cuidando su bienestar y patrimonio, respondiendo a sus necesidades, ayudándolos a tener éxito y superando sus expectativas.

Otra iniciativa que se llevó a cabo es la alianza con Fundación Compromiso para el desarrollo de los Programas 'Potrero Digital' y 'Picadito Digital' que brindan capacitación y herramientas digitales a jóvenes de distintas edades que se encuentran en situación de vulnerabilidad social. Un abordaje innovador y de impacto que alcanzó a más de 1.000 participantes de la ciudad de Rosario y alrededores.

Asimismo, se implementó 'Háblalo for Business', un software que permite convertir los centros de atención en lugares adaptados, accesibles y amigables para que los pacientes puedan comunicarse, en los 7 centros médicos de Asociart ART, siendo el primer grupo asegurador del país en incorporar esta solución tecnológica para brindar un mejor servicio a las personas con dificultades en su comunicación.

Por otro lado, se comenzó a trabajar en la generación de oportunidades para personas con discapacidad dentro de la organización. En alianza con InCluyeme.com, otorgando más de 50 becas para que personas con discapacidad se formen en carreras tecnológicas a cargo de la Universidad Tecnológica Nacional (UTN). Egresados de este programa cubrieron distintas vacantes dentro del Grupo San Cristóbal».

Seguidamente, Di Bert detalló: «En 2022 nos afianzamos en nuestra estrategia. Realizamos nuestra primer encuesta de

materialidad que nos permitió abrir el diálogo con nuestro grupo de interés, priorizar los temas a abordar, poner una mirada más objetiva del negocio hacia los temas de mayor impacto; por otro lado pudimos ampliar el foco en las personas que conforman nuestra organización, iniciando un camino respecto a una estrategia de diversidad, inclusión y género. Otro punto a destacar, es haber consolidado nuestra política de sustentabilidad y alinear al resto de las políticas con esta.

Lanzamos nuestro primer Informe Anual Integrado, donde pusimos en valor todo el trabajo realizado y con resultados más robustos, alineándose a los principios del Pacto Global, los estándares GRI y a los principios cooperativos que nos rigen.

Generamos diversas alianzas y establecemos relaciones con diferentes actores, con quienes intercambiamos mejores prácticas y aportamos nuestra experiencia y conocimiento, al mismo tiempo que aprendemos nuevas maneras de potenciarse con estas alianzas.

Durante este ejercicio 2022/2023, en conjunto con diferentes organizaciones e instituciones hemos realizado distintas acciones y actividades en: Agro, Medio Ambiente, Género, Responsabilidad y Economía Social, Inclusión Social, Salud, y Prevención. Y continuamos generando alianzas.

Por otro lado, avanzamos con nuestro Programa 180° Un Giro Sustentable, que tiene como objetivo general contribuir a la creación y fortalecimiento de nuevas cooperativas a través de la incubación de proyectos con espíritu cooperativo para fomentar la economía social y productiva de nuestra Comunidad.

Con foco en la perspectiva de género, diseñamos un programa que está próximo a lanzarse: 'Impulso de emprendimientos cooperativos', dirigido al segmento mujeres rurales, viendo a las mismas más allá de su vulnerabilidad social, empoderando su rol en el sector del agro.

En el eje de medio ambiente impulsamos acciones de cara a la economía circular, incorporando este concepto como modelo de producción y consumo que implica compartir, reutilizar, reparar, renovar y reciclar materiales. Con la aplicación de la nueva imagen de marca de La Segunda Seguros, nos aliamos con dos proveedores eco sustentables para transformar material publicitario en productos (mochilas, cartucheras) y fondos para donación. Asimismo, nos aliamos con Nativas, para acompañar a una gran iniciativa, como es la regeneración de ecosistemas.

Finalmente, respecto al eje social de la planificación de sustentabilidad 22-24, está alineado al tema material de 'relación con la comunidad' para abordar el fomento de alianzas con organizaciones, que logre posicionar al Grupo La Segunda como una compañía que contribuye a la igualdad de oportunidades y el desarrollo comunitario, orientando nuestros esfuerzos hacia negocios responsables y a un mundo mejor a través de las operaciones naturales de la compañía, proporcionando impactos positivos en las personas y el planeta».

Con los PAS

Por último, las especialistas comentaron sobre la participación de los Productores Asesores de Seguros en su estrategia de RSE.

En este sentido, Di Bert informó: «Los PAS son multiplicadores de nuestra estrategia de sustentabilidad y responsabilidad social. Son agentes de cambio frente a los diversos temas socio-ambientales para enfrentar los nuevos desafíos que nuestro cliente y las nuevas generaciones de consumidores nos demanda. Son nuestra voz frente a nuestros clientes, con una relación de cercanía.



Hemos lanzado nuestra campaña de póliza digital, donde el rol del PAS es fundamental para lograr el éxito de la misma. Como el gran objetivo que nos trazamos, es contribuir con el cuidado del medioambiente.

Entendemos la importancia de la no impresión, como parte de nuestro aporte a evitar la deforestación de árboles, por eso esta campaña va de la mano de una estrategia de invertir, apoyar y formar parte de esta transformación que son proyectos de regeneración de ecosistemas locales, y este impacto también se ve representado por la disminución de gases de efecto invernadero que generan los traslados de las pólizas a diferentes localidades.

En materia de Igualdad, Inclusión y Género, hemos avanzado junto a ellos en los primeros pasos sobre nuestra estrategia de diversidad en la organización, sumando este tema a sus agendas.

Es importante destacar que los PAS son parte de una estrategia mucho más amplia y a largo plazo, donde más allá de vender, brindar una respuesta en momentos difíciles y/o acompañar en un siniestro, apunte a gestionar factores externos y estar preparados para los retos del futuro».

Desde Sancor Seguros, Azugna explicó: «Los Productores Asesores de Seguros son actores fundamentales para alcanzar objetivos vinculados a la sustentabilidad del negocio. Por un lado, porque constituyen la cara visible de la empresa ante los clientes y nos ayudan a conocer sus expectativas y el valor que los asegurados otorgan a nuestro servicio.

Y además, muchos de los PAS que se encuentran identificados con la empresa también se suman a nuestras propuestas para ir más allá del negocio, y contribuir a mejorar la calidad de vida de las personas de las comunidades donde operan.

