



informe

operadores de mercado



Entrevista a Agustín Giménez - Santiago Seigneur

Directores de Fianzas y Crédito



Creatividad & Profesionalismo

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

Cultura de trabajo colaborativo, confianza y foco en el cliente

Fianzas y Crédito focaliza su estrategia en dar respuestas claras, rápidas y profesionales, manteniendo el eje en lo humano. A lo largo de su trayectoria ha construido una cultura de trabajo colaborativo, confianza y foco en el cliente. El sello distintivo de la Compañía, denominado «Estilo Fianzas» está basado en cuatro pilares: Creatividad, Adaptabilidad, Trabajo en Equipo y Compromiso. Hoy, el Grupo suma a la Compañía Aseguradora del Sur S.A. (CAS), a través de la cual ha comenzado a desarrollar distintos tipos de riesgos de specialty, entre ellos un Programa de Affinity para garantías de Alquiler de Viviendas y pólizas de Cyber Risk.



Seigneur - Giménez. «Siempre tuvimos en claro que, más allá de las metas de crecimiento, el foco en el servicio es fundamental para continuar fidelizando nuestra cartera de PAS y clientes, y generar relaciones a largo plazo y de confianza mutua».

Agustín Giménez y Santiago Seigneur, Directores de Fianzas y Crédito, reflexionan sobre el presente y la proyección del Seguro de Caución.

¿Cómo analizan la realidad del Seguro de Caución en Argentina en un contexto macro de alta inflación y escasez de divisas? ¿Qué oportunidades y desafíos encuentran para el desarrollo de la actividad?

- La Argentina tiene muchos desafíos económicos y políticos por delante, y nuestro mercado, el cual se encuentra fuertemente vinculado al desarrollo de ambas variables, también se verá condicionado a futuro por la forma en que logremos sortear esos obstáculos. El contexto de alta inflación y escasez de divisas nos propone un gran desafío para lograr crecer y cuidar al mismo tiempo el patrimonio y los resultados de las compañías, en un mercado que es altamente competitivo. Para esto va a ser sumamente importante el equilibrio que podamos mantener entre 'la pata' comercial y de suscripción de nuestro negocio, así como gestionar muy eficientemente nuestras carteras de inversiones y la cobranza de las primas generadas. ➡



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

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

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

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN
 0800-666-8400 | www.ssn.gov.ar | N° de inscripción B46

TRAYECTORIA QUE NOS UNE



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



N° de inscripción en SSN 0032

Atención al asegurado 0800-666-8400

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





PROTAGONISTAS



➔ Más allá del actual contexto, vemos que **existen grandes oportunidades para el país, y para nuestro sector, en el desarrollo de sectores clave como minería, gas, petróleo, industria del conocimiento y energías renovables.** Es fundamental poder generar las condiciones de previsibilidad y reglas claras para lograr el financiamiento de los proyectos que esos sectores requieran.

- **¿Cuáles son las soluciones creativas e innovadoras que desarrolla Fianzas y Crédito en este escenario en términos de coberturas y servicios? ¿En qué consiste el «Estilo Fianzas»?**

- En **Fianzas y Crédito** estamos permanentemente pendientes de los avances tecnológicos y de las nuevas coberturas que pueden desarrollarse en el mercado. Intentamos estar lo más cerca posible de nuestros PAS y clientes, atentos a las necesidades que vayan surgiendo y analizando cuales de ellas podemos incorporar al servicio que brindamos.

El «**Estilo Fianzas**» es el sello distintivo o forma de hacer las cosas en **Fianzas y Crédito**, y está basado en cuatro pilares: **Creatividad, Adaptabilidad, Trabajo en Equipo y Compromiso.**

El foco está puesto en el trabajo en equipo, porque estamos convencidos que es la base para brindar un buen servicio y hacer la diferencia. A lo largo de nuestra trayectoria

hemos construido una cultura de trabajo colaborativo, confianza y foco en el cliente. El equipo de Fianzas comparte valores, profesionalismo, seriedad y calidad humana, y es lo que intentamos transmitir a nuestros clientes todos los días.

- **¿Cuáles son los diferenciales que ubican a Fianzas y Crédito -una vez más- como líderes del Ramo Caución desde hace ya varios años? ¿Cuál es la estrategia comercial y la política de suscripción que configuran este liderazgo?**

- Nunca tuvimos como objetivo específico ser líderes en producción, eso es algo que se fue dando solo con el correr de los años y como consecuencia del trabajo del día a día de todos nuestros equipos.

Siempre tuvimos en claro que, más allá de las metas de crecimiento, **el foco en el servicio es fundamental para continuar fidelizando nuestra cartera de PAS y clientes, y generar relaciones a largo plazo y de confianza mutua.**

Los adelantos tecnológicos también son invaluable para lograr una mayor eficiencia y mantenerse competitivos en un ambiente de muchos jugadores, pero somos conscientes de que es un negocio de personas y en ese sentido, **seguimos focalizando nuestra estrategia en dar respuestas claras, rápidas y profesionales, manteniendo el eje en lo humano.**

- **¿Cuáles son las garantías más requeridas en la actualidad y en qué actividades económicas observan mayor dinamismo o proyectan un crecimiento del Seguro de Caución?**

- Las garantías que más se comercializan en el mercado son las de Obra y Suministro Público, con un *share* histórico dentro de nuestro portafolio del orden del 40%. Después están las garantías de Obra y Suministro Privado y las Aduaneras, que rondan el 25% cada una. Más allá de esto, al ser **Fianzas y Crédito** una Compañía monorámica, **operamos todas las coberturas habilitadas por SSN dentro del ramo Caución.**

Como comentamos anteriormente, creemos que **hay mucho potencial de crecimiento en garantías relacionadas al desarrollo de proyectos energéticos (convencionales y renovables), de minería, y de industria del conocimiento,** ya que son sectores que tienen mucho para crecer y aportar a la economía del país y a nuestro mercado. Para esto es importante que podamos tener acceso nuevamente a los mercados de crédito internacionales que permitan financiar este tipo de proyectos a tasas competitivas. ➔



■ ■ ■ ■ ■

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**

RUS[®]
RIO URUGUAY SEGUROS

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.

RUS[®] DIGITAL



▲ Delia Rimada, Directora de Informe Operadores de Mercado, junto a Santiago Seigneur y Agustín Giménez, Directores de Fianzas y Crédito.

PROTAGONISTAS

→ - ¿Cuál es hoy la situación de las Garantías de Alquileres, tanto comerciales como aquellas destinadas a vivienda, y cómo es el desarrollo de este negocio para FyC?

- Creemos también que hay mucho potencial de crecimiento en las garantías de Alquiler, las cuales ya vienen aumentando su participación dentro de los portafolios de muchas Compañías en los últimos años. Sin embargo, **la actualidad del sector inmobiliario es compleja y el mismo se encuentra un poco paralizado ante la eventualidad de que se derogue la Ley 27.551 que regula la actividad.** Esta ley generó fuertes distorsiones en el mercado, por lo que el Gobierno está evaluando modificarla o derogarla directamente. Esperemos que las alternativas que se están analizando traigan un poco de alivio y claridad al sector.

A través de **Compañía Aseguradora del Sur S.A. (CAS)**, que forma parte grupo de **Fianzas y Crédito S.A.**, estamos comenzando a desarrollar distintos tipos de riesgos de *specialty*, entre ellos un **programa de Affinity para garantías de Alquiler de Viviendas** que está teniendo mucha aceptación, por lo que estamos apostando fuerte al desarrollo de este tipo de coberturas para los próximos años.

- En un año político-económico complejo, ¿cómo analizan el desarrollo de las Garantías para Contratos de Obra Pública? ¿Qué expectativas generan mega-obras como Vaca Muerta y el Gasoducto Néstor Kirchner?

- Es un año muy difícil en lo que refiere a inversión pública, y las garantías de obras pública, que históricamente ocuparon un lugar preponderante dentro de nuestra cartera, sufrieron una retroceso en los últimos años. Mas allá de eso, vemos obras puntuales, como el Gasoducto NK, que traccionan →



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 738 - Mayo 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

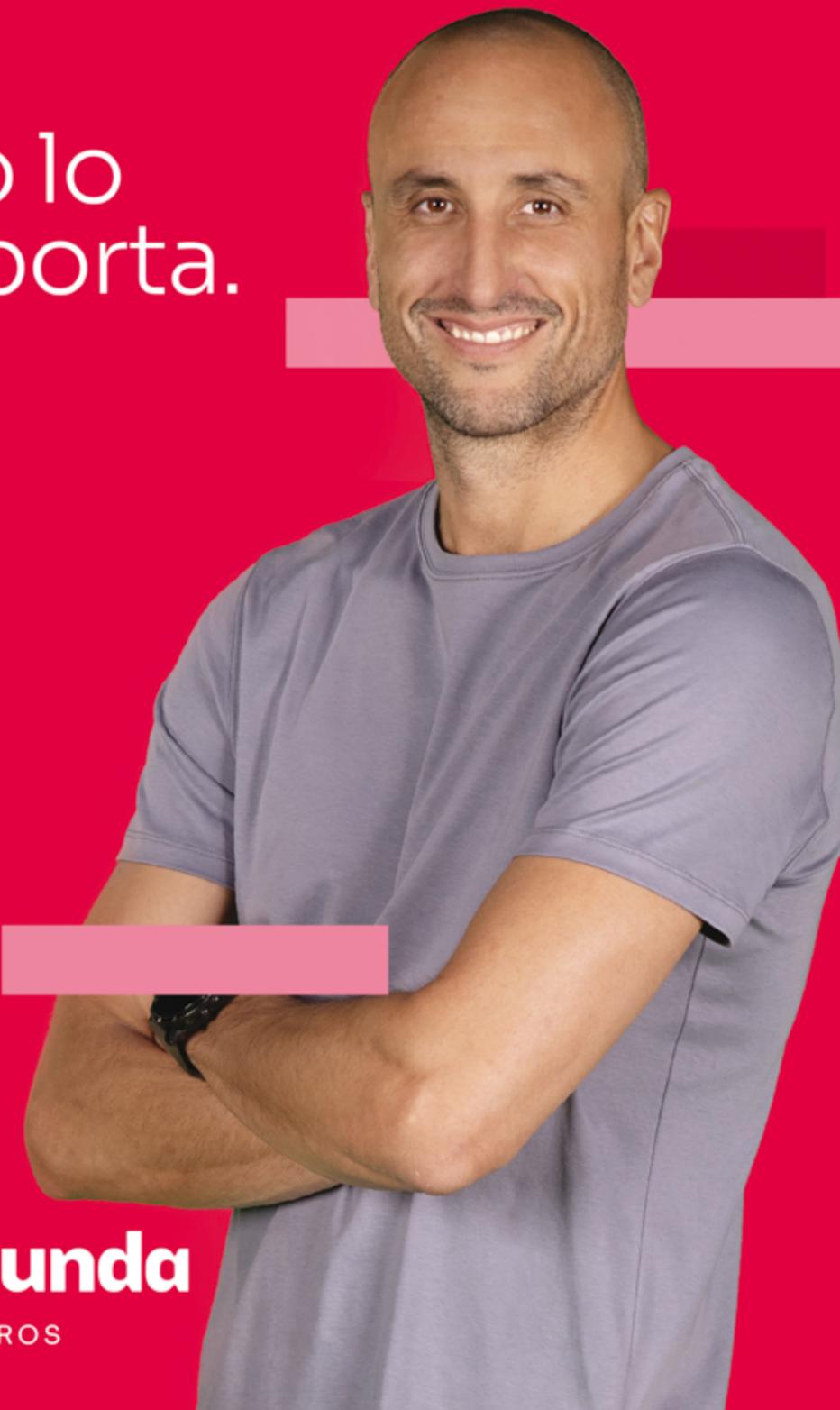
COLABORADORES

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

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

www.argentina.gob.ar/ssn

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

Nº de inscripción SSN Rubro Ramos Generales 726

Nº de inscripción SSN 0317 - 0618 - 0117 - 0436

Departamento de Orientación y Asistencia al Asegurado

0800-666-8400

www.argentina.gob.ar/ssn

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

PROTAGONISTAS

→ garantías no solo de parte de los contratistas, sino también de los subcontratistas, lo que genera un efecto cascada en la dinamización de la inversión en esos sectores. **Esperamos que los proyectos de inversión en minería para el 2023 sean otro vector de crecimiento de la obra pública.**

- **¿Cuál ha sido el nivel de siniestralidad en este primer cuatrimestre del año, del mercado en general, y de Fianzas y Crédito en particular?**

- El nivel de siniestralidad en este primer cuatrimestre fue similar al de periodos previos, es decir bajo, pero hemos registrado un leve repunte en las reclamaciones como consecuencia de la mayor dinamización del mercado que se registró con la reapertura de las industrias y el fin de la pandemia. En **Fianzas y Crédito** tuvimos un porcentaje a tono con el resto del mercado, aunque estimamos cierta reactivación en lo que refiere a reclamos de aquí en adelante para el mercado, como consecuencia de la crisis que vive el país y las empresas tomadoras de garantías.



