



infor32e

operadores de mercado



Expertise e innovación en Caucción



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



AFIANZADORA
SEGUROS DE CAUCIÓN

Líderes en Seguros de Caucción.



CONOCENOS

Crédito y Caución apuesta al resurgimiento de la actividad a través de nuevos negocios

En un contexto de fuerte recesión económica, Crédito y Caución se focaliza en continuar activos en el mercado, mantener una cartera diversificada, conservar las relaciones a largo plazo, preservar su clima laboral y seguir mejorando la calidad de su atención. Al mismo tiempo, estar atentos a nuevas oportunidades, mejorar las coberturas ya existentes y desarrollar los productos que el mercado requiera. Las expectativas de la Compañía están puestas en la industria energética y minera, principalmente en recursos como el gas, el petróleo y el litio. Además, consideran que la industria automotriz representará gran movimiento en las garantías aduaneras y es probable que aumenten las importaciones, por ejemplo, en el agro.



Guerrero - Córdoba. «Nos encontramos muy esperanzados por lo que viene... creemos que el resurgimiento de la actividad a través de nuevos negocios está por darse. Esperamos oportunidades de crecimiento para la Compañía y para todos los colaboradores que la integran. En Crédito y Caución le damos gran importancia al valor de mantener a nuestro equipo en buen clima laboral y con posibilidades laborales que les permita alcanzar sus objetivos personales».

Gonzalo Córdoba y Sebastián Guerrero, Presidente y Vicepresidente de Crédito y Caución, reflexionan sobre los desafíos y las oportunidades del Seguro de Caución en Argentina. - **¿Cómo analizan el impacto de la macroeconomía en la actividad aseguradora y, en particular, en el negocio de Caución?**

- Nuestro país en los últimos dos años refleja una inflación mensual muy elevada. Este índice afecta la actividad económica en toda su cadena productiva y obviamente nuestro sector no es ajeno a esta situación. Además de este panorama, **Argentina transita una fuerte recesión que se ha reanudado desde principios de 2024**. La obra pública y las operaciones de comercio exterior han reducido radicalmente su volumen. **A partir de las PASO del 2023 se ralentizó la actividad económica en general**. Si bien la obra pública experimenta una gran disminución por la falta de fondos, no nos vemos afectados por este tipo de garantía ya que en nuestra cartera no es representativa.

Dado este contexto, **en Crédito y Caución contamos con una excelente gestión de cobranzas** gracias a los procedimientos que hemos implementado por medio de herramientas eficaces con el objetivo de perfeccionar y agilizar los procesos.

- **¿Cuáles son los desafíos y las oportunidades de Crédito y Caución en este escenario?**

- En los tiempos que corren el mayor desafío consiste en saber transitar de la mejor manera la coyuntura socio-económica con las nuevas medidas gubernamentales. Tras la aprobación de la Ley de Bases estamos expectantes a la implementación de las nuevas modificaciones en materia impositiva, tributaria, laboral y económica. **En este periodo es necesario exprimir al máximo nuestras capacidades** ->

R.A.S.A

REASEGURADORES ARGENTINOS S.A.

Haciendo historia en el reaseguro Argentino desde 1992.

EXPERIENCIA
SOLIDEZ Y
RESPALDO
CALIFICACIÓN
AA-

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

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

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

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

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



➔ y recursos para estar atentos a nuevas oportunidades, mejorar las coberturas ya existentes y desarrollar nuevos productos que el mercado requiera.

- ¿Cómo les ha afectado la reducción y/o paralización de la obra pública y «suministros públicos»? ¿Qué medidas ha tomado Crédito y Caución para minimizar o amortizar este impacto?

- En el mercado hay expectativa con la industria energética y minera, principalmente en determinados recursos como el gas, el petróleo y el litio. Con esta nueva gestión en el Ejecutivo pueden llegar a activarse negocios en infraestructura y seguramente acciones que impulsen el «crédito privado» para financiar proyectos con esquemas mixtos (público-privado).

En relación a la obra pública puntualmente, no resulta significativa en el total de nuestra cartera, pero nos caracterizamos por estar presentes especialmente en las obras públicas de relevancia a nivel nacional.