En este sentido, AOSS -Asociación de Organizadores de Sancor Seguros- y AMPASS -Asociación de Productores Asesores de Sancor Seguros-, iniciaron un proceso formal de gestión de la sustentabilidad con el acompañamiento de nuestro Grupo Asegurador, y adhirieron al Pacto Global de Naciones Unidas».

Para cerrar, Battilana declaró: «Los Productores Asesores son nuestro principal canal de comercialización, tanto en la negociación como en la atención de los asegurados, y están en el centro de nuestra estrategia de sustentabilidad. Contamos con un equipo compuesto por más de 70 colaboradores que acompañan a los PAS en toda su labor comercial, brindándoles un servicio de calidad para ayudarlos a gestionar la cartera de clientes de manera profesional.

Por otro lado, extendemos la misma propuesta de valor que llevamos adelante para nuestros colaboradores desde el Comité de Diversidad e Inclusión y los proyectos de inversión social privada.

Nuestro Club de Mujeres -conformado por más de 120 PAS- es un espacio de formación, vinculación e intercambio de negocios entre referentes comerciales de Grupo San Cristóbal y las Productoras Asesoras de Seguros. En el 2022 las integrantes de este Club, que está presente en varias ciudades del país, participaron de un programa de capacitación dictado por la Secretaría de Extensión Universitaria de la UTN con el objetivo de formarlas en competencias y habilidades claves con la finalidad de potenciar su crecimiento y desarrollo de la actividad».

Sumate a nuestro equipo de PRODUCTORES ASESORES DE SEGUROS

Nationalbrokers

Contamos con las herramientas que te brindan el respaldo que necesitás para desarrollar tus negocios, incrementando tu rentabilidad a través de las mejores condiciones comerciales del mercado.

- ▶ ACOMPAÑAMIENTO EN TODA LA GESTIÓN COMERCIAL.
- ▶ APOYO TÉCNICO Y OPERATIVO DE NUESTROS EQUIPOS ESPECIALIZADOS.
- ▶ ACCESO AL MULTICOTIZADOR.
- ▶ GESTIÓN DE SINIESTROS.
- ▶ ANÁLISIS DE RIESGOS.
- ▶ PLAN DE DESARROLLO DE CARTERA.
- ▶ PLAN DE CAPACITACIONES EN RIESGOS, NUEVOS PRODUCTOS Y COBERTURAS.

nationalbrokers.com.ar productores@nationalbrokers.com.ar

CASA CENTRAL: Av. Cabildo 2230, Pisos 11 y 12, CABA, 0810-444-5550.
SUCURSALES: Buenos Aires (Pilar), Mendoza, Neuquén, Santa Fe, Córdoba y Tucumán.

SSN | SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

www.ssn.gov.ar / 0-800-666-8400 / N° de inscripción SSN: 748



Situación del Mercado de Seguros y nuevos desafíos para 2023

Los nuevos requerimientos de la sociedad y la necesidad de contar con sistemas tecnológicos avanzados y en constante evolución constituyen ya una realidad de la cual las aseguradoras no pueden quedarse afuera. Pero todos estos avances están teniendo lugar en medio de una situación económica muy complicada para las empresas que -una vez más- deberán sortear si pretenden sobrevivir en el mercado. Con la «economía al rojo vivo», el uso de la tecnología para llevar a cabo los diferentes procesos es lo que termina marcando la diferencia en el servicio que llega a los clientes.

Escribe Dra. Gabriela Álvarez

El mercado de seguros -al igual que el resto de los mercados de la economía argentina- está atravesando actualmente momentos muy complicados. No sólo desde el punto de vista económico, que desde ya genera una gran preocupación, sino también en relación a las nuevas tecnologías, su aplicación en el rubro de seguros, y a las nuevas exigencias de los consumidores que obligan a las compañías a *aggiornarse* tanto en productos como en la forma de brindar el servicio hacia sus clientes, donde el uso de la tecnología para llevar a cabo los diferentes procesos es lo que termina en definitiva marcando la diferencia en el servicio que llega a los consumidores.

Economía al rojo vivo

Desde el punto de vista económico y la situación del mercado de seguros en la actualidad, si miramos hacia lo que viene, lo cierto es que el panorama no se presenta muy alentador. Como principales obstáculos a superar podemos mencionar, el aumento creciente y sin freno de la inflación que lleva a la suba constante de tarifas, que termina por licuar beneficios y obliga a la remarcación permanente de precios; *tasas de interés reales negativas con casi un 40% de las inversiones del sector en títulos públicos*, con valores extremadamente destruidos; y *resultados con pérdidas para todo el mercado*. A Junio 2022 el sector Asegurador cerró sus balances anuales, alcanzando por primera vez desde el año 2005 resultados negativos, los cuales llegan al 5,8% de las primas ganadas. *Esta situación pone en serio riesgo la solvencia de las compañías que operan en un mercado extremadamente atomizado, con alrededor de 180 aseguradoras, para la dimensión de su facturación.*

Ante la obtención de resultados negativos desde el lado de las Aseguradoras, no queda otra opción que elevar el costo de las primas para poder resolver sus problemas de resultados, por un lado y, por otro, reducir fuertemente los gastos operativos que rondan aproximadamente el 40% de los ingresos por primas. El mayor inconveniente que presenta elevar las primas y reducir los costos, radica en el escaso margen que existe en la sociedad para elevar tarifas, atento que los consumidores no están dispuestos, o en muchos casos no tienen la capacidad, para destinar más dinero a los seguros, pero también por otro lado, existe un contexto donde reducir cartera significa disponer de menos dinero para hacer frente a las obligaciones.

La falta de divisas en la economía provoca grandes inconvenientes tanto a las aseguradoras como a las personas y empresas que contratan algunos tipos de seguros en particular para poder hacer frente a determinados riesgos. Los



reaseguros son una pieza fundamental para la solvencia de las aseguradoras, dado que gracias a ellos éstas transfieren parte de los riesgos a los reaseguradores, y ello les permite afrontar los siniestros más graves de riesgos cuya ocurrencia representarían millones de dólares que el sistema local no podría cubrir con su capital. Por otra parte, la falta de dólares no permite importar piezas y partes de vehículos que se producen en el exterior. Esta restricción podemos verla principalmente en los siniestros de robo de ruedas.