- **¿Cómo nace CAS -Compañía Aseguradora del Sur- y qué soluciones a medida ofrece?**

- **CAS** nace como consecuencia de la reconversión de la anterior CRS (Compañía Reaseguradora del Sur), la cual formaba parte del grupo de FyC y que, con la reapertura paulatina del mercado de reaseguros, nos vimos en la necesidad de convertirla en compañía de seguros.

Forma parte del grupo de FyC, está manejada y administrada por el mismo *management*, y **tiene como objeto ofrecer soluciones a medida en mercados de nicho.**

- **¿En qué consisten los *specialty risks* y de qué manera trabaja CAS en el desarrollo de estos negocios?**

- *Specialty risks* son todos aquellos nichos que, por las características o por la industria de qué se trate, están expuestos a ciertos riesgos específicos que requieren un tratamiento y enfoque particular por parte del suscriptor.

CAS es una compañía que fue concebida desde el inicio para el tratamiento de estos negocios, con un equipo especializado en el tratamiento e identificación de estos riesgos para dar soluciones a medida. Ya sea mediante nuestras **pólizas de cyber risk** o mediante las **garantías de alquiler Affinity** específicamente concebidas como beneficios para las empresas y sus colaboradores, identificamos la necesidad del cliente y les ofrecemos un producto simple y eficaz.

- **Siendo el reaseguro imprescindible para el Seguro de Caución, ¿cuál es la visión que tienen desde Fianzas y Crédito sobre las restricciones existentes para el pago de los contratos de reaseguro?**

- Las restricciones existentes para el giro de divisas en el mercado de reaseguros generan una situación difícil y compleja, que amerita un tratamiento particular y una resolución rápida.

Es de vital importancia que empiecen a salir las autorizaciones de pago, ya que el riesgo que entraña la prolongación de esta situación, tanto para los clientes como para la solvencia del mercado asegurador en general, puede generar efectos muy dañinos a largo plazo, con potenciales cancelaciones de cobertura, en un contexto internacional de reaseguro ya de por sí más duro para el 2023.

Esperemos que lentamente empiecen a liberarse los pagos y la situación vuelva a regularizarse. 🍷



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 | SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

La expansión de los Emprendedores Insurtechs

A continuación, analizamos el crecimiento del sector insurtech y sus aportes al seguro, con **Pablo Tiscornia, Managing Director de The Latam Insurtech; Almendra Hermida, COO y Cofundadora de Autoinspector; Martín Centeno, Cofundador de AutoReclamo; y Pablo Fernández, Cofundador de MeCubro.**

Escribe **Lic. Aníbal Cejas**

Los insurtechs siguen en expansión. Aunque el 'tsunami digital' de la pandemia esté aplacado, **las aseguradoras y brokers están colaborando muy activamente con los innovadores al frente de las Insurtechs**, que se vinculan en diferentes áreas del negocio.

Para saber más al respecto, **Pablo Tiscornia, Managing Director de The Latam Insurtech**, enumeró distintas maneras en que las insurtechs pueden incrementar la base de asegurados y ofrecer nuevos productos y servicios a las aseguradoras:

«**1. Innovación en productos:** desarrollar productos de seguros personalizados y adaptados a las necesidades específicas de diferentes segmentos de clientes (puede incluir seguros bajo demanda, microseguros y seguros paramétricos).

2. Canales de distribución digitales: utilizar canales de distribución digitales y plataformas en línea para llegar a nuevos clientes y mejorar la accesibilidad de los productos de seguros. Las aplicaciones móviles y los chatbots pueden facilitar la contratación y gestión de pólizas, lo que puede resultar en un mayor alcance y adopción.

3. Experiencia del cliente mejorada: ofrecer una experiencia de cliente más rápida y eficiente mediante el uso de inteligencia artificial, análisis de datos y automatización. Esto puede incluir la simplificación del proceso de cotización, la emisión



instantánea de pólizas y la gestión de siniestros más rápida, lo que puede aumentar la satisfacción del cliente y atraer a nuevos asegurados.

4. Colaboraciones estratégicas: colaborar con aseguradoras tradicionales, así como con otras empresas de diferentes sectores, como fintech, e-commerce y salud, para crear soluciones de seguros integradas y atractivas para los consumidores.

5. Uso de datos y análisis: aprovechar el big data y la analítica avanzada para segmentar mejor a los clientes, ofrecer precios

y productos más precisos y mejorar la gestión de riesgos. También pueden utilizar datos no tradicionales, como los generados por dispositivos IoT y wearables, para diseñar productos de seguros más personalizados y ajustados a las necesidades de los clientes.

6. Inclusión financiera: enfocarse en poblaciones no aseguradas o subaseguradas, como jóvenes, autónomos, pequeñas empresas y poblaciones en desarrollo, ofreciendo soluciones de seguros accesibles y asequibles que se ajusten a sus necesidades y presupuestos.

7. Educación y concientización: realizar campañas de marketing y educación para aumentar la conciencia sobre la importancia de los seguros y cómo los nuevos productos y servicios pueden beneficiar a los consumidores. Esto puede ayudar a disipar mitos y cambiar percepciones negativas sobre la industria de seguros.

A continuación, **Almendra Hermida, COO y Cofundadora de Autoinspector**, afirmó: «La tecnología es el medio por el cual podemos hacer las cosas más fáciles, rápidas, eficientes y, consecuentemente, cada vez más accesibles para las personas. Ese es el camino que se empezó a recorrer en muchas industrias y ya tiene sus focos en el seguro.

Entre ellos están: la simplificación y automatización de los procesos, la eliminación de tareas repetitivas, el entendimiento de los datos y la obtención de información customizada para cada cliente/prospecto para poder personalizar la oferta de productos adecuados para cada uno, la comercialización digitalizada sin barreras terrenales, aprovechando el alcance de la tecnología y las posibles alianzas con otros servicios donde poder ofrecer un seguro».

Martín Centeno, Cofundador de AutoReclamo, se mostró de acuerdo con su colega: «Es clave apalancarse en las nuevas tecnologías para que el seguro sea accesible para un público más amplio. Por ejemplo, mediante el desarrollo de plataformas digitales que permitan la contratación de seguros de manera simple y accesible, con una explicación sobre el alcance de las coberturas que sea simple de comprender para el usuario; y el desarrollo de productos personalizados y flexibles, que permitan reducir costos para ajustarse a la medida de las necesidades de cada perfil de usuario».

Por último, **Pablo Fernández, Cofundador de MeCubro**, expresó que el aporte de las insurtech para la inclusión aseguradora es la oferta de propuestas disruptivas orientadas a ▶



CONNECTING PEOPLE

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

www.specialdivisionre.com

info@specialdivisionre.com

www.segurometal.com

Nueva App

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

Nº de inscripción en SSN: C285

Atención al asegurado: 0800-666-8400

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

SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

insurtechs



⇒ 100% al usuario y a su necesidad. Y agregó: «El 80% de las personas en LATAM no cuentan con la posibilidad de acceder a un seguro. En muchos casos, las personas no acceden por desconocimiento, por no contar con un producto financiero como tarjeta de crédito o cuenta bancaria ya que se lo exigen para pagar el seguro contratado; o porque no saben si van a poder pagar el seguro de forma recurrente.

Los productos deben ser creados a medida y funcionales para el usuario. Nosotros siempre decimos que si hay nuevas formas de trabajar, indefectiblemente deben existir nuevas formas de asegurarse. Por eso, detectamos esas necesidades y trabajamos en equipo para conseguir eso que no existe. El mundo cambia constantemente, entonces, ¿por qué no cambiarían las formas de asegurarse?

Debemos adaptarnos y dar confianza a los usuarios. Por eso se deben diseñar productos funcionales y escalables, llegar a la mayor cantidad de personas y que la experiencia del usuario sea lo más amigable y sencilla posible».

INNOVACIÓN



▲Pablo Tiscornia. Managing Director de The Latam Insurtech

Diseño de productos

En la misma línea, Tiscornia definió los rasgos que deben tener los productos para ampliar la penetración de los seguros. Al respecto dijo: «Deben ser diseñados de manera que sean atractivos, accesibles y asequibles para un amplio espectro de clientes.

Algunas características y enfoques clave incluyen:

1. Personalización: personalizados y adaptados a las necesidades específicas de cada cliente. Esto puede incluir la personalización de coberturas, límites y exclusiones, así como la posibilidad de ajustar la póliza a lo largo del tiempo según cambien las necesidades del asegurado.

2. Simplicidad y transparencia: fáciles de entender, con términos y condiciones claros y sin jerga complicada. La transparencia en la estructura de precios y las condiciones de las pólizas es crucial para ganar la confianza de los clientes y mejorar su experiencia.

3. Accesibilidad: accesibles a través de canales digitales, como aplicaciones móviles, sitios web y chatbots, facilitando la contratación y gestión de pólizas. Esto incluye ofrecer un proceso de suscripción simplificado y una emisión instantánea de pólizas.

4. Asequibilidad: deben ser asequibles, especialmente para aquellos segmentos de la población que actualmente no cuentan con seguros o están subasegurados. Los microseguros y los seguros bajo demanda pueden ser opciones viables para estos clientes, ya que les permiten pagar sólo por la cobertura que necesitan y durante el tiempo que la necesitan.

5. Innovación en productos: las insurtechs deben desarrollar productos de seguros innovadores y disruptivos, como los seguros paramétricos, que se basan en eventos desencadenantes predefinidos y simplifican el proceso de pago de reclamaciones. Estos productos pueden ser más atractivos para los clientes que buscan soluciones de seguros más flexibles y ágiles.

6. Integración con otros servicios: pueden ser integrados con otros servicios o plataformas, como servicios de salud, ⇒



▲Almendra Hermida. CEO y Cofundadora de Autoinspector

Grupo
San
Cristóbal

35 años
construyendo un
futuro financiero seguro
para nuestros clientes.



Nº de inscripción en SSN
0442

Atención al asegurado
0800-666-8400

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

SSN SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN

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



INNOVACIÓN



▲ Martín Centeno, Cofundador de AutoReclamo

➔ aplicaciones fintech o plataformas de comercio electrónico, para ofrecer soluciones de seguros más holísticas y atractivas para los consumidores.

7. Enfoque en la prevención: incluir herramientas y recursos que ayuden a los asegurados a prevenir y mitigar riesgos, como aplicaciones de seguimiento de la salud, sistemas de alerta temprana y asesoramiento en tiempo real. Esto puede mejorar la percepción de valor agregado de los productos de seguros y aumentar la probabilidad de que los consumidores contraten una póliza.

En resumen, los productos de las insurtechs deben ser personalizados, simples, transparentes, accesibles, asequibles e innovadores para ampliar la penetración de los seguros y atraer a nuevos asegurados».

Soluciones

Centeno, Hermida y Fernández explicaron en qué consisten sus soluciones.

El primero en tomar la palabra fue Centeno, quien compartió: «AutoReclamo nace a mediados del 2020 con el objetivo de simplificar el proceso de reclamos de siniestros de terceros. Ofrece una plataforma digital de extremo a extremo para la autogestión de los clientes y un portal que permite a los productores la gestión de todos sus reclamos en un mismo lugar.

Tenemos un compromiso con la idoneidad y por eso trabajamos con asesores legales calificados y reconocidos. Contamos con un equipo con amplia trayectoria en la industria de seguros y gran vocación por la innovación.

Nuestro foco está puesto en mejorar la experiencia del usuario, acelerar el proceso de reclamo y hacerlo más transparente para elevar los niveles de confianza entre todas las partes involucradas. Para ello utilizamos tecnologías como la Inteligencia Artificial (IA) y la Automatización Robótica de Procesos (RPA), para aumentar la agilidad y la eficiencia en el proceso de reclamos».



▲ Pablo Fernández, Cofundador de MeCubro



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

GALENO

TODO PARA VOS.



INNOVACIÓN



→ Continúa **Hermida**, y al respecto dijo: «**Autoinspector** es una plataforma de flujos de inspecciones digitales que están automatizadas con IA. Con ella se puede registrar, autenticar y dar trazabilidad a cualquier bien, documento e incluso hasta personas. Cada flujo de verificación, cada inspección, se construye en función de lo que necesite cada proceso y las variantes que posea durante todo el ciclo de vida del seguro.

Autoinspector no sólo ayuda a tener información verificada automáticamente en el momento, sino que brinda la tecnología para poder escalar y realizar todas las inspecciones, incluso las que son necesarias pero no pueden realizarse por falta de recursos. Ese problema lo eliminamos con nuestro servicio.

Comenzamos el desarrollo de la plataforma en 2021 y nuestro foco siempre está en ofrecer a nuestros clientes la tecnología que les permita mejorar sus puntos de contacto con sus clientes y colaboradores, optimizar los procesos y reducir el riesgo de fraude. Tenemos dos premisas como cultura: agilidad e innovación».