- ¿En qué líneas del negocio de Caución está poniendo el foco CyC para poder crecer? ¿Cuáles consideran que son las industrias o actividades que harán crecer los seguros de caución a corto y mediano plazo?

- Nuestras perspectivas están puestas en *continuar activos en el mercado, mantener una cartera diversificada,*

conservar las relaciones a largo plazo, preservar nuestro clima laboral y seguir mejorando la calidad de nuestra atención. Por otro lado, cuando reactiven las operaciones de importación y exportación, *la industria automotriz representará gran movimiento en las garantías aduaneras.* Asimismo, el Gobierno apunta a la libre comercialización en materia de comercio exterior. En este sentido, *es probable que aumenten las importaciones, por ejemplo, en el agro.* La demanda de los seguros de alquiler para vivienda creció consistentemente, cada vez hay mayor aceptación por parte del mercado inmobiliario a elegir este producto para sus contratos, dada la existencia de una demanda insatisfecha.

- ¿Cuál es la actualidad de los seguros para alquileres comerciales y particulares? ¿Cuál es la proyección para las Garantías Judiciales?

- La demanda de los seguros de alquiler para vivienda ha crecido consistentemente en estos años. *El mercado inmobiliario ha adoptado este producto a fin de simplificar y concretar operaciones que antes resultaban difíciles.* En Crédito y Caución contamos con el desarrollo de la automatización y perfeccionamiento del proceso de emisión de estas pólizas en particular a través de una web específica para esta garantía.

A partir de este gobierno, la liberación de las condiciones en los contratos provocó una mayor oferta de viviendas de

PROTAGONISTAS



alquiler, más necesidades, y en consecuencia una mayor demanda del seguro de caución de alquiler.

- Recientemente realizaron el rediseño de la web transaccional de la Compañía. ¿en qué consiste la modernización de CyC online y qué nuevas funcionalidades comprende?

- La modernización de la página web transaccional dirigida a los Productores Asesores de Seguros (PAS), Brokers y Clientes mantuvo la estructura e información, pero *se actualizaron los motores de búsqueda y lenguajes de la misma.* Asimismo, se agregaron diversas funcionalidades tales como, la consulta por número de orden del Broker, mayor información relativa al área de cobranzas y algunos puntos con información consolidada de la producción de cada PAS relativa a la operación y cobranza de los clientes. También se consolidó una mejora significativa en la visualización de la Cuenta Corriente de los PAS, la posibilidad de descargar reportes en Excel ➔

El seguro seguro, ahora más cerca.

Nueva App



www.segurometal.com



SEGUOMETAL
COOPERATIVA DE SEGUROS LTDA.



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

Primero lo que importa.



la segunda
SEGUROS

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



→ y gráficos, entre otras. **La renovación de los motores de búsqueda y los softs permiten que de manera on line se puedan realizar una mayor cantidad de consultas, sin necesidad de pedir información por mail a la empresa.** Solo es necesario ingresar el número de póliza o el nombre del cliente. De este modo, el PAS puede navegar por el PDF de la copia de póliza, o bien acceder a la factura asociada dado que en la pantalla se despliega los datos básicos de una póliza donde, entre otras cosas, se menciona si la misma continúa vigente o no.

Todos estos cambios han sido desarrollados con la idea y el objetivo de **contribuir con la mejor gestión de la Cartera de los PAS y Brokers de la Compañía mediante herramientas tecnológicas.**

- **¿Qué visión tienen de la digitalización en seguros de caución? ¿Qué significado tiene para la Compañía haber emitido la póliza 200 mil?**

- **La digitalización es una gran aliada del mercado** →



Innovación y Compromiso al servicio de nuestros Productores de Seguros



FEDERACION PATRONAL SEGUROS SA.

www.fedpat.com.ar



SSN | SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACION

www.argentina.gob.ar/ssn

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

Nº de inscripción SSN Rubro Ramos Generales 726

informe
operadores de mercado

Publicación especializada de aparición quincenal
AÑO 32 / Nº 767 - Julio 2024 - Edición 32º Aniversario

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.



INTÈGRITY
SEGUROS

Protegé
lo que más
valorás.