A toda esta problemática básicamente económica, también podemos sumar factores externos, como ser las cuestiones relativas al cambio climático, la agitación geopolítica por la que atraviesa el mundo entero y, a nivel local, el crecimiento de la competencia de nuevos jugadores externos al mercado de seguros propiamente dicho, que se van sumando e introduciendo en el mercado.



Las aseguradoras serán juzgadas cada vez más por su nivel de respuesta a cuestiones como la sostenibilidad, el riesgo climático, la diversidad, equidad, inclusión social y gobierno transparente, así como por la prevención de los riesgos, lo cual podría transformarse en un factor diferencial entre compañías de seguros.

Puntualmente a nivel interno, *la creciente incertidumbre tanto económica como política*, debido principalmente a la proximidad de las elecciones en este mismo año, *desencadena mayores tensiones a la hora del desarrollo de todas las variables del sector y provoca que gestionar los riesgos en este panorama se vuelve aún más complicado*. Existe una imperiosa necesidad de hallar instrumentos financieros que generen rendimientos que acompañen el aumento en los montos de los siniestros, que permitan hacer frente al continuo crecimiento de la litigiosidad en el sector, sobre todo en momentos donde la liquidez no es de las mejores variables.

Desde otro ámbito, ya tomando en cuenta el punto de vista de los usuarios de seguros, *los clientes exigen una mejora continua y permanente en la entrega del servicio y de las condiciones en que se brinda el mismo*, lo cual sólo puede solucionarse a través de inversión tecnológica si queremos estar a la altura de la transformación digital que hoy en día atraviesa toda el área de servicios.

Tecnología

El aislamiento social al que dio lugar la pandemia del Coronavirus generó una aceleración de los procesos digitales de todas las empresas del país. La necesidad de realizar *home office* a los fines de poder continuar con el desarrollo normal de las diferentes organizaciones, de llegar a los clientes a través de otras modalidades y canales, de permitir la realización de pagos y operaciones por medios alternativos, generó la necesidad de un cambio radical en la forma de llevar adelante los negocios en nuestro país.

El sector de seguros en particular, a pesar de todos estos cambios, aún sigue manteniendo una estructura que podemos llamar como tradicional, con mucha incidencia de los productores asesores de seguros como canal directo de ➔



SEGUROS MEDICOS

Su compañía, su seguridad

LA COMPAÑÍA CON MAYOR PRESENCIA Y EXPERIENCIA EN EL PAÍS EN DEFENSA DEL EQUIPO DE SALUD.



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

SEGUROS MEDICOS Viamonte 1674 - CABA.
Tel (5411) 5811-3228 / 5811-3510 / 5811-3519 / 5811-3918
info@segurosmedicos.com.ar - www.segurosmedicos.com.ar

Nº de inscripción en SSN 0749

Atención al asegurado 0800-666-8400

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

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

TENDENCIAS

→ venta de seguros y el principal del sector. Las compañías de seguro han buscado acercarse a sus clientes como una forma de asegurarse su lealtad frente a la competencia. El desarrollo de las páginas web y las redes sociales, permiten a las aseguradoras llegar a gran cantidad de consumidores; el auge del comercio electrónico, las transacciones bancarias mediante *home banking* y la telemedicina, también comienzan a impactar en la industria aseguradora a nivel mundial y a nivel de la región, apalancado por la aparición de la telemática.

No obstante, la introducción de la tecnología en los diversos aspectos del proceso de negocio colabora a ser más eficiente y reducir costos, además de mejorar las respuestas a los clientes. Pero **la digitalización permite además el diseño de nuevas coberturas y servicios, lo cual no sería posible de realizar en forma rentable con el método tradicional.**

Sin embargo, las aseguradoras no pueden perder de vista que la necesidad de la transformación digital surgió como respuesta a un pedido de los clientes en la mejora del servicio, su adecuación a los tiempos que corren, la agilidad de las operaciones y el hecho de poder realizarlas en cualquier momento y desde cualquier lugar. Como contrapartida de ello, las aseguradoras deben tener en cuenta que este negocio requiere mucho acompañamiento y asesoramiento de quienes tienen los conocimientos, por ser un mercado muy particular y complejo para quien no se desempeña en el sector. Ello genera que muchos consumidores sigan eligiendo el trato con personas, por encima del asesoramiento que pueden tener por la vía digital.

Por otra parte, actualmente lo que conocemos como **la experiencia del cliente, a lo largo de todo el proceso que duró su intercomunicación con la compañía de seguros, resulta un valor fundamental.** Una buena experiencia que el cliente haya tenido con su aseguradora, por ejemplo en el tratamiento de un siniestro, es la mejor arma de fidelización, no sólo para el consumidor, que no querrá cambiar de compañía dado que recibió el trato que esperaba, o incluso mejor, y por el cual paga un precio mensual, sino también para sus allegados, dado que debido a que vivió una buena experiencia, se sentirá más predispuesto a recomendar esa empresa.

Con relación a los llamados *millennials* y *centennials*, su particularidad radica en que **ingresan al sistema totalmente integrados a la vida digital**, se trata de personas acostumbradas a averiguar todo previamente en la web, que buscan precio, condiciones y términos de contratación por esa misma vía, y luego de ese proceso eligen finalmente qué comprar y a través de qué medio.

La utilización de la tecnología ha permitido que todos los procesos de siniestros vayan perfeccionándose con el tiempo y haciendo que la experiencia, dentro de lo angustiosa que resulta, signifique menos dolores de cabeza y complicaciones para los clientes que les toca vivirlas. La posibilidad de tener un accidente y poder informar la ubicación del siniestro a la compañía desde el mismo celular,



sacar fotos del hecho y enviarlas, compartir el contacto de las otras personas accidentadas, pedir una ambulancia y la intervención policial, solicitar un servicio de remolque, entre otras, mejoran la experiencia del cliente.

En lo que hace a los seguros de salud, **la telemedicina incluida en las pólizas implicó un gran avance y una enorme practicidad para los clientes**, ya que conlleva la posibilidad de ser atendido por un profesional de la salud, sin moverse de casa, con todo lo que ello significa.