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

Desde **MeCubro**, **Fernández** contó: «Comenzamos las operaciones en 2017. Somos una insurtech que brinda coberturas de seguros On Demand por día y pago por uso. La principal ventaja es que el usuario contrata y paga el seguro cuando efectivamente lo necesita. Nuestro sistema es prepago, por lo cual brindamos incobrables cero, una gran ventaja para las aseguradoras.

Tenemos la fortuna de que nos acompañan empresas aseguradoras líderes del mercado. Siempre que tengo una reunión con ellos, voy con ideas 'locas' y 'disruptivas', porque así somos en **MeCubro**. Algunas veces nos cuesta más convencer sobre qué es lo que las personas y el mercado necesita, pero otras veces nos sentimos apoyados en seguir revolucionando el mundo del seguro. Gracias a nuestra impronta, tecnología e ideas, facilitamos el acceso a un seguro.

No exigimos recurrencia en la contratación, ya que apuntamos a la gig economy, la fuerza de trabajo independiente, que trabajan por día, semana o mensual y no saben si van a contar con dinero para volver a contratar un seguro. Un distintivo que tiene **MeCubro** es que podés contratar seguros para uno mismo o terceros, somos multi-asegurador, es decir que ofrecemos propuestas de distintas aseguradoras, dando al usuario la opción de elegir qué aseguradora contratar.

Queremos revolucionar la cultura del seguro, eficientizando la contratación y ofreciendo la posibilidad de tener una cobertura a personas que trabajan como freelancer y quizás no tienen la posibilidad de pagar el costo de un seguro mensual.

Por otro lado, las personas pueden pagar en efectivo, generando inclusión en las personas que hoy no cuentan con un producto bancario. Además, **MeCubro** es la primer insurtech 'póliza verde', con cero emisión de papel y un impacto positivo en el medioambiente.

Ofrecemos cobertura de accidentes personales, seguro de robo de bicicleta, seguro de robo de celular, responsabilidad civil para moto y bicicleta, seguro de transporte y próximamente sumaremos asistencia al viajero y telemedicina.

Nuestro foco está en la **inclusión financiera en el mundo del seguro**. Al llegar a nuestros usuarios de mano de la tecnología, hemos encontrado la forma de alcanzar a personas de bajos ingresos que no contratan seguros por la forma en que se han desarrollado estos productos.

Para acceder a un nuevo mercado, no se puede pensar en el seguro tradicional. Hoy, las personas pueden acceder a un seguro ingresando en nuestra Web o APP».

Proceso de desarrollo

A continuación, los emprendedores analizaron el proceso que va desde la génesis del proyecto, pasando por la inversión inicial y hasta llegar al primer cliente, en base a sus propias experiencias personales.

Al respecto, **Hermida** manifestó: «**Autoinspector** nace a partir de una inversión propia, es decir con bootstrapping. Es el día de hoy que hemos crecido como compañía con esta filosofía. En un primer momento, con esta inversión y luego, con lo creemos fundamental en nuestra estrategia: la satisfacción y fidelización de nuestro cliente es nuestro mejor financiamiento.

Conocíamos bien el problema. Tanto mi socio como yo venimos de generaciones familiares en la industria del seguro, y sabíamos que podíamos crear una solución a partir de nuestra pasión, los datos y la tecnología. Era un momento perfecto para innovar, y empezar a hacer las cosas de otra manera: más transparente, más eficiente y generando más valor en los procesos. →

Allianz  
Worldwide Insurance Partner



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

 **SSN** | SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN



➔ Durante los primeros meses, el desarrollo consistió en crear la solución, darle vida al primer MVP, testarlo, validarlo con posibles clientes, iterar y luego lanzarnos al mercado. Este proceso de búsqueda, pruebas y mejoras aplicadas para solucionar el problema desafiante que los validadores se hayan convertido en nuestros clientes.

Desde hace 2 años a la actualidad, la plataforma ha expandido enormemente su alcance, desde la manera en que se consume el servicio hasta la flexibilidad que ofrece la plataforma para crear el flujo que se necesita».

Centeno fue el siguiente en tomar la palabra, y expresó: «Quiénes integramos **AutoReclamo**, no sólo tenemos una fuerte pasión por la innovación tecnológica, sino que además nos une una trayectoria de más de 15 años dentro de la industria de seguros. Es por eso que entendimos que desde la tecnología era posible ofrecer una respuesta a los clientes, para mejorar la experiencia al realizar un reclamo de terceros.

La idea surgió a mediados de 2019, con un piloto que fue fondeado íntegramente por recursos propios y estaba listo para salir al mercado a principios de marzo de 2020.

Si bien -a causa de la pandemia- el lanzamiento al mercado se postergó hasta agosto de dicho año, una vez liberado el prototipo se logró alcanzar rápidamente los objetivos establecidos. Durante el primer trimestre logramos alcanzar un volumen de negocio que nos permitió continuar desarrollando y mejorando la plataforma con ingresos propios».

La ronda cerró con **Fernández**, quien recordó: «En 2017 nació **MeCubro**, convencidos de que la forma de asegurarse era ineficiente. Debíamos darle a las personas la posibilidad de asegurarse por día y pagar un seguro cuando realmente lo necesitaban, sin obligarlos a una recurrencia mensual. A partir de allí, creamos nuestra primera web, donde los usuarios podían cotizar y contratar su seguro en un paso.

Hemos tenido muchos clientes desde la creación de la web, que hoy nos siguen contratando. Nos aliamos con distintas startups, donde conectamos con APIs y aseguramos a sus usuarios o clientes. En el año 2018 recibimos inversión de **Embarca**, una aceleradora de Mendoza. Cerramos una alianza con una empresa de reparatos, donde aseguramos a sus reparadores en toda la República Argentina, llegando a gestionar 45.000 seguros por día. Hoy nuestro modelo de negocio es B2B2C, y hacemos alianzas con distintas empresas ofreciéndoles a sus usuarios la posibilidad de acceder a un seguro», concluyó.

Seguros embebidos

En otro punto de la conversación, **Tiscornia** se refirió a los **seguros embebidos y su implementación**: «Son aquellos que se integran o incluyen como parte de otro producto o servicio, ofreciendo una experiencia más fluida y conveniente para el consumidor. Este tipo de seguros se ha vuelto cada vez más popular en una variedad de industrias y aplicaciones, ya que permite a las empresas ofrecer soluciones más holísticas y personalizadas para sus clientes. Algunos ejemplos de seguros embebidos incluyen:

- **E-commerce y retail**: Las plataformas de comercio electrónico y tiendas minoristas pueden ofrecer seguros de envío, garantías extendidas y seguros de protección de compras embebidos en el proceso de compra.
- **Fintech y banca**: Las aplicaciones de pagos móviles, tarjetas de crédito y préstamos pueden incluir seguros de protección de pagos, seguros de viaje o seguros contra fraude embebidos en sus productos.
- **Automoción y movilidad**: Las empresas de alquiler de vehículos, carsharing y aplicaciones de transporte pueden ofrecer seguros de responsabilidad civil y cobertura de daños embebidos en sus servicios.
- **Salud y bienestar**: Las aplicaciones de seguimiento de la salud y los dispositivos wearables pueden incluir seguros de salud o vida basados en el comportamiento y el estilo de vida del usuario, embebidos en la oferta de productos o servicios.

Una insurtech que implementa seguros embebidos es **SEKURE**, que está dentro del portafolio de **The Latam Insurtech**», comentó.

Fondeo de capital

Otro aspecto que abordamos fue el **fondeo de capital y el interés de inversión en insurtechs en LATAM**.

Sobre el tema, **Tiscornia** compartió algunas cifras: «La financiación mundial de insurtechs experimentó un crecimiento del 37,6% en el primer trimestre de 2023, de acuerdo con el informe más reciente de Gallagher Re sobre insurtech a nivel global.

El informe señala que las inversiones en todo el mundo llegaron a los 1.390 millones de dólares, lo que representa un aumento considerable en comparación con el trimestre anterior, que registró el monto más bajo desde el primer trimestre de 2020. El número de operaciones se mantuvo constante, pero el tamaño promedio de las transacciones se incrementó en un 25,3%, según el intermediario de reaseguros a nivel mundial.

El financiamiento de insurtech en el sector de **Propiedad y Accidentes (P&C)** fue el principal motor del incremento en la inversión trimestral, creciendo más del 53% hasta alcanzar los 967,89 millones de dólares. La recaudación de fondos en el sector



de **Vida y Salud (L&H)** también aumentó, registrando un alza del 9,6% hasta llegar a los 420,73 millones de dólares. No obstante, la financiación en etapa temprana para L&H experimentó una caída del 44,3% en comparación con el trimestre previo.

La mayoría de las inversiones realizadas por (re)aseguradoras se dirigieron a rondas en etapas iniciales, una tendencia que se ha mantenido durante seis trimestres consecutivos.

A pesar de la tendencia generalmente positiva, el informe indica que 2023 podría marcar un retorno a niveles de financiación de insurtech más 'normales' y en aumento moderado, similares a los observados antes de la pandemia.

En contraste, en 2021 se registró el 62% de las inversiones a través de mega-rondas, en comparación con el 41% en 2022. El financiamiento de mega-rondas representó solo el 12,9% del total, siendo el más bajo desde la disminución experimentada en el primer trimestre de 2020».

Perspectivas de desarrollo

A partir de lo conversado anteriormente, los especialistas opinaron sobre las **perspectivas de desarrollo que observan para las insurtech en Latam**.

Hermida comenzó diciendo: «Es un sector en auge, que está llamando la atención de muchos inversores y empresas internacionales. LATAM es un mercado emergente con mucho potencial y una gran cantidad de emprendedores que están impulsando la digitalización y la adopción de la tecnología en todas las industrias.

A pesar de cómo afectó la pandemia al mercado asegurador, éste se encuentra en una fase de crecimiento y, por sobretodo, de desarrollo tecnológico. Y es acá donde estos avances son protagonistas, acercando y desarrollando soluciones a viejos y nuevos problemas, acercando el seguro a muchísimas personas.

Las insurtechs están abriendo este camino de la mano de actores tradicionales del sector. La colaboración entre todos ellos hace posible una reacción y adaptabilidad mucho más ágil».

A su vez, **Fernández** afirmó: «Actualmente hay un gran ecosistema en LATAM, con mucha oferta de insurtechs. Creo que el mercado irá validando las distintas opciones». Además, aconsejó enfocarse en la satisfacción del cliente y la experiencia: «Es nuestra responsabilidad ser disruptivos y brindar a las aseguradoras nuestra tecnología para llegar al consumidor con distintas ofertas».

Acto seguido, **Centeno** declaró: «Existe una gran oportunidad para abordar problemáticas como la falta de inclusión financiera, la baja cultura aseguradora o la falta de transparencia en conjunto con las Insurtechs. El enfoque tecnológico y la agilidad en la implementación que pueden aportar las nuevas startups tecnológicas son claves para que la industria pueda enfrentar estos desafíos con éxito.

En los últimos años, no sólo hemos visto un aumento significativo de insurtechs en la región, sino también un fuerte incremento en cuanto a adopción de tecnología y la digitalización por parte de la industria de seguros. Además, en los principales países de la región se han desarrollado espacios de encuentro como cámaras y asociaciones para fomentar el trabajo en conjunto, lo que afortunadamente está derivando en un mayor desarrollo de las Insurtechs».

Por último intervino **Tiscornia**, quien observó un panorama promisorio: «La región presenta una serie de oportunidades y desafíos únicos que pueden ser abordados por las soluciones innovadoras que estas empresas ofrecen».

Y marcó: «Algunos factores que pueden impulsar el crecimiento de las insurtechs en LATAM incluyen:

- **Baja penetración de seguros**: la penetración de seguros en LATAM es relativamente baja en comparación con otras regiones, lo que representa una oportunidad para que las insurtechs ofrezcan productos y servicios asequibles y accesibles a segmentos de la población no asegurados o subasegurados.
- **Crecimiento del comercio electrónico y la adopción de tecnología**: América Latina ha experimentado un rápido crecimiento en el uso de internet, dispositivos móviles y comercio electrónico en los últimos años. Esto proporciona un entorno propicio para el desarrollo de soluciones de seguros digitales y el uso de canales de distribución en línea.
- **Cambio demográfico y generacional**: la población de LATAM es cada vez más joven y tecnológicamente versátil, lo que puede generar una mayor demanda de productos y servicios de seguros digitales y personalizados que se adapten a sus necesidades y expectativas.
- **Inclusión financiera**: muchas personas en LATAM carecen de acceso a servicios financieros básicos y a seguros. Las insurtechs pueden desempeñar un papel crucial en la promoción de la inclusión financiera, ofreciendo soluciones de seguros asequibles y accesibles.
- **Innovación regulatoria**: algunos países de LATAM están adoptando enfoques regulatorios más favorables y progresistas para apoyar el desarrollo y crecimiento del ecosistema insurtech, lo que podría facilitar la expansión de estas empresas en la región.
- **Inversiones y apoyo de capital**: el ecosistema insurtech en LATAM ha atraído la atención de inversores locales e internacionales, lo que puede proporcionar el apoyo financiero necesario para el crecimiento y expansión de las insurtechs en la región.