Encontranos en

f @ in | integrityseguros.com.ar

Nº de inscripción en SSN
720

Atención al asegurado
0800-666-8400

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

SSN | SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACION



» **de caución porque agilizó todos los procesos.** Es una herramienta indispensable para las distintas áreas y para el segmento *retail*, como son las garantías de alquiler de vivienda, porque puede utilizarse para asistir a los clientes en el proceso de la información y proporcionar respuestas rápidas. **En Crédito y Caución los procesos son 100% digitales.** El área de Cobranzas ha llevado a cabo un **Plan de Mejora Continua** basado en una mejor captación y almacenamiento de la información, estandarización de reportes que faciliten la toma de decisiones, implementación de estrategias de recupero más «a medida» de los clientes, centralización de imputaciones en pos de unificar criterios y reducir tiempos operativos y reevaluación de las funcionalidades y medios de pago disponibles en la web. **Esta gestión no es un tema menor dado que nos ubica entre las compañías con un menor ratio de morosidad del mercado.**



El resultado de las 200.000 pólizas emitidas también obedece a una cartera bien diversificada que, si bien sufrió cambios en estos once años de trayectoria de la empresa, a lo largo de estos años siempre se ha mantenido equilibrada. **Merecen una mención especial los PAS, los principales aliados de Crédito y Caución que acompañan día a día a la empresa.**

- **¿Qué lectura hacen de los primeros meses de gestión de la actual Superintendencia de Seguros de la Nación? ¿Qué posición tienen acerca de la supervisión y desregulación de la actividad?**
 - Las autoridades de la Superintendencia de Seguros de la Nación demostraron una mayor simplificación en los procesos, un diálogo abierto a fin de construir para nuestro mercado un mejor sistema que pueda elevar los estándares y con este norte lograr el crecimiento del sector. Se habla de que impulsarán cambios en materia de regulación de seguros. En esa línea, **en Crédito y Caución esperamos que las medidas potencien a la industria aseguradora, de modo que su accionar traccione el crecimiento del país y el desarrollo de nuestra actividad.**

- **¿Cuál es hoy la situación con el reaseguro? ¿Cómo fue la renovación de contratos para Crédito y Caución?**
 - **Crédito y Caución posee el respaldo de los principales reaseguradores internacionales** permitiendo a la compañía adquirir la solidez necesaria frente a posibles eventos desfavorables. Asimismo, también destaca la política de inversiones y calidad de los activos.

- **¿Qué proyección hacen para el Seguro de Caución y, en particular, para la Compañía en un horizonte no muy lejano?**
 - Finalmente, nos gustaría expresar nuestra expectativa de cara hacia el futuro. **Nos encontramos muy esperanzados por lo que viene**, si bien se demoró la llegada de esta primera etapa que vislumbramos, **creemos que el resurgimiento de la actividad a través de nuevos negocios está por darse.** Esperamos oportunidades de crecimiento para la Compañía y para todos los colaboradores que la integran. **En Crédito y Caución le damos gran importancia al valor de mantener a nuestro equipo en buen clima laboral y con posibilidades laborales que les permita alcanzar sus objetivos personales.** ☺



TENEMOS
**UN SEGURO
 PARA CADA NECESIDAD**



#ESTÁSSEGUROESTÁSTRANQUILO

SERVICIO DE ASISTENCIA AL ASEGURADO: La compañía de seguros dispone de un Servicio de Atención al Asegurado que atenderá las consultas y reclamos que presenten los tomadores de seguros, aseguradores, beneficiarios y/o derechohabientes. En caso de que el reclamo no haya sido resuelto o que haya sido denegado se acción o desestimado, total o parcialmente, podrá comunicarse con la Superintendencia de Seguros de la Nación por teléfono al 0800 666 8400, correo electrónico a denuncias@son.gov.ar o por formulario web. El servicio de Atención al Asegurado está integrado por: RESPONSABLE: (Raúl Normando) ARENO) SUPLENTE: (Sebastian Roberto Garcia Staranegger y Sergio Muñoz Corbi).

WWW.ORBISEGUROS.COM.AR



Nº de inscripción en SSN 0293 | Atención al asegurado 0800-666-8400 | Organismo de control www.argentina.gob.ar/ssn



LIBRA
 SEGUROS



Somos el seguro
 para que avances
 con actitud.