El surgimiento de los seguros basados en el uso que se da al bien asegurado, es una forma de llegar al cliente con un servicio totalmente personalizado. Este servicio le permite a la compañía evaluar la forma de conducir de su cliente e incluso mejorarla con asesoramiento, entrenamiento, u otros servicios, permitiendo dimensionar y evaluar el riesgo de cada cliente según sus hábitos de manejo y su estilo de conducción, brindando así una mayor profundidad de análisis, evaluación y seguimiento de la cartera. A su vez, para el cliente brinda la posibilidad de pagar un precio justo para su riesgo en particular, y un precio acorde al uso que le da al bien asegurado. Además, **este tipo de aplicaciones reduce la cantidad de fraudes y de siniestros que deben afrontar las compañías.**

El reconocimiento facial como nuevo desafío

Podemos definirlo como una **categoría de seguridad biométrica que se utiliza para identificar o confirmar la identidad de un individuo haciendo coincidir su rostro a partir de un cuadro de imagen o video digital contra una base de datos de caras, en tiempo real.** Cada persona tiene características faciales que son únicas.

En lo que hace al desarrollo en nuestro país, existe un gran interés en este tipo de herramientas sobre todo para

cuestiones de **suscripción, reclamos de siniestros e investigación de fraudes.**

En lo relativo a la **suscripción de riesgos**, esta técnica permite estimar ciertas características del cliente, tales como: edad, sexo, presión arterial, índice de masa corporal, y estilo de vida con una simple *selfie*. Ello lleva a generar una cotización de póliza personalizada en tan sólo unos diez minutos. Los posibles clientes deben subir su *selfie* y contestar algunas preguntas simples relacionadas con eventos de la vida e información biométrica. El sistema se encarga de procesar instantáneamente esta información, entregando como resultado la vida útil del individuo. Todo ello sin necesidad de un examen médico engorroso.

En lo que respecta a la **gestión de reclamos**, el reconocimiento facial se está utilizando para la detección de hechos fraudulentos. Básicamente, el sistema utiliza y analiza las respuestas del reclamante y las microexpresiones o reacciones a un conjunto de respuestas en tiempo real, su tono de voz, sus movimientos, todo ello con el fin de poder determinar rápidamente si las afirmaciones son genuinas o si se necesita más investigación. El procedimiento puede detectar emociones y comportamientos sospechosos valiéndose de modelos que se desarrollan continuamente.

Automatización & Ciberseguridad

La tecnología en una aseguradora se utiliza también con el fin de automatizar procesos que resultan altamente repetitivos, con la correspondiente agilidad que ello provoca, y la posibilidad de realizarlo las 24 horas del día sin necesidad de descanso. Entonces, desarrollar plataformas que permitan automatizar la emisión de pólizas, realizar cotizaciones de manera simple, utilizar un *chatbot* que agilice los flujos de atención al cliente, es definitivamente el camino a seguir.

Para llevar a cabo todos estos procesos, las compañías trabajan junto a empresas que se dedican a generar estos programas, comúnmente denominadas *insurtech*. Las alianzas con estas empresas de tecnología brindan a la aseguradora la oportunidad de generar **nuevos modelos de negocio y un vínculo con cada cliente totalmente personalizado.**

Todo este avance tecnológico debe ir acompañado por complejos sistemas de ciberseguridad, dado que las compañías de seguros -al igual que las entidades bancarias- cuentan con enormes bases de datos de sus clientes que pueden tener información sensible de ellos, y su pérdida provocaría un enorme daño no sólo al usuario sino también a la propia empresa. Por ello, las empresas deben contar con sistemas avanzados para evitar el progreso del cibercrimen, pero a su vez, también resulta una posibilidad para nuevos negocios emergentes, ya que las pólizas de ciberriesgos son cada vez más solicitadas por las diferentes empresas para cubrirse de este tipo de riesgos que pueden llegar a generar hasta una paralización de la actividad empresarial.

Como conclusión, podemos destacar que los nuevos requerimientos de la sociedad y la necesidad de contar con sistemas avanzados de tecnología son ya una realidad de la cual las aseguradoras no pueden quedarse afuera. Pero todos estos avances están teniendo lugar en medio de una situación económica muy complicada para las empresas que -una vez más- deberán sortear si pretenden sobrevivir en el mercado. 📌

CONSULTORÍA ACTUARIAL / SOFTWARE TÉCNICO

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

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

Para obtener más información, contacte a:

Fernando Mesquida
fernando.mesquida@milliman.com

Hector Gueler
hector.gueler@milliman.com

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



La equidad de género, un camino desde las infancias

En el marco del Día Internacional de la Mujer, desde **Grupo SanCor Salud** eligen concientizar a la comunidad sobre la **importancia de garantizar la equidad de género desde la niñez**. «En camino hacia la igualdad, una mirada desde las infancias» es el lema de la campaña de comunicación que refleja el **compromiso de la empresa con la eliminación de las desigualdades históricas de género** y la movilización por romper con aquellos estereotipos vinculados a esta realidad.

Las brechas de género no comienzan en las carreras terciarias y/o universitarias o en el ámbito laboral, sino que se inician desde edades muy tempranas. En la infancia, niñas y niños están expuestos a estereotipos según los roles de género que influyen en sus gustos, comportamientos y elecciones. Hay investigaciones que avalan esta situación: a los seis años, las niñas ya se creen menos brillantes que los varones y evitan sumar a las actividades presentadas «para personas muy listas»⁽¹⁾. Estas diferencias se acentúan en la adolescencia y con el paso de los años, reflejándose a través de estadísticas preocupantes. **En Argentina casi 3 millones de mujeres trabajan en los sectores del cuidado.** De ese total, **9 de cada 10, realizan estas tareas sin remuneración y dedican el doble de tiempo que los varones**⁽²⁾. Una realidad que reafirma la importancia de reducir la responsabilidad que recae en las mujeres y que, a su vez, sobrecarga su jornada laboral repercutiendo en su camino profesional.

De aquí se desprende otro índice: **ellas son quienes ganan, en promedio, un 28,1% menos que los hombres, siendo la tasa de desocupación del 7,8% para las mujeres y del 6,1% para los varones.** Un dato no menor, están más expuestas a trabajos informales que vulneran sus derechos laborales⁽³⁾.

En lo que respecta a la realidad educativa, en los últimos años se registró **sólo un 33% de mujeres contra un 67% de varones que estudian disciplinas STEM (ciencia, tecnología, ingeniería y matemática)**⁽⁴⁾.