Dicho esto, también existen desafíos a los que las insurtechs en LATAM deben enfrentarse, como la diversidad de mercados y regulaciones en la región, la falta de infraestructura tecnológica en algunas áreas, y la necesidad de educar y concienciar a los consumidores sobre los beneficios de los seguros.

En general, las perspectivas de desarrollo de las insurtechs en LATAM son positivas, pero será crucial para estas empresas adaptar sus soluciones y estrategias a las condiciones y necesidades específicas de la región para tener éxito en este mercado emergente», concluyó. 🗣️

10 años Transformando la idea de Seguros.



Ser una compañía flexible, innovadora y con un especial foco en la atención personalizada de clientes y productores, nos convirtió en uno de los exponentes de una nueva generación en compañías de seguros. Celebramos estos 10 años con nuestra comunidad.



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

La importancia de estar bien asegurado

En la mayoría de las circunstancias contratamos un seguro sólo porque es obligatorio, como ocurre con el seguro de responsabilidad civil en el caso de vehículos, o el seguro de incendio para propiedades y locales, o el seguro de vida en las tarjetas de crédito. En muchas ocasiones, ni siquiera evaluamos frente a qué eventos dañosos realmente nos cubre, qué exclusiones tenemos ante el siniestro ocurrido y cuáles son nuestras obligaciones y derechos como asegurados. Esta nota reflexiona sobre los beneficios de estar bien asegurado, y también acerca de los riesgos de caer en el infraseguro.



Escribe **Dra. Gabriela Álvarez**

Alguna vez te preguntaste si estás bien asegurado? ¿Sabés exactamente qué cubre la póliza que tenés contratada? ¿Cuál es al menos la suma asegurada, las exclusiones de tu cobertura, tus obligaciones como asegurado? Seguramente, muchas de las respuestas a estas preguntas se resumen en un rotundo NO.

A la hora de adquirir un bien, ya sea un vehículo, una propiedad, un objeto determinado o incluso montar un negocio propio, nos asesoramos, averiguamos, comparamos precios, calidades, marcas y finalmente, como resultado de ese proceso lógico, de averiguación, evaluación y conveniencia, tomamos la decisión final de adquirir -o no- el producto o bien en cuestión. Sin embargo, el proceso no termina allí. Una vez adquirido resulta fundamental protegerlo, cuidarlo de las posibles pérdidas que pudiera sufrir como consecuencia de un hecho fortuito e inesperado. Y esta es la etapa, donde más nos cuesta tomar una decisión.

En la mayoría de las circunstancias contratamos un seguro sólo porque es obligatorio, como ocurre con el seguro de responsabilidad civil en el caso de vehículos, o el seguro de incendio para propiedades y locales, o el seguro de vida en las tarjetas de crédito. En muchas ocasiones, ni siquiera evaluamos frente a qué eventos dañosos realmente nos cubre, qué exclusiones tenemos ante el evento ocurrido y cuáles son nuestras obligaciones y derechos como asegurado. Nos limitamos a contratar el seguro, archivamos la póliza y con ello terminó el proceso.

En una materia tan específica como es el seguro, con términos complejos y engorrosos, con gran cantidad de

cláusulas que utilizan un vocabulario no accesible para cualquiera, contar con el asesoramiento de un especialista en la materia, se vuelve casi fundamental. Para ello, los productores asesores de seguros son las personas indicadas para aconsejar al asegurado acerca de qué seguro tomar, qué compañía puede ofrecerle esa cobertura, con un buen servicio y a un costo razonable. Además, su labor no concluye con el asesoramiento a la hora de contratar el seguro, sino que acompaña al cliente durante toda la vigencia de la póliza, ante cualquier inquietud que el asegurado tenga, sobre todo cuando se materializa la situación inesperada por el asegurado.

La ocurrencia del evento fortuito estipulado en póliza, trae consigo una cantidad considerable de obligaciones para el asegurado, que comienzan con radicar la denuncia y dar aviso a la compañía aseguradora, cumplimentando toda la información en tiempo y forma, y aportando la documentación requerida por la misma. Con el aviso de su asegurado, la empresa de seguros podrá comenzar a gestionar el riesgo que motiva el cobro de la prima.

Si hacemos referencia a los seguros de carácter opcional, el panorama se complica aún más. Seguros como el de vida,

de bienes menores como el bolso, el celular, la notebook, de accidentes personales, de retiro, entre otros, tienen una muy baja penetración en nuestro mercado, al igual que ocurre con muchos países de la región. Si bien se trata de coberturas que protegen lo más valioso que tenemos, como puede ser la salud, la vida de las personas que queremos, o nuestros elementos de trabajo, la realidad indica que su contratación es una decisión que se posterga en el tiempo, ya que la sociedad no logra verlo como una inversión que la mantiene protegida ante un hecho que puede ocurrirnos a todos en cualquier momento. Se prioriza la utilización del dinero en otras experiencias o en otros destinos, pero lo cierto es que la contratación de estos seguros que carecen de obligatoriedad, requieren una conciencia aseguradora que nuestro país está lejos de alcanzar. No obstante ello, debemos destacar que en los últimos años la contratación de seguros no obligatorios ha tenido un desarrollo importante, sobre todo con la llegada de la pandemia del Covid 19, atento a que la gente logró tomar conciencia de la importancia de la vida y los riesgos que se corren, y muchos tomaron la decisión de contratar un seguro como el de salud o el de vida, e incluso el de asistencia al viajero ante la inminencia de un viaje. ➔



Asociate
#YoTeDefiendo

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



RIESGOS

la suma asegurada, puesto que **en el contexto inflacionario en el que vivimos actualmente, la pérdida del valor de los bienes es diaria, de allí la importancia de mantener actualizada la suma asegurada.**

Los rubros de incendio y seguro técnico son los más afectados por la situación de infraseguro tanto en pymes como en grandes empresas. En el caso de estas últimas, el riesgo es aún mayor ya que muchas de ellas suelen tener maquinarias cuyo valor está en dólares, y en nuestro país con el constante aumento del dólar, se vuelve imperiosa la actualización de la suma asegurada.

Existen tres motivos principales por los cuales podemos observar el infraseguro en las pólizas.

- Por un lado, la contratación de una suma insuficiente, puede deberse al desconocimiento o la falta de información. En este caso, el accionar de los productores de seguros se vuelve fundamental a la hora de revisar las sumas aseguradas al momento de la renovación de la póliza.

- Por otro lado, el desconocimiento de la importancia de tener una suma asegurada acorde al valor del bien, hace que con el fin de abonar una prima inferior se contrate un seguro por un monto menor al que realmente vale.

- Finalmente, existe el infraseguro generado por la misma devaluación e inflación que atraviesa nuestro país, el cual ocurre ya durante la vigencia de la póliza y aumenta a medida que transcurren sus meses de vigencia. Si bien en muchos casos las compañías de seguros ya estipulan cláusulas de variación de la suma asegurada, éstas alcanzan sólo al 20% anual y terminan siendo insuficientes.

En el caso de las **pólizas de incendio**, principalmente en las sumas aseguradas en concepto de Edificio y contenido y en los seguros de integral de consorcio, el infraseguro puede relacionarse con una incompleta valuación de las partes comunes, al no considerar dentro de las mismas determinadas construcciones, como pueden ser los cimientos o paredes internas de unidades funcionales que se consideran comunes.

En lo que hace a las **pólizas de hogar**, el infraseguro puede deberse también al desconocimiento del valor del bien que se encuentra en el interior de la vivienda, tales como electrodomésticos, bienes, entre otros y a la posterior adquisición de nuevos bienes que no se incluyen en el seguro y, por ende, no contarán con cobertura.

En el caso puntual de las **pólizas de automotores**, el infraseguro radica en el constante cambio del valor de los vehículos, muchos de ellos valuados en dólares, y el costo elevadísimo de los repuestos necesarios para la reparación.

A la hora de evitar esta problemática, los productores asesores de seguros resultan una pieza fundamental que le permitirá al futuro cliente contar con un seguro acorde a sus necesidades, que ante la ocurrencia del evento le permita sortear las dificultades económicas que el mismo le genere.

Beneficios

Si bien contar con el seguro correcto y adecuado a la situación personal de cada asegurado, resulta de suma importancia y trae aparejado grandes beneficios, podemos definir a los principales en tres categorías:

- **Reducen riesgos:** si bien en un principio los seguros suelen verse como un gasto, son una gran manera de evitar imprevistos. Los seguros deben considerarse como el medio idóneo para resguardar el bienestar de un asegurado o un grupo familiar. Por un monto mínimo si lo comparamos con las ventajas que trae aparejado, un seguro permite resguardar todo aquello que cuesta años y años de esfuerzo y trabajo poder conseguir.

- **Protegen el patrimonio:** si tan sólo hacemos el ejercicio de pensar en la posibilidad de ocurrencia del evento imprevisto, como puede ser un robo, un choque, la rotura de un bien o incluso la muerte, con los costos actuales que ello significa, puede resultar imposible reponer ese bien, compensar esa vida. Por ello, los seguros ofrecen la tranquilidad de que, ante un eventual problema contemplado en las condiciones de póliza, el objeto asegurado podrá ser reemplazado o reparado o indemnizado, gracias a la cobertura de la misma.

- **Promueven tranquilidad:** la sensación de tener nuestros bienes protegidos, de saber que si lo peor ocurriera, nuestra familia no quedará desprotegida. En otras palabras, estar asegurado permite eliminar o reducir el miedo, la tensión, la ansiedad frente a la incertidumbre que puede generar un futuro incierto.

El seguro como instrumento financiero

Además de los beneficios del seguro comentados anteriormente, relativos al ahorro, la protección y la tranquilidad, no podemos dejar de considerar que **los seguros son instrumentos financieros.**

El hecho de adquirir un seguro no es garantía de que eso malo que activa la póliza contratada, no ocurra. La suma asegurada sólo colaborará en que las consecuencias económicas de esos eventos no perjudiquen al asegurado, a su familia o a otras personas que dependan de éste.

En otras palabras, contar con un seguro de salud no lo hará inmune a las enfermedades, pero sí le dará el acceso a los recursos para obtener el tratamiento y rehabilitación que necesite, e incluso hasta podría obtener una cantidad de dinero que compensaría los días que no pudo trabajar. Si hablamos de un seguro de vida, al cual se le agrega el beneficio de invalidez total y permanente, no convierte al asegurado en inmortal; pero sí sufre algún tipo de lesión permanente que le impida trabajar, tendrá una fuente de ingresos que le permitirá mantenerse y sacar adelante a su familia. Incluso si llegara a fallecer, su familia podrá continuar con el nivel de vida que tenía.

Si hacemos referencia a los seguros de vida, es importante entender que la muerte no es un riesgo, definido como evento fortuito que puede resultar en una pérdida económica, sino más bien una certeza. Lo que apunta a cubrir el seguro de vida es la muerte prematura, aquella que ocurre cuando

todavía el asegurado no ha cumplido sus metas financieras, aquella que ocurre antes de las expectativas de vida. Tanto el seguro de vida como el seguro de salud, sirven para garantizar el cumplimiento de las metas financieras pase lo que pase (una enfermedad, un accidente).

Estos tipos de seguros son, en definitiva, una forma de ahorro. Normalmente, la forma que utilizan las familias para lograr sus metas económicas es ahorrar dinero, es decir, gastar menos de lo que ganan, para luego invertirlo y que esos ahorros crezcan hasta que sean suficientes como para financiar o adquirir su objetivo. Ahora bien, el hecho es que **tanto las inversiones como los seguros son un destino del dinero que la familia ahorró.** En la mayoría de los casos, cuando consultamos a las personas por qué motivo no están aseguradas, la respuesta mayoritaria tiene que ver con la carencia del dinero suficiente para hacerlo, ello se debe a que su prioridad tiene que ver con ahorrar para determinado fin. Pero es importante considerar que un seguro es para respaldar esa prioridad que tiene establecida y que pueda llegar a cumplirla.

La problemática del infraseguro

Cuando hablamos de la importancia de estar bien asegurado no hacemos referencia solamente al hecho de contar con la cobertura de los bienes que queremos asegurar, sino también debemos prestar especial importancia al valor de esos bienes y la cobertura que contratamos.

El infraseguro tiene lugar cuando el valor del objeto asegurado en la póliza es inferior al que el bien realmente tiene. Si bien en la mayoría de los casos esta práctica se utiliza con el fin de abonar un monto menor en concepto de prima por el seguro, lo cierto es que **el problema aparece cuando ocurre el siniestro.** En ese momento, la compañía de seguros evalúa el monto a abonar y **lo que termina ocurriendo es que el valor de la indemnización resulta insuficiente para la reparación o reposición del bien asegurado.** Esto mismo suele ocurrir con aquellas pólizas que no mantienen a lo largo del tiempo una actualización de



INTERNACIONAL

ÍNDICE DEL MERCADO DE SEGUROS GLOBALES DE MARSH Q1 2023

Informe elaborado por

Marsh McLennan

Tendencia al alza en los precios de seguros cibernéticos en Latam

Según el Índice del Mercado de Seguros Globales publicado por Marsh, los precios de los seguros comerciales en América Latina aumentaron un 8% en el primer trimestre de 2023. En Argentina, el mercado se mantiene estable, con algunos aumentos en primas y baja capacidad de reaseguros por restricciones.