En **Libra Seguros** priorizamos siempre a las personas, avanzamos en soluciones y tenemos infinitas ideas a la hora de buscar respuestas. Por eso cuando pienses en seguros, pensá en **#ActitudLibra**.

Contactate con tu productor de seguros o llámanos al **0800 888 5427** o contactate por **libraseguros.com.ar**

Personalización, segmentación y omnicanalidad, claves del Marketing Digital de Seguros

Carla Pompey, Brand Manager de Experta Seguros; Luis Morera, Coordinador de Comunicación Corporativa de RUS; Marcelo Accame, Gerente Comercial y de Marketing de Colón Seguros; y Yanina Fandiño, Jefa de Marketing de Libra Seguros, dialogaron con nosotros acerca de las tendencias y desafíos del marketing digital en el mercado asegurador.

Escribe Lic. Anibal Cejas

El vertiginoso avance de la tecnología está reconfigurando por completo el panorama del marketing digital. La Inteligencia Artificial y la evolución constante de las redes sociales se erigen como los principales impulsores de esta transformación, obligando a las marcas a innovar constantemente para mantenerse relevantes.

Al respecto, **Carla Pompey, Brand Manager en Experta Seguros**, comentó: «Las principales tendencias se destacan por la incorporación de herramientas de Inteligencia Artificial, a través del uso de chatbots y análisis de datos, las acciones con influencers y colaboraciones con otras marcas que tengan los mismos valores y conciencia social.

Es prioridad incorporar las nuevas tendencias para llegar a las múltiples audiencias y a nuestros consumidores».

Seguidamente, **Marcelo Accame, Gerente Comercial y de Marketing de Colón Seguros**, afirmó: «Siempre estamos atentos a las nuevas tendencias de marketing digital con el fin de implementar la mejora continua de nuestros procesos y servicios.

Actualmente trabajamos con el uso de la Inteligencia Artificial y el Machine Learning, que nos permiten la personalización a gran escala, la automatización de los procesos y la optimización



de las campañas comerciales. Son mucho más asertivos en las estrategias y en la segmentación de la audiencia.

A su vez, el marketing de contenidos nos da la oportunidad de aumentar el reconocimiento de la marca con una oferta de contenidos variada y oportuna, aunado a tácticas como el 'branded content' y el Email Marketing.

Por último, no olvidemos el marketing conversacional impulsado por chatbots y otras tecnologías de IA, que se han convertido en una nueva vía para interactuar con los clientes y que seguramente

se irán perfeccionando. Hay otras tendencias muy interesantes como el marketing de realidad aumentada (AR) y la realidad virtual (VR). Muchas marcas, sobre todo aquellas relacionadas con la moda, lo utilizan para brindar experiencias memorables y únicas a sus clientes. Además, el voice marketing o búsqueda por voz, basado en los asistentes de voz como Alexa y Siri, se convertirán en una herramienta esencial para cualquier negocio».

La siguiente en tomar la palabra fue **Yanina Fandiño, Jefa de Marketing de Libra Seguros**, quien aportó: «Las redes sociales son una de las tendencias en alza, nuevos formatos, videos cortos, microinfluencers de nicho y herramientas de medición de resultados y métricas, es lo que se utiliza para hoy medir el público objetivo y estimar las audiencias a las cuales impactamos. Los contenidos deben ser de calidad, y de gran impacto. Hoy el usuario solo scrolllea y se detiene cuando algo realmente le llama la atención. Hay que estar alineado a esta nueva forma de comunicarnos.

Cuando se explica un producto/servicio, poder contar una historia entretenida, dinámica e interesante, además de contar con las herramientas de inteligencia artificial para facilitar esta transformación y transición a modelos mucho más productivos y predictivos como los chatbot, hacen la tarea del día a día ágil y eficiente».

Luis Morera, Coordinador de Comunicación Corporativa de RUS, fue el último en la ronda, y sobre el tema dijo: «Las tendencias del marketing han ido evolucionando a lo largo del tiempo y, con la implementación de las nuevas tecnologías, estos cambios son aún más rápidos. Las empresas prueban e implementan diferentes herramientas digitales, como bots, programas de Inteligencia Artificial (IA), soluciones tecnológicas brindadas por insurtechs, etc. Esto lo hacen en función de las necesidades del mercado y de los consumidores, por lo que a algunas herramientas las prueban y se quedan con ellas, y a otras las van descartando porque no cumplen con las necesidades requeridas.