Estos son algunos de los ejemplos que demuestran cómo **la desigualdad de género se evidencia en diferentes ámbitos repercutiendo en el desarrollo personal y profesional de las mujeres**, atravessadas también por una niñez de inequidades. A raíz de ello, el **Grupo SanCor Salud** como actor social **fortalece su compromiso con las infancias** enfocando sus acciones empresariales en **proyectos de salud, educación y derechos humanos para dar fin a las brechas de género, contribuir a la igualdad y promover, principalmente, la autonomía de las niñas.**

Uno de ellos, el **proyecto de padrinazgo** que realiza desde su **Fundación** acompañando a **más de 644 alumnos y alumnas de todo el país** en pos de **garantizar las oportunidades educativas y contribuir al desarrollo integral de las infancias** mediante programas que buscan mejorar su calidad de vida y garantizar su bienestar. Asimismo, el **Ciclo de Charlas virtuales**, gratuitas y abiertas a toda la comunidad que la **Fundación SanCor Salud** lleva adelante desde 2021 tiene como objetivo **proporcionar herramientas y recursos en pos de fomentar crianzas más equitativas, responsables y cuidadosas.** Algunas de ellas estuvieron abocadas a la educación emocional, adolescencia, masculinidades, bullying, VIH y sexualidad, violencia de género y la forma de construir respeto desde la infancia, así como también el rol de la mujer en diversos ámbitos.

Referencias: (1) Science; (2) OIT; (3) Informe Igualar; (4) UNESCO

La Caja acompaña por segundo año consecutivo a la escudería Renault como Sponsor en el TC 2000



El automovilismo es una disciplina en la cual la colaboración y el trabajo en equipo son fundamentales para potenciar las habilidades personales y el orgullo de pertenecer, ejes centrales para **La Caja**.

La temporada comenzó el pasado 26 de febrero en el autódromo Juan y Oscar Gálvez de Buenos Aires y el equipo de **Renault** tuvo novedades en su escudería reformulando la composición de su estructura para el campeonato que inició el pasado domingo en Buenos Aires.

La **escudería de la red de Concesionarios Renault** tuvo un brillante arranque con los **pilotos Pernía y Marques.** En el caso de **Leonel Pernía**, resultó ganador en la segunda carrera y ocupó el 3 puesto en la primera final. Por otro lado, su compañero de equipo **Facundo Marques** también hizo lo suyo. En la primera final ganó en pista, pero luego fue recargado 10 segundos para terminar décimo. En tanto en la segunda final terminó en tercera colocación logrando su primer podio en la categoría.

«Nos llena de orgullo poder acompañar un deporte que promueve los valores del trabajo en equipo, la innovación, la comunicación y la sincronización», comentó **Federico Polzoni, Gerente de Siniestro Motor en La Caja.**

Breves de Informe

Alcohol Cero al Volante: ¿Qué hay que saber sobre la nueva Ley? Un informe de La Perseverancia Seguros



¿Qué pasa si la licencia fue retenida en una localidad en la que se estaba vacacionando? ¿Cuál es el plazo para presentarse ante el juez de faltas? ¿Cuántos meses de inhabilitación para conducir corresponden en cada caso? El equipo de **La Perseverancia Seguros** propone distintas situaciones para **ampliar la información sobre la Ley N° 15.402.**

En diciembre entró en vigencia la **Ley N° 15.402 de Alcohol Cero al volante en la provincia de Buenos Aires**, que establece la **tolerancia cero de alcohol en sangre para los conductores de todo tipo de vehículos que circulan en todo el distrito.** Esta sanción tiene como objetivo reducir los siniestros y el número de víctimas fatales en accidentes de tránsito.

De esta manera, **la Provincia de Buenos Aires se suma a la lista de las 11 provincias** (Chaco, Chubut, Córdoba, Entre Ríos, Jujuy, La Rioja, Río Negro, Salta, Santa Cruz, Tierra del Fuego y Tucumán) **en las que ya rige la «Tolerancia Cero».**

La ley penaliza al conductor que resulte positivo al test de alcoholemia, a través de la retención de la licencia y la inhabilitación para manejar, por un período que va desde los tres meses (hasta 499 mg. de alcohol en sangre) hasta los dieciocho meses (superior a los 1500 mg.). **Se contempla un rango de tolerancia que va de 0,00g/l de alcohol en sangre a 0,05g/l.**

Quien conduzca bajo los efectos del alcohol también puede llegar a ser arrestado, recibir multas de hasta \$200.000 y ser obligado a asistir a cursos especiales de educación y capacitación para el correcto uso de la vía pública.

En este contexto, el equipo de **La Perseverancia Seguros**, compañía líder en el país con 117 años de trayectoria, **comparte información sobre las situaciones más comunes que pueden representar una incógnita para muchos de los conductores.**

• **Si se retiene la licencia en un viaje de vacaciones, ¿se debe volver a esa ciudad a recuperarla?**

En el momento en el que se retiene la Licencia, el personal policial entrega al infractor un acta en la que consta la dirección del juzgado de faltas ante el cual la persona debe presentarse para resolver la situación.

Si la licencia se retuvo en el lugar en el que la persona estaba de vacaciones, la licencia queda a disposición del juzgado de faltas de esa localidad.

Si, de acuerdo al grado de alcoholemia detectado, además de la multa corresponde la suspensión de la licencia, la misma queda retenida en el juzgado de faltas hasta que expire el plazo de suspensión o el juzgado resuelva favorablemente el descargo presentado. Una vez vencido este plazo, el infractor debe presentarse habiendo abonado la multa ante el juzgado de faltas de la misma localidad para recuperar la licencia.

• **¿La licencia puede ser retirada por otra persona?**

Si. Se le debe confeccionar un poder ante escribano público. El juzgado de faltas no envía las licencias por correo postal.

• **Si se le retira el vehículo al conductor, ¿qué sucede si ninguno de los acompañantes sabe manejar?**

Teniendo en cuenta que la licencia ha sido retenida, deberán trasladar el vehículo con algún servicio de traslado de automóviles.

• **¿Hay un plazo delimitado para presentarse ante el Juez de Faltas para hacer el descargo?**

El plazo para presentarse para realizar el descargo es de 30 días contados a partir del momento en el que se labra el acta, si transcurrido este plazo el infractor no se presenta ante el juzgado, la infracción se considera consentida.