Los precios de los seguros comerciales en América Latina aumentaron un 8% en el primer trimestre de 2023, contra el 7% del cuarto trimestre de 2022, es decir tres puntos adicionales del 4% registrado a nivel global, según el Índice del Mercado de Seguros Globales publicado recientemente por Marsh, el corredor de seguros y asesor de riesgos líder en el mundo y una empresa de Marsh McLennan. Vale la pena destacar que este primer trimestre de 2023 marca el vigésimo segundo trimestre consecutivo de aumentos de precios.

En Argentina, el mercado se mantiene estable, con algunos aumentos en primas. Los reaseguros se presentan con baja capacidad y restricciones en riesgos de alto impacto. «A esta situación, se suman los problemas para exportar primas a reaseguradoras debido a la situación macroeconómica, lo que magnifica la falta de apetito de los reaseguradores de hacer negocios en Argentina», explica Sergio Aboy, director de Placement de Marsh McLennan.

Análisis de Argentina

Property

Capacidad limitada, con un importante aumento de prima cuando se necesita colocaciones facultativas. Para mantener el precio, se debe tener colocaciones en compañías locales con pólizas en la que el riesgo se comparta entre varias compañías. Otra situación que enfrentemos es la necesidad de referir a las autoridades de UW regional/globalmente en aseguradoras internacionales, lo que dificulta el proceso de cotización. **Para riesgos nobles hay capacidad local suficiente no así para los riesgos pesados.**

Casualty

No hay complicaciones para la colocación de Responsabilidad Civil, con diferentes ofertas del Mercado y precios estables. Oferta limitada para riesgos de alto impacto, como ser energía / petroquímicas / electricidad. Para la industria energética y debido al bajo volumen de prima, algunas aseguradoras mudan su portfolio a sus oficinas en el Reino Unido (Chubb/Zurich).

Responsabilidad Financiera y Profesional

Tenemos un pequeño mercado con apetito para soluciones Finpro. Estable en cuanto a precio y condiciones para D&O de empresas locales pequeñas/medianas; pero muy complicado cuando la empresa cotiza en bolsa en USA, sin mercado local, necesidad de colocación facultativa y dificultad para cumplimentar todas las capas. **Baja cantidad de participantes en Errores y Omisiones, Integral Bancaria, y Cyber;** principalmente en Cyber, sin oferta de productos de acuerdo a los requerimientos del cliente.

Entre los **hallazgos más relevantes para la región** encontramos:

- **El precio del seguro de daños de propiedad aumentó un 8%**, en comparación con el 6% del trimestre anterior; fue el decimoctavo trimestre consecutivo de aumento.



- Las coberturas de huelgas, disturbios y conmoción civil (SRCC), continuaron siendo un desafío debido a la incertidumbre política en la región, particularmente en Brasil, Colombia y Perú. Esto ha llevado a cierta dependencia local del mercado internacional.

- **Los precios de los seguros de responsabilidad civil aumentaron un 10% en el primer trimestre**, en comparación con el 8% del trimestre anterior.

- El mercado local ha 'alcanzado' a los precios de las aseguradoras internacionales; como resultado, las aseguradoras locales desplegaron más capacidad para riesgos menos complejos.

- **Los aumentos de precios de las líneas financieras y profesionales se moderaron significativamente, aumentando un 1%**, en comparación con el 8% del trimestre anterior.

- D&O y responsabilidad profesional continuaron viendo precios competitivos a medida que ingresaba nueva capacidad al mercado.

- Las empresas estatales experimentaron aumentos de precios debido al riesgo percibido y al historial de reclamos.

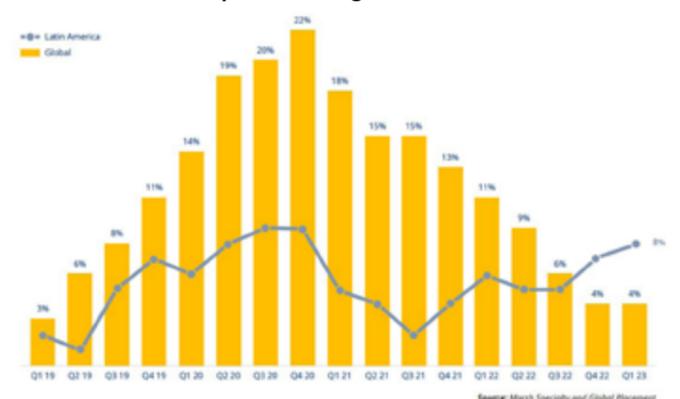
- **Los precios de los seguros cibernéticos aumentaron un 15% en el primer trimestre**, en comparación con el 33% del trimestre anterior.

- El mercado cibernético de Latinoamérica se ha vuelto más competitivo, con aseguradoras generalmente dispuestas a desplegar capacidad para la mayoría de las industrias.
- El nivel de ciberataques en la región seguirá siendo un factor importante en el apetito del mercado.

Al comentar sobre el informe, **Ernesto Díaz, Líder de Placement para Marsh Latinoamérica**, dijo: «Es un gusto ver las tendencias favorables para nuestros clientes en D&O y de riesgo cibernético, pero la continua actividad de pérdidas en las líneas de daños a la propiedad y un aumento en el costo del reaseguro y capital, combinado con la escasez en ciertas líneas, significa que los clientes continúan enfrentando desafiantes condiciones del mercado».

«Para ayudar a nuestros clientes a abordar estos problemas, continuamos explorando formas de llevar nueva capacidad a las líneas donde más se necesita, además de examinar soluciones de transferencia de no tradicionales.»

Cambio de precios de seguros en Latinoamérica



ADIRA pone el eje en la necesidad de contar con un seguro agrícola integral



En un contexto de sequía histórica para el campo argentino, la entidad de las aseguradoras del interior hace gestiones para lograr una nueva legislación que proteja a los productores ante eventos climáticos graves.

En un contexto donde se registra una sequía histórica en nuestro país, el sector asegurador vuelve a poner el eje en un tema central para paliar los efectos negativos de este tipo de coyuntura. Se trata del **seguro agrícola integral, una herramienta que puede ser de gran utilidad para el sector agropecuario de Argentina** pero que requiere del compromiso de distintos actores, en un trabajo que debe realizarse en forma conjunta entre el sector público y privado. Justamente en este 2023 ya hay dos acciones que son importantes en este sentido, la primera por el lado del sector privado, la inclusión de este tema en el **Plan Federal 2023-2030 que desarrolló el Concejo Agroindustrial Argentino**, y por el otro, a nivel público, la **media sanción en el Senado de la provincia de Santa Fe al proyecto de Sistema Integral de Riesgo Agropecuario**. Pero el trabajo debe ser a nivel país.

En este sentido, desde **ADIRA (Aseguradoras del Interior de la República Argentina)** se está trabajando en distintas acciones para poner sobre la mesa la necesidad de **llevar adelante este tipo de seguro de riesgos múltiples** para que sea un instrumento de protección del sistema agropecuario nacional que es el motor de la economía del país. Porque cada vez que el campo tiene una dificultad sería, como en este caso la sequía, las consecuencias en las cadenas de pago son graves.

El **Director Ejecutivo de ADIRA, Julián García**, analiza que «la realidad actual de la sequía nos ha puesto sobre la mesa un tema que venimos postergando y donde todos los actores tienen una cuota de responsabilidad. Para nuestra cámara, que está en el interior del país donde el seguro agropecuario es clave, este tema es central porque hoy vemos como la sequía afecta a los productores y eso evidentemente tiene una serie de consecuencias en la cadena de pagos. Además, pone de relieve la necesidad de contar con un seguro de riesgo agropecuario que es una asignatura pendiente en nuestro país».

El desafío es a mediano y largo plazo porque se requiere de un compromiso real de todos los actores. El **directivo de ADIRA** explica que «estamos haciendo acciones focalizadas con algunas provincias donde se puede generar esta relación público - privada donde además intervienen los productores. Pero lo que necesitamos es que sea abarcativo en volumen, que sea obligatorio y que cuente con un subsidio del Estado. Debe comprenderse que a su vez tiene una serie de beneficios complementarios». Se refiere a que el Estado no deberá seguir declarando zona de desastre cada vez que hay un evento climático, por lo tanto no deberán condonar impuestos o dar facilidades crediticias.



La media sanción en Santa Fe

Santa Fe podría estar en una situación diferencial si continúa avanzando la nueva legislación que contempla este tema y que ya tiene media sanción en el Senado. Los cinco puntos centrales de esta ley son:

- **Contemplar los modelos productivos actuales.** Beneficiar a todos los productores agropecuarios, tanto a los que producen en tierras propias como arrendadas.
- **Contemplar acciones de prevención de riesgos** (previo al evento) y de **recomposición del capital de trabajo afectado** (durante y posterior a la emergencia).
- **Desarrollar coberturas y fomentar el uso de seguros agropecuarios mediante subsidio de primas.**
- **Asistencia financiera y/o económica para la prevención y recomposición de daños** a través de Agencias y Asociaciones para el Desarrollo.
- **Constitución de un Fondo Provincial para abordar la gestión integral de los riesgos** (40% del inmobiliario rural luego de la coparticipación a myc y otros aportes).

ADIRA participó además de un encuentro en la **Comisión de Asuntos Constitucionales y Legislación General de la Cámara de Diputados** para trabajar sobre este nuevo sistema de gestión integral de riesgos que propicia el Ministerio de la Producción de Santa Fe. Por lo cual, desde **ADIRA** se garantiza el seguimiento de estas gestiones tanto para esta provincia como para todo el país, para poder avanzar en un tema de relevancia para el campo argentino.

Breves de Informe

Finalizó el Programa de Entrenamiento en Vida y Retiro para PAS del Grupo Sancor Seguros



Continuando con la premisa de acompañar al Productor Asesor de Seguros en el camino de la capacitación, la semana pasada el **Grupo Sancor Seguros completó el programa de Entrenamiento en Comercialización de Seguros de Vida y Retiro** destinado a su cuerpo de ventas.

En esta oportunidad, se **capacitaron más de 80 Productores y referentes en la comercialización de Seguros de Vida y Retiro**, de la mano de los coach **Nicolás, Iván y Tomás de Olazábal** (directores de **SellingPointLA**).

El programa se dividió en cuatro módulos que consistieron en una clase virtual por cada uno de ellos y material de trabajo complementario.

La propuesta estuvo orientada a entrenar a los participantes en el armado de las bases de prospectos, preparación y ejecución de las entrevistas, y el cierre de la contratación del seguro.

A lo largo del programa se fueron realizando interacciones con los participantes, compartiendo puntos de vista, experiencias y casos de éxitos.

Por último y de acuerdo a los resultados recibidos, se destacó la valoración positiva de los participantes, ya que **se logró fortalecer sus conocimientos, técnicas y habilidades necesarias para desarrollar la venta de los productos de Vida y Retiro** tanto en sus carteras de clientes actuales como potenciales, de una manera simple y práctica.

Proyectos Renovables: Nueva oportunidad de «SALIDA» para el Mercado Afianzador Argentino



Escribió **Mariano Nimo, Gerente General de Afianzadora**.

Se alza un nuevo puente de salida para los numerosos **proyectos de energías renovables** que han quedado inconclusos de las rondas **RenovAr 2 y 3**, y que se encuentran garantizados en su gran mayoría por seguros de caución. Con la intención de recuperar capacidad de transporte de los proyectos que no se realizaron, la **Secretaría de Energía habilitó un nuevo mecanismo de salida que se cuantifica en una penalidad de USD 35.000 por MW contratado en las licitaciones**.

Hace un año y medio atrás el gobierno habilitó un mecanismo similar, el cual tuvo una acogida muy importante y donde la penalidad cobrada era del 50% (USD 17.500 por MW) de la actual. En la actualidad, quedan algo más de 1.000 MW incumplidos, en 90 proyectos que no se concretaron en tiempo y forma. **El mercado afianzador argentino tiene, en este momento, aproximadamente USD 200.000.000 en exposición**, dado que la protección en póliza es de USD 250.000 por cada MW contratado, suma muy por encima de la salida propuesta por la administración de turno (USD 35.000 por MW).

Nos encontramos ante una **gran oportunidad para el mercado**, para que los tomadores adhieran a este nuevo plan de facilidades y puedan **liberar las garantías aún a riesgo en proyectos incumplidos**. **Afianzadora fue protagonista en este negocio verde, otorgando garantías a 76 proyectos con sumas aseguradas por más de USD 200 millones**. De esta cantidad, solo quedaron 4 (cuatro) inconclusos, los cuales adhirieron al plan de regularización otorgado por el gobierno en diciembre de 2021, quedando sin exposición alguna en este pujante, pero inconcluso segmento de energías renovables.