Sea lo que sea que se implemente, lo importante es que sea práctico, eficiente y mejore la experiencia del cliente, simplificando, por ejemplo, los procesos de contratación. En ese sentido, la automatización de algunos procesos es bienvenida, pero nunca hay que dejar de lado la personalización y escucha permanente a las necesidades de cada persona».



Global Reinsurance Brokers

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

Buenos Aires Office

Manuela Saenz 323, Suite 517

Buenos Aires Plaza, Puerto Madero

C1107BPA, CABA, Argentina

Phone: +54 11 5217 9751

contact@americalre.com
www.americalre.com

INNOVACIÓN PARA ASEGURAR TUS VALORES.

Más de 95 años brindando respaldo, solidez y experiencia. Y el asesoramiento más conveniente a tu necesidad.



www.prudenciaseguros.com.ar » prudencia@prudenciaseguros.com.ar
Palacio Houlder, 25 de Mayo 489 6°, CABA » 0800-345-0085



Nº de inscripción en SSN
0040

Atención al asegurado
0800-666-8400

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





▲ Carla Pompey, Brand Manager en Experta Seguros

➔ Y agregó: «Si bien la IA se está teniendo en cuenta en varios procesos, se tendrá que ver si es realmente efectiva para mejorar la experiencia del cliente, quien es el que vivencia y califica todos estos procesos».

Plataformas

Los especialistas también identificaron algunas de las plataformas digitales y tecnologías que están ganando mayor relevancia en el sector.

Pompey contó: «En Experta Seguros se implementan todas las herramientas destinadas a conocer y acercarse a los distintos segmentos del mercado.

Es clave contar con la medición de métricas para luego canalizar las acciones en las distintas redes sociales como Instagram o TikTok, y diseñar campañas que garanticen la llegada a los consumidores con el adecuado lenguaje y la información más clara y precisa».

De acuerdo con su colega, Fandiño remarcó la posición fundamental que ocupan las redes sociales, y destacó: «Google y Meta son plataformas que nos permiten mejorar la efectividad de nuestros anuncios, garantizando el impacto y el rendimiento de las campañas de una manera mucho más personalizada con el usuario, por medio de distintas herramientas digitales».

Luego, Morera explicó: «Lo que el consumidor busca es tener acceso a la información del producto, conocer las condiciones y el precio en una misma pantalla, sin muchas vueltas.

Aquellos que tienen el hábito de comprar online quieren tener ahí mismo la posibilidad de contratación y, si a esto se le suma la posibilidad de un chat o WhatsApp para evacuar alguna duda que llegue a surgir, esto es una gran herramienta para la compra 100% digital».



Por su parte, Accame apuntó a la diversificación: «En el panorama actual del marketing digital, varias tecnologías y plataformas están ganando relevancia debido a su capacidad para mejorar la personalización, la automatización y la interacción con los consumidores.

Un ejemplo de esto son las Plataformas de Automatización de Marketing que facilitan la gestión de campañas, la generación de leads, el seguimiento de clientes potenciales y la automatización del marketing por correo electrónico. También podemos mencionar las Plataformas de Análisis de Datos, que proporcionan insights detallados sobre el comportamiento del usuario y la efectividad de las campañas.

Estas tecnologías y plataformas están transformando el marketing digital al ofrecer nuevas formas de interactuar con los consumidores, mejorar la experiencia del cliente y aumentar la efectividad de las estrategias de marketing», aseguró.

Hábitos de consumo

Accame comentó que los cambios en los hábitos de consumo están impulsando a las marcas a adaptar sus estrategias de marketing para centrarse más en la personalización, la digitalización, la transparencia y la integración de experiencias omnicanal.

Para implementarlo con eficiencia y hacer un seguimiento de los resultados, Fandiño recomendó el modelo del embudo de conversión.

«En un mundo hiperconectado y un mercado tan competitivo, es crucial definir estrategias de ventas que vayan de la mano con la experiencia del cliente. Poder segmentar la comunicación, y hacer un seguimiento del embudo de conversión nos permite medir el impacto de los esfuerzos destinados y personalizar cada vez más las ofertas», afirmó.