Para obtener más información sobre esta nueva sanción, se debe ingresar a **lps.com.ar**, donde se presentan los detalles de la Ley, y respuestas a los interrogantes más comunes que surgen sobre la misma.

MAPFRE se une al Día Mundial de la Eficiencia Energética



• Promueve el **consumo eficiente de energía y el uso de renovables** para alcanzar la **neutralidad en 2030.**
• En 2023, el **40% del consumo eléctrico actual en la sede social, en Madrid,**

procederá de la instalación de autoconsumo fotovoltaico, el equivalente a 700 toneladas de CO₂.
• A lo largo del año pone en marcha **iniciativas para ajustar la climatización en sus edificios** en varios países.
• Para 2030, se ha comprometido a que el **50% de la superficie de los grandes edificios en propiedad tengan certificación sostenible.**

MAPFRE avanza en su compromiso con la **eficiencia energética** como elemento clave en su **estrategia de descarbonización** y para lograr la **neutralidad en 2030** en todos los países donde está presente. En 2022, **redujo su consumo energético en 19.339.218 kWh, un 12% menos respecto a 2019**, una cifra que supera el objetivo previsto de reducción del 3%, y que ha sido posible gracias a la implantación de **modelos híbridos de trabajo**, optimización de espacios de trabajos, inversión en eficiencia energética y **renovación de flotas de automóviles a motores ECO y más eficientes.** Gracias a esta rebaja en su consumo, **la aseguradora evitó el año pasado la emisión de 4.095 Tm de CO₂ a la atmósfera.**

Actualmente, la compañía **utiliza energía procedente de fuentes 100% renovables en España y otros países** y ha instalado paneles fotovoltaicos de mayor potencia en la sede social, que permitirán generar 3,34 GWh eléctricos al año, lo que equivale a todo el consumo eléctrico del Grupo en México durante 2022. Con esta medida, se prevé que en este año, el **40% del consumo actual en la sede social, en Madrid, proceda de la instalación de autoconsumo fotovoltaico.**

A lo largo del año, también lleva a cabo otras iniciativas que le permiten **ajustar la climatización en sus edificios**, algo que logra con campañas como **'Warm Biz'** en España y Argentina, dirigida a ahorrar el consumo de energía en invierno, y **'Cool Biz'** en España y otros cuatro países más, para consumo energético en verano. Ambas campañas tienen como objetivo **ajustar un grado centígrado la temperatura de climatización**, lo que se traduce en un **ahorro aproximado del 7% en el consumo energético.**

La aseguradora también apuesta por el **diseño y construcción de edificios con criterios de sostenibilidad** y se ha fijado el objetivo de que en 2030 el 50% de la superficie de los edificios principales de oficinas en propiedad dispongan de un certificado de edificación sostenible LEED, BREEAM o EnergyStar.

A finales de 2022, el 36% de la superficie de estos inmuebles ya disponían de alguna de estas certificaciones, que permiten conseguir reducciones del 30% al 70% del uso energético, del 30% al 50% del consumo de agua, y aproximadamente un 35% de las emisiones de CO₂. Actualmente, **la compañía dispone de un total de 44 edificios Sede con certificado ISO 14001 de Gestión Ambiental e ISO 50001 de Gestión Energética** bajo un sistema integrado de gestión, que impulsa el uso eficiente de la energía, el agua y las materias primas.

Participación de la SSV en la sesión de ASSAL - IAIS

La **Superintendencia de Seguros de la Nación (SSN)** y la **Superintendencia General de Seguros de Costa Rica (SUGESE)**, como coordinadores del Grupo de Trabajo de Seguros Inclusivos de la **Asociación de Supervisores de Seguros de Latinoamérica (ASSAL)**, llevaron adelante la Sesión «Diversidad, Equidad e Inclusión como tema para los Supervisores de Seguros» **ASSAL - IAIS.**

La Sesión contó con la apertura de **Tomás Soley, Presidente de la Asociación de Supervisores de Seguros (ASSAL)** y con la presencia de la **Gerente de Coordinación General, Ana Durañaya y Vedia,** desde la Sede de la **Asociación Internacional de Supervisores de Seguros (IAIS)** en Basilea, Suiza. Se presentaron los resultados de la **Encuesta sobre Diversidad, Equidad e Inclusión** donde los miembros de Latinoamérica compartieron sus experiencias y visión sobre la temática. «Es notoria la necesidad de mayor capacitación y formación en temas de DE&I aplicables al sector a través de foros ajustados a la región, así como apoyo de instituciones externas o países que han logrado establecer estos temas en sus jurisdicciones», señaló **Tomás Soley, ASSAL.**

La segunda parte estuvo a cargo de **Helen Rowell y Lauren Eckermann representantes de la Asociación Internacional de Supervisores de Seguros (IAIS)** y quienes lideran los proyectos e iniciativas de Diversidad, Equidad e Inclusión que se están impulsando desde la Asociación.

«La IAIS considera que, incorporar la DE&I dentro de una aseguradora puede reducir el riesgo de pensamiento de grupo, proporcionar seguridad para hablar y mejorar la toma de decisiones, lo que repercute positivamente en la gobernanza y la gestión de riesgos», destacó **Helen Rowell, IAIS.** Finalmente, la **Iniciativa de Acceso al Seguro (A2i)** presentó a los Supervisores su nueva herramienta de información desagregada por sexo. «Es un tema que no se debe dejar de lado. Estos son temas que competen, al igual que otros temas. El sector de seguros tiene mucho que hacer y que decir en temas de diversidad e inclusión», concluyó **Soley.**

«Como coordinadores de este Grupo de Trabajo, estamos convencidos que el trabajo colaborativo entre los miembros de las distintas jurisdicciones alrededor del mundo contribuirá a fortalecer los lazos entre las regiones y a fomentar la integración a través del intercambio de visiones sobre la diversidad y la inclusión.»



profile profile

CAFÉ MARTÍNEZ

Tostadores y elaboradores de Café desde 1933



Historia
En 1928 el matrimonio español de apellido Martínez, abuelos de los actuales dueños, llegaron a la Argentina desde España. Don Atilano decidió iniciarse en el mercado del café tostado con la empresa **Torres** y, poco a poco, fue haciéndose su clientela. Su manera de acercarse a los consumidores conversando y convidándoles algo rico se convirtió en una costumbre propia. Con el tiempo, se independizó comercialmente y abrió su primer local «El Convidado», cuyo nombre hacía referencia a su forma de ser. A pesar de esto, nadie llamaba al local de esta manera, ya que todos lo conocían como **«el café de Martínez».**

De este modo nace **Café Martínez** que, con el tiempo, no solo se convirtió en la cadena nacional líder en cafetería, sino también en una marca global con presencia en Uruguay, Paraguay y Bolivia, cuyo eje de negocio principal es -y ha sido desde siempre- el **café**, el cual es cuidado en todas sus fases y procesos desde la planta hasta la taza, asegurando así la excelencia tanto en calidad de producto como de atención.