#CulturaAfianzadora

Fuente: Afianzadora - Seguros de Caución <https://www.afianzadora.com.ar/>

Zurich inaugura una nueva oficina de representación en Río Negro

Como parte de su estrategia de crecimiento y acompañamiento a la red de productores asesores de seguros acreditados en la compañía, **Zurich**, compañía líder de seguros en la Argentina, **anuncia la apertura de una nueva oficina de representación en Villa Regina, Río Negro**, a cargo de **Mauricio Tinti, miembro de Faustino Laffitte Seguros**. La misma se ubica en la calle **Cipolletti 155** y cuenta con un equipo de profesionales independientes alineados a la propuesta de **Zurich** para acercar **soluciones de seguros** a sus clientes, y capacitados para asesorarlos sobre cómo proteger a su familia y objetivos personales, su hogar, auto, negocio y dispositivos electrónicos, entre otros, ofreciendo soluciones que se adaptan a las necesidades puntuales de cada persona.



«Estamos muy contentos de que se inaugure la 32ª oficina de representación en Villa Regina, Río Negro, que reafirma nuestra presencia en todo el país, para poder estar cerca de nuestros clientes en una región estratégica», destacó **Dario Smaldone, Head of Independent Agents GI de Zurich Argentina**.

Zurich cuenta con más de 30 oficinas de representación comercial en todo el territorio, que se suman a las 10 propias de Bahía Blanca, Córdoba, La Plata, Mar del Plata, Mendoza, Neuquén, Posadas, Rosario, Salta y San Miguel de Tucumán.

Mauricio Tinti Seguros cuenta con un horario de atención de lunes a viernes, de 8:30 a 12:30 h y de 15:30 a 19:30 h, a través de los teléfonos (0299) 15 401 4919 y (0299) 15 420 3842 o bien por correo electrónico a mauriciojinti@gmail.com o yvguglemin@gmail.com

Manu y La Peque, protagonistas de la nueva campaña de marca de La Segunda Seguros



Como parte de su proceso de rebranding, la **aseguradora rosarina estrenó un spot publicitario con dos grandes del deporte**.

La Segunda Seguros está de estreno. Tras varios meses de trabajo, **presentó la nueva campaña** que fue desarrollada por el equipo creativo de la agencia **Young and Rubicam (VLMY&R)**. A la ya reconocida participación de **Manu Ginóbili**, que desde hace once años acompaña a la empresa como embajador, se sumó una nueva imagen: **Paula 'La Peque' Pareto**.

El **Gerente de Marketing y Comunicación de La Segunda Seguros, José Novo**, destacó que eligieron a ambos referentes del deporte ya que «**representan los valores de la compañía**», y a su vez expresan el mensaje principal de la campaña, «**seguro podés**», ya que demuestran que **con compromiso, dedicación y esfuerzo, es posible alcanzar los sueños y llegar lejos**.

Por su parte, el **director creativo de la agencia, Fernando Tchechenistky**, señaló: «**El desafío era buscar un punto en común entre Manu, la Peque y La Segunda, y así llegamos al concepto de puntos de vista**. Ellos, con perspectivas distintas, eligen la misma empresa, que ofrece seguros a la medida de lo que necesitan».

La experiencia de hacer este comercial fue muy interesante para el equipo que **viajó a San Antonio, en el corazón de Texas, para hacer las grabaciones**. En esa ciudad de Estados Unidos reside Manu y fue donde la productora audiovisual del proyecto, **Virgen Films**, estableció las locaciones.

Tchechenistky contó que «**la experiencia fue un placer, ambos sorprendieron con su ductilidad para actuar y se divertieron en el rodaje**. Fueron las estrellas de la campaña pero se destacaron por su humildad. Todo fluyó y creo que esa conexión se siente en la pieza». Para ver ese resultado ya no habrá que esperar, porque **la publicidad puede verse en todos los medios del país y redes sociales de La Segunda Seguros**. Ver Spot: <https://www.youtube.com/watch?v=mlkxllwvdHY>

Una marca que evoluciona

El nuevo comercial llega tras el proceso de rebranding de **La Segunda**, un trabajo que llevó varios meses de investigación y desarrollo que estuvo realizado por la consultora **Shakespeare Works**, la agencia **VLMY&R**, la agencia de medios **Coco**, junto al equipo de Marketing y Comunicación de la empresa.

La Segunda Seguros está pronta a cumplir 90 años en el sector asegurador y con su **imagen renovada, más clara y cercana**, continúa creciendo en el mercado, con los ejes en la innovación y la sostenibilidad.

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

Capacitación de La Perseverancia Seguros: Aplicar el Marketing para lograr una comunicación eficaz



Continuando con el Programa de Formación en Seguros, la nueva capacitación tendrá lugar el 16 de mayo, en la que los participantes podrán aprender sobre la aplicación del marketing en la planificación estratégica de ventas.

El curso de Herramientas de Marketing para una Comunicación Eficaz, se enmarca en el Programa de Formación en Seguros, y se llevará a cabo el próximo martes 16 de mayo a las 18 horas, vía zoom.

La iniciativa forma parte del programa de capacitaciones gratuitas y online que La Perseverancia Seguros, compañía líder con más de 117 años de trayectoria, junto al Instituto Universitario de la Asociación Cristiana de Jóvenes, están llevando a cabo desde el año pasado. La capacitación cuenta con certificación universitaria, y estará a cargo de los disertantes Tomás e Iván de Olazábal, especialistas en capacitación de Productores Asesores de Seguros.

Los temas que se tratarán en el curso son: herramientas de comunicación eficaz, indagación y búsqueda de necesidades, y argumentaciones y objeciones en las presentaciones de ventas. Además, los disertantes presentarán una guía de indagación de necesidades.

Para participar de la capacitación, es necesario inscribirse completando el formulario de inscripción, al cual se accede mediante este link.

De esta forma, La Perseverancia Seguros continúa involucrándose en el desarrollo de su comunidad con el dictado de estas capacitaciones gratuitas, y apostando a la innovación y la tecnología.

Línea de leasing para cajeros automáticos no bancarios



La presidenta de Provincia Leasing, Valeria Dallera, y el CEO de Link, Diego Juárez, firmaron un acuerdo que impulsa una línea de leasing para la adquisición de cajeros automáticos no bancarios 'Cajero Express', lo que implicará beneficios tanto para los negocios con manejo de efectivo como para la población en su conjunto, que dispondrá de nuevas terminales de cajeros automáticos en todo del país, con foco en la provincia de Buenos Aires.

En el evento también estuvieron presentes el presidente de Provincia Servicios Financieros, Ariel Lieutier; Alejandro Formento, director de Banco Provincia; Mateo Piccolo, gerente general de Provincia Leasing; Lucila Quiroga, subgerente general de Provincia Leasing; y Marcos Ordóñez, apoderado de Link.

El acuerdo prevé la colaboración entre ambas empresas para ofrecer la posibilidad de comprar cajeros automáticos financiados mediante leasing. De este modo, cualquier negocio con manejo de efectivo puede instalar un cajero automático en su local a través de una financiación en pesos del 100% del bien incluida la instalación, y con acceso, asimismo, a capacitación y soporte para la explotación del cajero.

Estos comercios pueden ser estaciones de servicio, locales de cobranzas, droguerías, supermercados o mutuales, entre otros. El principal beneficio para el comercio será evitar el costo del traslado de efectivo a una sucursal bancaria. Además, las y los clientes de ese comercio y habitantes de la zona, podrán disponer de un nuevo punto de extracción de efectivo, con mayor cercanía y comodidad.

«Para Provincia Leasing, significa ampliar y diversificar nuestras líneas de leasing. Al mismo tiempo, se potenciarán las proyecciones comerciales a través de acciones concretas con clientes del Banco Provincia y con sus más de 400 sucursales, y contribuirá, además, a la inclusión financiera», señaló Dallera. En la misma línea, resaltó: «Desde Provincia Leasing ponemos la innovación al servicio del desarrollo de herramientas de financiación con beneficios económicos y sociales, dado que es la primera vez que se destina el leasing para la adquisición de cajeros».

Por su parte, el CEO de Link Diego Juárez expresó: «Cajero Express sigue creciendo en todo el país. Con más de 800 cajeros automáticos instalados es la 3ª red en Argentina, y la 1ª red de Cajeros no bancarios. Su éxito se debe a que brinda una solución integral para el manejo de efectivo en los comercios y, a su vez, genera nuevos ingresos para quien lo adquiere». En sintonía, agregó: «Las más de 30 millones de transacciones anuales y su constante crecimiento, ponen en evidencia la buena recepción que tiene Cajero Express entre los usuarios. El financiamiento de Provincia Leasing brindará una oportunidad única para que nuevos comercios puedan sumarse a este servicio y aprovechar todos sus beneficios».

Cajero Express ofrece al usuario una amplia variedad de operaciones, como retiro de efectivo, consulta de saldo y movimientos de cuenta, transferencias, depósitos y pago de servicios, entre otras. Además, permite al comercio incrementar su caudal de clientes a partir del mayor flujo de visitantes que generan los cajeros.

Breves de Informe

Zurich invita a proteger a las mascotas con un seguro hecho a su medida

Las mascotas son un integrante más de todas las familias. Una parte importante en la vida de las personas. Es por eso que Zurich, la compañía líder de seguros en Argentina, en el marco del Día del Animal, destaca su beneficio para el cuidado de las mascotas dentro de su Seguro de Hogar: una solución de protección que combina coberturas de seguro y asistencias veterinarias que facilita a los dueños el cuidado integral de sus mascotas, en tanto brinda también la mejor protección para su hogar.

Desde Zurich, quienes contraten el adicional de mascotas en su póliza de hogar contarán con la cobertura más completa para su mascota junto a una asistencia única en el mercado que comprende: consultas veterinarias por urgencias, control de tratamientos, intervenciones quirúrgicas y partos, estudios en casos de enfermedad e internaciones post operaciones quirúrgicas.

«Cerca del 80% de los hogares argentinos tienen al menos una mascota. Es por eso que, en línea con nuestra visión centrada en las personas y nuestros clientes, desarrollamos este servicio que brinda una respuesta concreta a esta necesidad de protección», detalló Mauro Zoladz, Head of customer proposition de Zurich Argentina. «Este adicional permitirá a dueños de perros y gatos contar con el respaldo de Zurich tanto en momentos de eventos no deseados, como también para brindar un bienestar integral a estos otros integrantes familiares», cerró el ejecutivo.

El producto Seguro de Hogar y la cobertura adicional de mascotas con los nuevos servicios de asistencia pueden contratarse a través de Productores Asesores de Seguros de su red comercial, aliados estratégicos, ingresando a la web <https://mascotas.zurich.ar.onmtc.com/landingpage> o telefónicamente al 0800 333 9874.

Cursos Gratuitos de Provincia ART para Mayo 2023



Provincia ART, la aseguradora de riesgos de Grupo Provincia, confirmó su cronograma de capacitaciones para el quinto mes del año, en el que celebra el Día Internacional de los Trabajadores y las Trabajadoras.

La oferta de mayo presenta formaciones destacadas como «Prevención del Mosquito, Dengue, Zika y Chikunguña», el lunes 8 de 14 a 15 horas; «Seguridad Vial: tu rol en la vía pública», el viernes 19 de 10 a 11:30; y «Uso de Elementos de Protección Personal», el martes 30 en el mismo horario.

El calendario incluye también, en materia de Prevención Primaria, cursos de «Metodología 5S: orden y limpieza», el jueves 11; «Reanimación Cardiopulmonar», el martes 16; y «Primeros Auxilios», el jueves 18; siempre de 10 a 11:30.

Además, continúa el ciclo de capacitaciones para Pymes con encuentros de 11 a 12.30 sobre «Documentación de Prevención FRE+RGR+RAR», el miércoles 10; «Documentación de Construcción: Aviso de Obra y Programas de Seguridad», el viernes 12; y «RAR + Res. 811/19: Criterios de exposición y carga web de formularios», el lunes 22.

Por otro lado, el martes 9, de 10 a 12 horas, hubo una formación especial para profesionales de higiene y seguridad sobre «Tips para dar una charla de seguridad en 10 minutos».

Cabe destacar que, durante 2022, Provincia ART capacitó a más de 97 mil personas trabajadoras, en 41 mil cursos de 76 temáticas diferentes.

Para saber más

Para consultar el cronograma, pedir más información e inscribirse, los interesados pueden visitar la sección Programa de Capacitaciones del sitio web de Provincia ART o escribir a: capacitaciones@provar.com.ar. Otras vías de comunicación son el 0-800-333-1278, de lunes a viernes, de 8 a 20 horas; [Facebook/provinciart](https://facebook.com/provinciart) y [LinkedIn/company/provinciart](https://linkedin.com/company/provinciart).