Y declaró: «Hoy el consumidor quiere ser escuchado, no quiere perder tiempo y es exigente. Por eso se debe ofrecer facilidad y agilidad en el acceso a productos y servicios».

Sobre el mismo tema, Morera consideró: «Los hábitos de consumo cambian constantemente. En el mercado del seguro, sin dudas la pandemia fue quien aceleró este cambio. Ahora, por ejemplo, se puede contratar o comprar online cualquier producto, en nuestro caso contratar seguros, cosa que antes era menos frecuente a través de internet.

El rol del Productor Asesor de Seguros (PAS) es fundamental en la operatoria del seguro, el consumidor le está exigiendo también digitalización y atención virtual a su productor asesor y, por ende, las empresas aseguradoras debemos colaborar y acompañar en la digitalización al PAS. Esto requiere además, por parte de las empresas, poner la información de los productos a disposición del cliente y del PAS ofreciéndoles los canales necesarios para las consultas».

A esto, Pompey aportó: «Los cambios son constantes por las permanentes búsquedas de acceder a los mejores productos y servicios, y esa tendencia tomó fuerza en el último tiempo, con la consolidación de las compras online. Hoy, los consumidores prefieren la inmediatez, quieren comprar sus productos de forma sencilla y obtenerlos en el momento.

En Experta Seguros no sólo ofrecemos esas condiciones para acceder a servicios de forma rápida y simple, sino también la experiencia de post venta personalizada, que también figura entre las nuevas demandas de los consumidores. Y es clave que en ➔



▲ Marcelo Accame, Gerente Comercial y de Marketing de Colón Seguros

ESCUCHÁ

TENEMOS ALGO QUE DECIRTE



SOMOS MUCHO MÁS QUE UN PROVEEDOR

Somos el aliado estratégico que te garantiza productos a medida, tecnología de punta, y más importante aún, te escucha y asesora en la organización de todo el proceso.



4393.0110 (líneas rotativas) | info@dcsistemas.com.ar | www.dcsistemas.com.ar

ALBA CAUCIÓN
Compañía de Seguros

Buenos Aires | La Plata | Córdoba | Neuquén | Posadas | Tucumán
Sgo. Del Estero | Resistencia | Mendoza | Rosario | Santa Fe

Centro Comercial Online 0810-220-9411

ESPECIALISTAS DESDE 1960 EN SEGUROS DE CAUCIÓN

COMPROMETIDOS con tu crecimiento



MARKETING



▲ Yanina Fandiño, Jefa de Marketing de Libra Seguros

→ esos procesos exista la intermediación de un productor asesor de seguros, con las herramientas que **Experta Seguros** ofrece y con la capacidad de compartir sus conocimientos con resoluciones rápidas y eficientes.

Algunos ejemplos son **Experta Online**, que permite cotizar y obtener la póliza en el momento y administrar de manera online el 100% su cartera, Apps y Bots especializados que permiten la rápida resolución de cualquier consulta que pueda tener nuestro cliente final.

En este punto tomó la palabra **Accame**, quien dijo: «Las compañías de seguros necesitamos desarrollar productos y servicios dirigidos a clientes de segmentos específicos (personas) y definir servicios y productos de seguros personalizados 'sensibles'. Ya no se puede aplicar 'un modelo único para todos'.

Los atributos del producto y de la comercialización de cada segmento y de las personas objetivo logran que, para los clientes, algunas ofertas de seguros sean más interesantes que otras.

Los actuales clientes utilizan canales en línea o fuera de línea a través de todo el recorrido del cliente. Ellos esperan que tanto la aseguradora como su información sean exactas y consistentes a través de todo el ecosistema».