En el año 1994, en la sucursal madre -ubicada en la calle Talcahuano- se comenzó a vender las variedades de café que tiene la marca en grano, también en pocillo. Luego, en 1995 se realizó la apertura de la segunda sucursal propia y, a partir de allí, continuó la expansión de cafeterías. El año 2000 dio pie

tendencias, nutriéndose con innovaciones e ideas con las que la marca descubre afinidad. «Apuntamos a crear espacios que le den la bienvenida a personas de todas las edades, aptos para diversos motivos de encuentros. Con opciones tanto para aquel que va sólo a tomar un café y concentrarse en su lectura, como para quienes van a reunirse por motivos de celebración», señalan desde **Café Martínez.**

La cadena nacional líder en cafetería apunta a lograr cierta versatilidad espacial, buscando materializar estas intenciones a través del mobiliario propuesto, de la diferenciación y variedad de sectores, e incluso a través de la iluminación pensada para distintos momentos del día.

Otra premisa muy importante, a la hora de diseñar, es entender y dialogar con el entorno, las características de la implantación, la historia del barrio, sus hitos, su natural paleta de colores y sus texturas. Toda esa información es valiosísima para generar el lenguaje. «Si bien contamos con elementos fijos, que se repiten en todas nuestras sucursales, en cada proyecto hay una parte abierta, que se va revelando a medida que nos vamos involucrando con la locación», y es lo que convierte en único a cada punto de venta, para ser «en cada país, ciudad, pueblo o barrio 'el lugar' elegido por su gente».

Ambiente

No existe un único perfil de consumidor de **Café Martínez.** Sus clientes son



personas que buscan disfrutar de una amplia propuesta gastronómica, así como de un momento especial y diferente, que además se relacionan y generan un vínculo con los equipos de trabajo de la empresa.

Está constituido por familias, estudiantes, personas de negocios, oficinistas, artistas, etc. No hay un estereotipo, sino que son personas que quieren disfrutar de un espacio que se adapte a su necesidad del momento, sea ésta estudiar, trabajar o charlar.

Hoy las cafeterías se convirtieron en oficinas, escuelas, centros de nuevas creaciones y negocios, siendo muchas veces una servilleta el bosquejo inicial de grandes proyectos. ➔



Una experiencia única para cualquier momento del día



→ **Café Martínez** es un lugar de reunión para toda la comunidad. Desde la empresa se preocupan por dar a sus clientes una experiencia personal y agradable en un ambiente donde puedan relajarse y disfrutar 'su momento'. Es por ello que creen también en la innovación constante de sus espacios, mejorando la experiencia tecnológica de los mismos.

De hecho, la marca cuenta con **Club Café Martínez**, un programa de beneficios para clientes. Se trata de una app que nació en 2019 y que se encuentra en constante renovación, donde por cada consumo que realizan sus socios, le vuelve en créditos para luego canjearlo en cualquier sucursal física de la Argentina. Próximamente, la plataforma también estará disponible en Paraguay.

Gastronomía

Café Martínez brinda una experiencia integral para todas las edades, desde una propuesta *foodie* y un lugar de encuentro para los *millennials*, hasta un espacio ameno, hogareño, cercano, que invita a los clientes a compartir un momento agradable.

En su menú ofrece una **amplia gama de cafés de alta calidad** (Tostado Italiano, Moka, Brasil, Colombia, selecto y descafeinado), cuidadosamente seleccionados por sus expertos y tostados en forma artesanal en su planta ubicada en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Estas variedades de café se pueden conseguir en grano, molido y en cápsulas.

Además, incluye productos que acompañan al café como **tortas, medialunas, tostadas, budines, conitos y alfajores**. De hecho, en 2022 fueron reconocidos en el *Mundial del Alfajor*, gracias a esta alternativa dulce elaborada artesanalmente, relleno con dulce de leche y cubierto con chocolate amargo 70% cacao, que fue pensado para ser el **acompañante perfecto del café**. También cuenta con diversos **cafés especiales** y diferentes tipos de **capuchinos saborizados** como, por ejemplo, *Capuchino Dulce de Leche, Miel, Chocolate, Vainilla*, entre otros.

Asimismo, **Café Martínez** cuenta con propuestas para el almuerzo o cena, dependiendo del horario de la sucursal, en los cuales trabajan intensa y cuidadosamente asesorados por reconocidos *chefs* del mercado. Para los consumidores que desean encontrar experiencias nuevas, la empresa les ofrece productos de máxima calidad y variedad, en un marco de innovación constante.

Por otro lado, la marca cuenta también con **productos envasados y empaquetados** para que sus clientes lleven de regalo, o a su hogar, como por ejemplo *Mug, dulce de leche, alfajores, conitos rellenos de dulce de leche, tabletas de chocolate, cookies y mermeladas*.

Sus productos **Meat & Cheese** forman parte de su línea estrella de sándwiches. Inspirado

en las necesidades del cliente y pensado para mejorar la experiencia de los consumidores en las tiendas, el **Meat & Cheese** cuenta con ingredientes de calidad y viene en tres versiones diferentes: *Meat & Cheese Pork, Meat & Cheese Cheddar* y *Meat & Cheese Bacon*. Todas estas alternativas incluyen pan de masa madre, verduras y tremendas papas recién horneadas. Esta propuesta está idealmente pensada para los *after office*, donde también se ofrecen papas con *cheddar, bacon* y cebolla de verdeo, acompañadas con **cerveza Stella Artois o Patagonia**, y bebidas como **Aperol Spritz**, entre otras opciones.

También existen **Sándwiches Gourmet** como el de *Salmón Ahumado, rúcula, palta, cebollas caramelizadas y aliño de queso crema en pan integral con semillas*.