Provincia Seguros participó de una nueva edición del Forbes Insurance Summit



Hernán Quintana, Gerente General de Provincia Seguros, participó del panel «Demanda de Seguros patrimoniales en el contexto de la post pandemia». En el mismo, se conversó acerca de algunos de los cambios que se produjeron en la industria a partir de la pandemia tales como cambio de hábitos en el consumo, atención a clientes y clientes e innovaciones tecnológicas.

Durante su participación, Quintana trazó los ejes centrales sobre los que trabajó todo el equipo de Provincia Seguros y destacó los avances en la transformación digital y la oferta multicanal de contactos con clientes, proveedoras y productoras con el fin de fomentar la autogestión y adaptar los productos a las necesidades del mercado.

Además, destacó el trabajo conjunto con las y los productores de seguros: «El trabajo de las y los productores fue evolucionando y ya no solo es importante en la venta sino también en la postventa. Tanto en la gestión como liquidación de siniestros», afirmó.

En línea con las modificaciones y conductas que impuso la pandemia, Quintana se refirió a cómo Provincia Seguros readaptó su estrategia para prevenir ciberdelitos contra la propiedad, migrando la cobertura de una protección contra robos físicos a medios electrónicos.

A través de Hernán Quintana, Provincia Seguros reafirmó la estrategia y el compromiso con las políticas productivas y sociales llevadas adelante por el Gobierno de la Provincia de Buenos Aires y el Grupo Provincia.

Abre la inscripción para Mujeres en Negocios: Programa de formación para que más mujeres puedan construir empresas propias en la industria del seguro



El programa fue desarrollado por Elbinger e Innovate con el apoyo de Zurich Argentina, es abierto, gratuito y con cupos limitados. En esta segunda edición, se abordarán temas esenciales para el desarrollo y liderazgo de un negocio, a cargo de capacitadores especializados en cada área.

Vuelve Mujeres en Negocios, la segunda edición del programa de formación abierto y gratuito, con perspectiva de género, desarrollado por Elbinger e INNOVATE Broker con el apoyo de Zurich Argentina. El objetivo del programa es motivar, impulsar y brindar herramientas para aquellas mujeres con perfil comercial y/o de liderazgo que quieran desarrollar un negocio en el ámbito de los seguros. La inscripción al proceso de selección comienza el 11 de mayo hasta el 1º de junio y será a través del siguiente link. Los cupos son limitados.

«Cuando decidimos realizar un programa de esta índole, sabíamos que una sola edición no iba a ser suficiente. Para generar un cambio significativo en el liderazgo de las mujeres en la intermediación, el trabajo debe ser continuo y sostenerse en el tiempo. Poner en marcha esta segunda edición valida que el camino propuesto al desarrollar este programa fue el adecuado y nos convoca seguir trabajando para que el impacto de esta acción tenga cada vez mayor alcance», explicaron Marisol Elbinger, directora ejecutiva de Elbinger SA y Soledad Mastragostino, directora ejecutiva de INNOVATE.

En esta segunda edición, se abordarán temas esenciales para el desarrollo y liderazgo de un negocio a cargo de capacitadores especializados en cada área, como: introducción y desarrollo de negocio; mercado potencial; ciclo de ventas; productos; desarrollo de cartera; empresa unipersonal; marca personal; comunicación inclusiva; plan de negocio y autoliderazgo; entre otros.

«Por segundo año consecutivo, formamos parte del programa Mujeres en Negocios, ya que alianzas de este tipo están alineadas a nuestra mirada integral del negocio, donde no solo buscamos impulsar el progreso de la industria sino hacerlo de una manera diversa e inclusiva. A través de esta iniciativa, acompañamos el desarrollo y el potencial de las mujeres en todos los ámbitos para promover la igualdad de oportunidades», sostuvo Adriana Arias, Head of Communications & Sustainability en Zurich Argentina.

Las capacitaciones se dictarán en formato híbrido, es decir que las participantes podrán elegir asistir de manera presencial a las oficinas de Elbinger en Teniente General Perón 1558 7º piso, CABA, o bien de manera virtual.

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



PyMes en la mira de los *hackers*: riesgos cibernéticos, sociopolíticos y ESG, los que más preocupan según Marsh



- Los ciberataques son la mayor preocupación para las empresas nacionales y familiares, solo por detrás de la inestabilidad política.
- 31% tiene en la mira los riesgos asociados a ESG y clima extremo.
- Planes de sucesión y atracción de talento, críticos para el 50%.

Marsh, el líder mundial en consultoría de riesgos y corretaje de seguros, publicó recientemente el **Primer Estudio de Riesgos para Empresas Nacionales y Familiares Latinoamericanas 2023**, que recoge la opinión de 700 líderes empresariales de la región sobre los riesgos que más les preocupan y los que más les afectaron post-pandemia.

El estudio **revela los principales riesgos que amenazan a las pequeñas y medianas empresas (PyMes)**, un sector crítico para las economías latinoamericanas, ya que según la CEPAL, el 90% del tejido empresarial está compuesto por negocios nacionales o familiares, que dan empleo a cerca del 67% de los trabajadores, y aportan hasta un 70% del PIB.

Según los encuestados, los principales riesgos para sus negocios son:

1. Cambio del entorno sociopolítico (49%)
2. Ciberataques (43%)
3. Fenómenos meteorológicos extremos (35%)
4. Consecuencias continuas del COVID-19 (35%)
5. Riesgos ESG (31%)
6. Ataques terroristas (23%)



Con respecto a los ciberataques, es interesante ver cómo las empresas han identificado claramente la realidad actual, ya que se trata tanto de una amenaza externa como interna. De acuerdo con *Kaspersky Lab*, en 2022 el 25% de las pymes de Latinoamérica sufrieron un ataque cibernético y el 30% no cuenta con seguridad en sus equipos de trabajo.

Si bien muchas organizaciones cuentan con planes de continuidad del negocio y de recuperación ante desastres, el impacto que puede tener un ataque cibernético es subestimado en la mayoría de los casos, pudiendo alcanzar pérdidas de hasta 150.000 dólares en las PyMes y este impacto no se limita a la continuidad de la operación de una sola compañía o industria, sino que pueden poner en riesgo, incluso, los sistemas críticos o estratégicos de las naciones.

Otro de los riesgos que comienzan a preocupar a las pequeñas y medianas empresas, son los **riesgos asociados a fenómenos meteorológicos extremos y los relacionados con la no adopción de prácticas de ESG** las cuales empiezan a estar más presentes en las agendas de las PyMes, lo que representa un avance importante en el cambio de mentalidad de muchas compañías.

«La incorporación de ESG es cada vez más una fuente de ventaja competitiva para las organizaciones que lo hacen bien. La identificación de estos riesgos ayuda a comprender mejor el desempeño social, de medio ambiente y de gobernanza corporativa para tomar decisiones de inversión más informadas y obtener mejores resultados de gestión de riesgos», mencionó **Rodrigo Suárez, Líder de Riesgos ESG para Marsh Latinoamérica y El Caribe**.

En cuanto al activo más importante de una empresa, las personas, el 50% creen que su mayor riesgo es el relacionado con los planes de sucesión, y la retención y atracción de talento, (47%). Los riesgos de salud y seguridad industrial afectan al 44% de las PyMes, y los de bienestar y salud mental de la fuerza laboral a un 40%.

La consultora invita a las empresas a repensar su oferta de salud a sus empleados, mejorando las soluciones para una atención médica de calidad. «Esta demostrado que los empleadores que mitigan de manera proactiva los problemas de salud en sus organizaciones, con programas específicos de prevención, atención y cultura de seguridad y bienestar, incrementan su productividad y sostenibilidad a largo plazo», apuntó **Ricardo de Almeida, Director de Mercer Marsh Beneficios para Latinoamérica y El Caribe**.

Breves de Informe



«En Argentina, la situación económica y social, actual hace que la mayor preocupación de las Pymes esté dada por los posibles cambios y sus efectos en ese plano. Las Pymes son conscientes y saben sobre los posibles riesgos a los que se ven expuestas, pero en estas épocas de incertidumbre, su intención es salvaguardar sus activos y el personal, a los que considera fundamentales en su operación. El riesgo cibernético, por ejemplo, está latente y lo saben, pero por ahora no ocupa un lugar en sus agendas. La pandemia les enseñó a priorizar sus necesidades y a actuar en consecuencia», dice **Silvina Censi, Gerente de Comercial Marsh Argentina**.



¿Cómo sobrevivieron las pymes a la pandemia? 52% de los encuestados calificaron la inestabilidad financiera como el riesgo interno más preocupante, por ello la inflación, el aumento de costos, la recesión, los problemas prolongados en la cadenas de suministro y cambios regulatorios, son factores que afectaron de manera significativa a las PyMes tras la pandemia, lo que propició que más del 27% implementara un plan de mitigación de riesgos y continuidad de negocio, para estar mejor preparados ante nuevas eventualidades o crisis. Otro 25% dijo estar implementando planes de formación en riesgos hacia el interior de sus empresas.

La profesionalización de la gestión de riesgos en este segmento de empresas es todavía escasa. De ahí que el 58% de las decisiones relacionadas con riesgos recaiga en el fundador o Director General, y solo el 10% cuenta con la figura de un gerente de riesgos

«La clave para gestionar con éxito el panorama actual está en identificar claramente los riesgos a los que se expone el negocio, mapearlos en función de su probabilidad y capacidad de impacto, y gestionarlos de forma activa para minimizar las posibles pérdidas por ello, el seguro es una herramienta crítica para la financiación de éstos», apuntó **José Ramón Ojeda, Líder de Riesgos y Seguros para PyMes de Marsh Latinoamérica y El Caribe**. «Hoy es poco común que una Pyme no se ocupe de sus riesgos, al menos los más importantes, y que establezca la matriz de riesgos como una prioridad para definir su estrategia y operaciones. La razón de estos resultados es muy sencilla: la pandemia modificó el punto de mira y el foco de atención mayor hacia la gestión de riesgos», concluyó.

Boston Seguros recibió un aporte de capitales por \$2.200 millones de pesos



La Superintendencia de Seguros de la Nación aprobó la capitalización de \$2.200 millones de pesos, que le permite a la aseguradora avanzar en línea con su planificación: concretar sus proyectos, consolidar su presencia a nivel nacional y potenciar sus negocios para continuar creciendo.

A partir de este aporte, que ya fue integrado, **Boston Seguros impulsará la gestión y desarrollo comercial junto a los Productores Asesores de Seguros y Delegaciones**, aliados estratégicos en el modelo de negocios de la compañía.

Este nuevo paso reafirma el compromiso de Boston para potenciar sus negocios, combinando innovación con experiencia y generar un crecimiento sostenido en conjunto con toda su red comercial en el mercado asegurador.

CESVI Argentina se suma a FEMS



Nueva alianza para potenciar la igualdad de oportunidades en el sector asegurador. Las empresas que integran el Centro tienen un marcado avance en materia de género y diversidad. Con el objetivo de unir esfuerzos para promover la igualdad de oportunidades en el mercado asegurador, **CESVI ARGENTINA se sumó al Foro Ejecutivo de Mujeres en Seguros**.

«Como empresa miembro de **Pacto Global** estamos comprometidos con incluir en nuestras acciones, cultura y estrategia los diez principios que refieren a Derechos Humanos, Normas Laborales, Medio Ambiente y la Anti Corrupción. Esta adhesión a **FEMS** refleja nuestra motivación por trabajar en profundidad sobre la temática de género vinculada a promover oportunidades igualitarias e inclusivas, en alianza con nuestra estrategia de crecimiento sostenible, inclusivo y equitativo y aporte de valor en todos nuestros grupos de interés», comparte **Marcelo Aiello, Gerente General de CESVI ARGENTINA**.

Gabriela Barbeito, directora y co-fundadora de FEMS, se refirió a la importancia de esta alianza estratégica: «Para FEMS tiene un valor enorme poder sumar a **CESVI ARGENTINA** como aliada a la gestión que impulsamos de promover la igualdad de oportunidades en el sector, buscando que cada vez más mujeres logren asumir posiciones de liderazgo en las distintas empresas de la industria aseguradora».

María Laura Leguizamón, directora y co-fundadora de FEMS, destacó la importancia de las compañías socias que agrupa el único Centro de Experimentación y Seguridad Vial del país: «Teniendo en cuenta que las empresas que forman **CESVI ARGENTINA** tienen un significativo liderazgo en la temática de género, esta alianza refuerza la potencia de acercar al sector experiencia y buenas prácticas que motiven a otras a tomar un camino activo en la promoción de la igualdad de oportunidades».

Pilkington presenta su Sistema de Administración de Siniestros



El Sistema de Administración de Siniestros (SAS) consta de una plataforma tecnológica la cual se originó junto al área de Seguros de **Pilkington** en el año 2015 y desde entonces, se ha vuelto una herramienta fundamental para la gestión de siniestros y tareas administrativas, permitiendo ofrecer un servicio de calidad confiable. Este sistema sirve principalmente para **gestionar y dar seguimiento a los siniestros**, con la finalidad de obtener una solución ágil y disminuir los tiempos de reposición de cristales, siendo su principal beneficio la **automatización de la gestión de siniestros**.