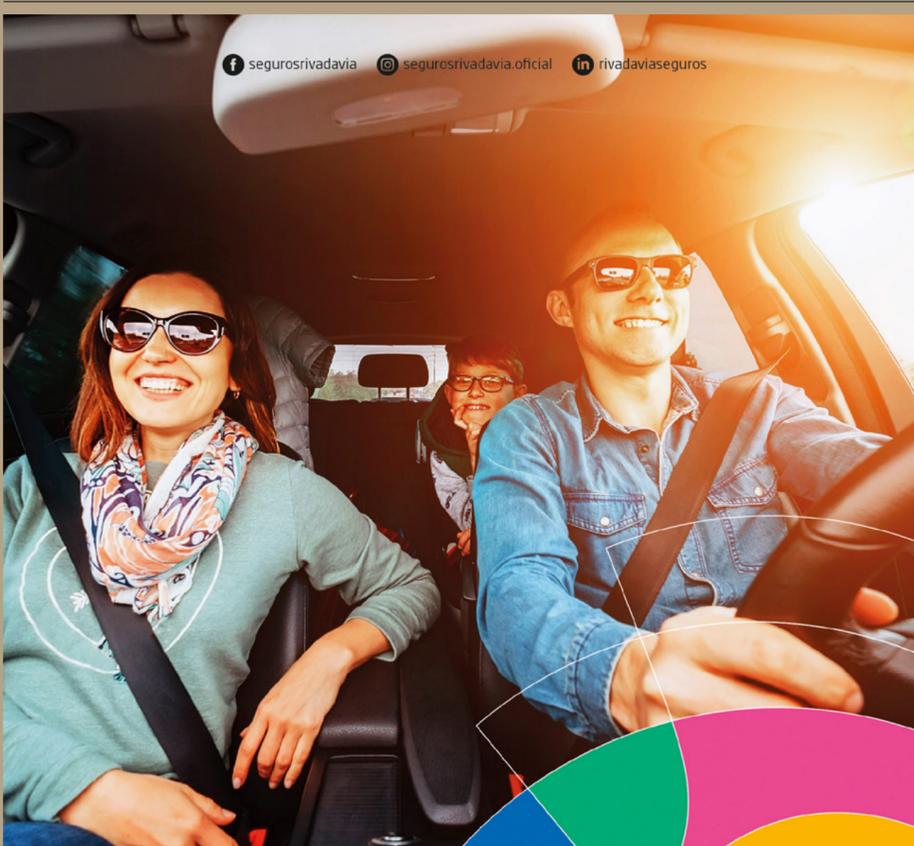
Personalización y segmentación

Ya vimos la importancia de la **personalización y segmentación**. En este punto, los profesionales profundizan en las causas que hacen a estas estrategias tan importantes para el marketing digital.

Accame aseguró: «Son fundamentales porque permiten a las marcas conectar de manera más efectiva con su audiencia, →



▲ Luis Morera, Coordinador de Comunicación Corporativa de RUS



RIVADAVIA

Asegura tu mundo

+54 9 11-3989-8000

Consultá con tu Productor/a Asesor/a de Seguros

segurosrivadavia.com

N° de inscripción SSN 0222

Departamento de Orientación y Asistencia al Asegurado

0800-666-8400

www.argentina.gob.ar/ssn



SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN



GALENO
SEGUROS

LA SEGURIDAD DE TENER UN BUEN SEGURO

AUTOS - MOTOS - HOGAR - INTEGRALES - CAUCIÓN TRO - AGRO - TÉCNICO - RC - INCENDIO - ROBO

VIDA COLECTIVO - AP - VIDA SALDO DEUDOR - SEPELIO

Conocé más en:
Galenoseguros.com.ar - Portal PAS / APP Galeno PAS

N° de matrícula SSN 0878

Departamento de Orientación y Asistencia al Asegurado

0800-666-8400

www.argentina.gob.ar/ssn





→ mejorar la experiencia del cliente y optimizar el rendimiento de las campañas de marketing».

Fandiño, a su vez, analizó: «Con un consumidor lleno de ofertas que le llegan desde distintos canales, hay que 'alzar la voz'.

Quien se diferencie en el mercado con productos innovadores, ágiles y útiles, es quien gana esta batalla.

La segmentación nos permite justamente crear contenido específico para un cierto nicho y personalizarlo de manera que sea de relevancia y le resulte atractivo», concluyó.

Seguidamente, **Morera** expresó: «Es fundamental no perder la personalización para poder atender las necesidades puntuales de cada persona. En las operaciones y/o gestiones virtuales, necesitamos, en alguna instancia, una validación 'humana'. Contar con esa posibilidad a través de un chat o WhatsApp atendido por una persona es fundamental.