El menú contempla alternativas que invitan a sus clientes a disfrutar de la experiencia **Café Martínez** en cualquier momento del día, comenzando con un café para arrancar la mañana, un sándwich para el almuerzo o una porción de torta para merendar. «La gran variedad de productos que ofrecemos nos permiten apostar por el crecimiento de la empresa diversificando nuestros negocios en la industria gastronómica. De hecho, este factor es uno de nuestros principales diferenciales, que nos enriquece y nos impulsa a seguir creciendo», confían desde la firma.

Negocio

Actualmente, **la cadena cuenta con más de 200 tiendas, tanto a nivel nacional como internacional**, de las cuales 16 son propias y el resto son franquicias. «En Argentina tenemos 192 tiendas y contamos con 12 en el exterior. Estamos presentes en Uruguay, Paraguay y Bolivia. Teniendo en cuenta tanto las sucursales propias como las franquiciadas, la compañía registra más de 3000 colaboradores», destacan desde **Café Martínez**.

En este 2023 continuarán trabajando para seguir teniendo la comunidad de franquiciados más grande de la región, demostrando el compromiso de la marca con la industria PyME y con las economías locales. Cada vez que surge una nueva sucursal en un determinado barrio, marca un hito para esa comunidad, ya que surgen emprendedores locales; se potencian las ventas de los proveedores; y se generan oportunidades laborales, entre otros.

Para el 2023, se abrirán nuevas tiendas en el exterior y se tomará operación propia en Uruguay. «Además, se continuará con el fortalecimiento de cada una de las iniciativas tecnológicas que día a día permiten la mejora de la experiencia **Café Martínez**, lo cual hace que seamos líderes del sector retail y gastronómico. Buscamos que nuestro modelo de negocios siga virando hacia uno más tecnológico, aunque entendemos que todavía falta mucho camino por recorrer», concluyen desde la Compañía. ☺



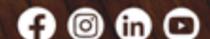
estamos

para darte el seguro más completo para tu hogar.
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

Marcelo Loureyro

Casado - 58 Años - 2 Hijos - Signo Aries (28-03-1964)
Jefe Área Comercial - Adscripto a Gerencia de La Perseverancia Seguros



● **UN HOBBY**

Pesca

● **LA JUSTICIA**

Necesaria y transparente

● **SU MAYOR VIRTUD**

Aprender de los demás

● **UN RIESGO NO CUBIERTO**

La ira

● **LA SEGURIDAD**

Tranquilidad, ausencia de peligro

● **AVIÓN O BARCO**

Avión

● **VESTIMENTA FORMAL O INFORMAL**

Jeans, remera y zapatillas

● **UN SER QUERIDO**

Mi madre

● **ACTOR / ACTRIZ**

No tengo

● **UNA ASIGNATURA PENDIENTE**

Subir a la cima del Volcán Lanín

● **NO PUEDO DEJAR DE TENER...**

Amigos

● **LA MUERTE**

Algo impensado

● **SU RESTAURANTE FAVORITO PARA CENAR**

Ninguno en especial

● **EL MATRIMONIO**

Compromiso

● **LE TENGO MIEDO A...**

Las enfermedades

● **ME ARREPIENTO DE**

Nada

● **EL PASADO**

Aprendizaje para el presente

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

Los veranos en mi pueblo con mi primo Daniel

● **MI MODELO PREFERIDA ES**

Mi esposa Adriana

● **TENGO UN COMPROMISO CON...**

Mis hijos y mi familia

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

No

● **LA CORRUPCIÓN**

Indignante

● **UN PERSONAJE HISTÓRICO**

San Martín

● **EN COMIDAS PREFIERO...**

Pastel de Papas

● **¿QUÉ COSA NO PERDONARÍA NUNCA?**

El engaño

● **EL LUGAR DESEADO PARA VIAJAR**

El Caribe

● **DIOS**

Un Enigma

● **ESTAR ENAMORADO ES...**

Sentirse pleno

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

La Lealtad

● **UNA CANCIÓN**

«A mis amigos»

● **ESCRITOR FAVORITO**

John Grisham

● **LA MENTIRA MÁS GRANDE**

La historia según su relator

● **UN PROYECTO A FUTURO**

Vivo el presente

● **PSICOANÁLISIS**

Bueno para quien lo necesita

● **LA CULPA ES DE...**

Mi ansiedad

● **UN MAESTRO**

Mi Viejo

● **LA MUJER IDEAL**

Las que están en mi vida

● **RED SOCIAL PREFERIDA**

Facebook

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

La Apelación

● **MI MÚSICO PREFERIDO ES...**

Facundo Saravia

● **UN FIN DE SEMANA EN...**

Las sierras

● **SU BEBIDA PREFERIDA**

Vino tinto

● **EL CLUB DE SUS AMORES**

Deportivo Garmense

● **EL PERFUME**

Dolce & Gabbana Intense

● **SI VOLVIERA A NACER, SERÍA**

Piloto de avión

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

En una inversión del tipo piramidal

● **MI PEOR DEFECTO ES**

Pretender hacer todo a la vez

● **LA INFIDELIDAD**

Una decepción

● **LA INFLACIÓN**

Algo difícil de erradicar en nuestro país

● **EL FIN DEL MUNDO**

No lo pienso

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

Las discusiones sin sentido

● **PROGRAMA PREFERIDO DE TV / CABLE**

Los 8 escalones

● **EN DEPORTES PREFIERO...**

Ciclismo

● **LA TRAICIÓN**

Dolorosa

● **EN TEATRO**

Comedias

● **UN SECRETO**

Lo guardo para mí

● **EL DÓLAR**

El estigma de la Argentina

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

Los ojos

● **UNA CONFESIÓN**

Sinceridad conmigo

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

La mejor: Wonder. La Peor: El Bar

● **EL GRAN AUSENTE**

El Estado

● **EL AUTO DESEADO**

Ninguno en especial. El que tengo

● **NO PUEDO**

Ser indiferente hacia el prójimo

● **MARKETING**

Saber venderse

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

Un perfume

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

Salir a caminar sin rumbo ni tiempo

● **DE NO VIVIR EN ARGENTINA...**

¿QUÉ LUGAR DEL MUNDO ELEGIRÍA?

Inglaterra



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