SAS ofrece una amplia gama de funciones y herramientas para la gestión eficiente de los siniestros. A través de sus funcionalidades permite el monitoreo, la auditoría, el control y la centralización de datos, lo que aporta métricas valiosas para la toma de decisiones, así como la posibilidad de auditar y centralizar la gestión de los siniestros. Su finalidad es brindar a las compañías de seguros y sus asegurados un servicio de calidad que cumpla con sus expectativas.

Por otra parte, los usuarios pueden visualizar y descargar información relacionada con los siniestros tramitados en la **Red de Servicios Pilkington (RSP)**, incluyendo reportes, fotografías, elementos de auditoría, métricas, comprobantes de facturación y una lista de precios actualizada. A su vez, el sistema ofrece una medición detallada del tiempo empleado en cada etapa del proceso, lo que permite realizar un análisis más preciso y detectar oportunidades de mejora en el circuito.

Además de **Pilkington, el sistema SAS es utilizado por compañías de seguros** -quienes lo utilizan para obtener la devolución de la información de la reposición incluyendo no solo datos del siniestro sino también documentación respaldatoria y de facturación-, y **por los talleres de instalación que operan bajo la RSP** -quienes lo utilizan con la finalidad de tramitar siniestros de las aseguradoras con relación a la reposición de cristales-.

Es importante destacar que los talleres que completan los siniestros utilizan un precio preestablecido y pre acordado con la compañía aseguradora, lo que reduce la posibilidad de errores humanos o intentos de sobrefacturación. Además, los comprobantes de facturación son previamente auditados por AFIP gracias a la integración del sistema con este organismo, lo que garantiza la fiabilidad de la información ingresada por los instaladores. Desde sus inicios, el equipo de desarrolladores se ocupa de que el sistema SAS esté actualizado y funcionando de manera óptima para brindar la mejor experiencia de usuario posible, y constantemente buscan implementar nuevos desarrollos que satisfagan necesidades que van surgiendo.

Hoy en día el **sistema SAS únicamente está disponible para compañías y talleres que trabajen dentro de la Red de SERVICIOS Pilkington (RSP)**. Aquellos que no cuentan con el servicio deben ponerse en contacto con el área de Seguros de Pilkington para solicitar información de cómo entrar a la RSP para poder utilizar, aunque en un futuro se implementarán nuevas actualizaciones para facilitar la búsqueda y uso del sistema.



profile
profile

A FUEGO FUERTE

Cocina Emocional de Autor



estación. Se trata de un recorrido goloso, delicioso y entretenido que dura aproximadamente 3 horas, con técnicas vanguardistas y contemporáneas e ingredientes desconstruidos, dispuestos a sorprender al comensal, armonizados con vinos argentinos de bodegas como Catena, Luigi Bosca y Rutini, entre otros. Cada degustación está acompañada de la explicación de cada ingrediente y tipo de proceso que tuvo el producto antes de llegar al plato.



El enfoque culinario de **A Fuego Fuerte** va más allá de los ingredientes de alta calidad y de deleitar el paladar de sus visitantes, debido a que está acompañado por un personal altamente capacitado por el mismo **Julio Lunghi**, compuesto por cocineros, sommeliers, maîtres y camareros, que se encargan de brindar una atención sofisticada y personalizada, poniendo énfasis en hacer sentir al comensal «como en casa» desde el momento de su llegada. «Notás la distinción, el refinamiento y el buen recibir desde el momento cero en el que hacés la reserva», destacan desde **A Fuego Fuerte**. ➔

Concepto e historia

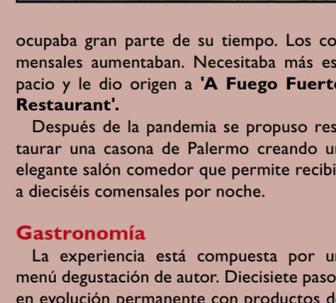
Escondido en el barrio de Palermo Soho, se encuentra «**A Fuego Fuerte**», el exclusivo restaurante creado por el Chef argentino **Julio César Lunghi Mazzieri**, quien volvió de Francia para crear su propio restaurant. Un *fine dining* de 17 pasos acompañados por una vajilla exclusiva diseñada por él y con detalles en las mesas que presentan cierta reminiscencia al estilo barroco francés, exclusivo para 16 comensales por noche, en una vieja casona porteña restaurada.

Julio Lunghi se formó en **École Ducasse** en París, y trabajó en varios restaurantes premiados por la guía Michelin, también es licenciado en marketing. Volvió a la Argentina en el año 2012 y empezó a cocinar en su casa. Ofrecía a sus comensales una mesa compartida. El objetivo era desencadenar sus emociones presentando una secuencia de platos únicos, con los que buscaba sorprenderlos. Cada receta ensamblaba ingredientes, enfoques y técnicas de elaboración diferentes.

Ahí comprendió la extraordinaria importancia del fuego, teorizada por el filósofo, antropólogo y etnólogo francés Lévi-Strauss, en el proceso evolutivo de la alimentación.

Lo que inicialmente parecía un juego esporádico, se transformó en una actividad que ocupaba gran parte de su tiempo. Los comensales aumentaban. Necesitaba más espacio y le dio origen a '**A Fuego Fuerte Restaurant**'.

Después de la pandemia se propuso restaurar una casona de Palermo creando un elegante salón comedor que permite recibir a dieciséis comensales por noche.



Gastronomía

La experiencia está compuesta por un menú degustación de autor. Diecisiete pasos en evolución permanente con productos de

La extraordinaria importancia del fuego



→ Una experiencia única

Los visitantes reservan un lugar. Son recibidos como si llegasen a una velada de amigos, donde **Julio** les da la bienvenida, con un sentido armónico, sereno y relajado. En un momento, cuando todos ya están ubicados, aparecen pequeños bocados, que terminan de armonizar el espumante de recepción.

Luego comienza una sucesión de degustaciones, que sorprenden, alegran, intrigan, llevando a los comensales en un camino de contrastes con todos los sentidos.

Cuando parecería que todo está por acabar, se produce un *impasse* y aparece la secuencia de los platos calientes. Notablemente, nunca irradian una temperatura de las que hay que dejar enfriar para continuar. El Chef explica que el exceso de calor quita el aroma y los sabores originales.

Con un humor único, refinado y recurrente, **Julio Lunghi** se desplaza entre los comensales durante cada paso para explicar el plato, reservándose siempre lo que sorprende. Ríe y conversa con sus visitantes y regresa a la cocina para la nueva salida.

Cada plato va acompañado de una música especial, que envuelve toda la experiencia para despertar todos los sentidos, y que no sea solo «ir a comer».

A Fuego Fuerte se distingue por ser un restaurante romántico, por eso cuando los



El restaurante **A Fuego Fuerte** está concebido como una singular experiencia gastronómica. Con una modalidad puertas a dentro, presenta un menú degustación de 17 pasos con técnicas vanguardistas y contemporáneas que buscan sorprender al comensal, diseñados por el Chef propietario **Julio Lunghi** y su equipo. El número de comensales es reducido, lo que convierte a la experiencia gastronómica en un encuentro sofisticado y placentero. La comida de autor tiene sabores sorpresivos, aunque guarda siempre la reminiscencia del origen italiano y francés.

visitantes anuncian en la reserva que festejan aniversario o cumpleaños, el restaurant se prepara para hacer de esa velada una noche especial, acompañado de detalles que quedarán en su recuerdo para siempre y que solo podrán vivir en **'A Fuego Fuerte'**.

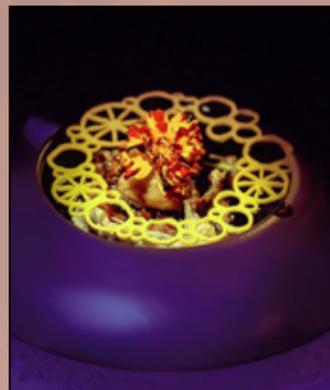
El final de la velada no lo marcan el Chef, ni los *Maitre*. **Son los visitantes quienes deciden cuándo es momento de marcharse.** «Filosofía del buen recibir», según nos dice **Julio**. Por eso mismo, él dice que no tiene clientes, sino invitados.

La propuesta funciona de miércoles a sábado, a las 21 horas, con una duración aproximada de 3 horas.

Menú

Estas son algunas de las propuestas del Menú degustación de 17 pasos de **A Fuego Fuerte**:

- Raíz de flor de loto, hoja de shiso, caju y ciruela.
- Langosta y espuma de leche de tigre.
- Ostras.
- Pez limón.
- Vieiras y caviar.
- Magret de canard.
- Llama y zanahoria.
- Globo de toronja.
- Sapote.
- Chocolate, coco y láminas de oro.
- Petit Four.
- Café Juan Valdez de Colombia. ☺



Elegí la ART más elegida.



Prevención ART

de SANCOR SEGUROS

Cuidando tu tiempo. Cuidando tu empresa.



TU TRANQUILIDAD CRECE.

www.galenoseguros.com.ar

informe

operadores de mercado



TU TRANQUILIDAD CRECE.

www.galenoseguros.com.ar

Lucas Gastón Benítez

Casado - 36 Años - 1 Hijo - Signo Capricornio (09-01-1987)

Jefe Departamento de Experiencia a Clientes en Swiss Medical Seguros



● **UN HOBBY**

Tocar el teclado

● **LA JUSTICIA**

Debe ser equitativa para todos

● **SU MAYOR VIRTUD**

La fidelidad

● **UN RIESGO NO CUBIERTO**

Billetera

● **LA SEGURIDAD**

Es esencial

● **AVIÓN O BARCO**

Avión

● **VESTIMENTA FORMAL O INFORMAL**

Casual

● **UN SER QUERIDO**

Mi hijo

● **ACTOR / ACTRIZ**

Julieta Díaz

● **UNA ASIGNATURA PENDIENTE**

Estudiar Inglés

● **NO PUEDO DEJAR DE TENER...**

Razón, ja

● **LA MUERTE**

Un misterio

● **SU RESTAURANTE FAVORITO PARA CENAR**

Carlitos

● **EL MATRIMONIO**

Juntos a la par

● **LE TENGO MIEDO A...**

Al mar

● **EL PASADO**

Aprendizaje

● **MI MODELO PREFERIDO ES**

Lionel Messi

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

Primer día de escuela

● **ME ARREPIENTO DE**

No haber empezado a estudiar de más joven

● **TENGO UN COMPROMISO CON...**

Mi familia

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

Falso

● **LA CORRUPCIÓN**

Irremediable

● **UN PERSONAJE HISTÓRICO**

El Chavo

● **EN COMIDAS PREFIERO...**

El asado

● **¿QUÉ COSA NO PERDONARÍA NUNCA?**

La traición

● **EL LUGAR DESEADO PARA VIAJAR**

Islas Maldivas

● **DIOS**

Amén

● **ESTAR ENAMORADO ES...**

Disfrutar cada segundo con la pareja

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

La confianza

● **UNA CANCIÓN**

Nuestro himno

● **ESCRITOR FAVORITO**

Gabriel García Márquez

● **LA MENTIRA MÁS GRANDE**

Copiarme en un examen

● **UN PROYECTO A FUTURO**

Recorrer Argentina

● **EN DEPORTES PREFIERO...**

El fútbol

● **PSICOANÁLISIS**

Propio

● **LA CULPA ES DE...**

Quien la tenga

● **UN MAESTRO**

Mi señor de 7^{mo} grado

● **LA MUJER IDEAL**

La mejor compañera

● **RED SOCIAL PREFERIDA**

LinkedIn

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

Padre Rico, Padre Pobre

● **MI MÚSICO PREFERIDO ES...**

Gustavo Cerati

● **UN FIN DE SEMANA EN...**

La playa

● **SU BEBIDA PREFERIDA**

Limonada

● **EL CLUB DE SUS AMORES**

Boca Juniors

● **EL PERFUME**

212

● **SI VOLVIERA A NACER, SERÍA**

Un ave

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

En un restaurante

● **MI PEOR DEFECTO ES**

Mi ansiedad

● **LA INFIDELIDAD**

Es la traición

● **LA INFLACIÓN**

Sin solución

● **EL FIN DEL MUNDO**

No lo creo

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

Pensar de más

● **PROGRAMA PREFERIDO DE TV / CABLE**

Fútbol

● **LA TRAICIÓN**

Es lo peor

● **EN TEATRO**

Comedia

● **UN SECRETO**

Es un secreto

● **EL DÓLAR**

Un lujo

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

Sus ojos

● **UNA CONFESIÓN**

En la secundaria cambié el tema en un examen de inglés para tener el mismo con mi compañero

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

Mejor película: «Argentina 1985»; Peor película: «Llaman a la puerta»

● **EL GRAN AUSENTE**

No aplica

● **EL AUTO DESEADO**

Rolls-Royce

● **NO PUEDO**

Mentir

● **MARKETING**

Mi carrera

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

Un viaje

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

Masajes

● **DE NO VIVIR EN ARGENTINA...**

¿QUÉ LUGAR DEL MUNDO ELEGIRÍA?

París

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