La segmentación también es clave. Hace tiempo se venía buscando con las herramientas digitales, y las redes sociales actualmente nos permiten hacer esto para llegar a los públicos que queremos. Esto permite ahorrar esfuerzos y recursos económicos a la hora de comunicar y llegar con ofertas específicas a cada segmento elegido».

Por último, **Pompey** sintetizó: «La personalización y segmentación son la clave para hacer efectiva una campaña de marketing.

La personalización mejora la conexión con el usuario final y permite pensar acciones dirigidas que le permitan al cliente vivir una experiencia única para construir un sentido de lealtad con la marca.

En materia de marketing digital, pensar campañas y comunicaciones personalizadas mejora la recepción de las mismas produciendo ratios de conversión efectivos. Nuestra compañía posee una herramienta exclusiva de análisis de datos que permite conocer a sus clientes y así crear comunicaciones y campañas online de acuerdo a sus preferencias y necesidades», compartió.

Desafíos

Para cerrar, los ejecutivos comentaron **los desafíos que enfrentan las aseguradoras en la implementación de estrategias de marketing digital.**

Fandiño expresó: «El marketing es un desafío en sí mismo. Las aseguradoras tenemos la responsabilidad de adaptarnos al cambio, con un consumidor mucho más exigente y volátil, que sabe lo que quiere, y no titubea si tiene que cambiar de opinión en su elección.

Enfrentarse a la competencia con productos disruptivos e innovadores y una comunicación también diferente impulsan el mercado, siempre escuchando al usuario en sus necesidades y requerimientos».

Accame sumó: «Las aseguradoras enfrentan desafíos únicos al implementar estrategias de marketing digital debido a la naturaleza regulada de la industria, la complejidad de los productos, la competencia intensa y la necesidad de adaptarse a las expectativas cambiantes de los consumidores.

Superar estos desafíos requiere una combinación de innovación tecnológica, cumplimiento normativo y una comprensión profunda del comportamiento del consumidor en el entorno digital, sin dejar de poner el foco en el rol y la participación de los Productores de Seguros en el negocio como socio estratégico».

Por su parte, **Pompey** expresó: «Las campañas de marketing digital son una gran oportunidad para salir a competir. El objetivo es crear productos competitivos acompañados de una buena estrategia de marca y de segmentación para estar presentes en el momento de la búsqueda del cliente que necesita un seguro, y cuando la situación se da; rápidamente ponerlo en contacto con un Productor que pueda concretar la venta.

Experta Seguros trabaja diariamente ese proceso y la estrategia online está enfocada en brindarle a los productores prospectos interesados en nuestros productos, y en acompañarlos en el proceso de la venta».

Y **Morera** concluyó: «Teniendo en cuenta la necesidad de rapidez y eficiencia por parte del cliente al hacer una compra online, creo que los desafíos están puestos en poder matchear los sistemas y recursos que las empresas tienen disponibles en un sólo lugar. Por ejemplo, poder vincular una red social, con una landing page, el Core de la empresa, vinculando a su vez a un PAS, para que se retroalimenten continuamente.

Ese creo que es el desafío propio de cada empresa».



TRANQUILIDAD

ESTAMOS ATRÁS TUYO PARA QUE ESTÉS UN PASO ADELANTE.

Consultá con tu Productor Asesor de Seguros.

experta.com.ar

aacms
ASOCIACION ARGENTINA DE COOPERATIVAS Y MUTUALIDADES DE SEGUROS

stop loss
bureau de reaseguros s.a.



Reaseguradores Argentinos SA

FINALLOSS S.A.
de Mandatos y Servicios

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

Los Productores Asesores de Seguros analizan la situación del Mercado

Los Productores Asesores de Seguros Rodrigo Martín Ceci, Sebastián Del Brutto, Fabián Edgardo Gulla, y Fernando Yutas, reflexionaron sobre los temas relevantes de la actividad de intermediación, profundizando sobre la situación del mercado asegurador, el flujo de producción, estrategias de venta, condiciones de las Compañías de Seguros, ramos con mayores oportunidades de crecimiento, el rol de las redes sociales, la autogestión de los clientes, las habilidades de un PAS, y los problemas que afectan la gestión diaria, entre otros.

Escribe **Dra. Gabriela Álvarez**

La situación actual del mercado, los ramos con más ventas y con mayor potencial, la tecnología, la visión de futuro, son temas que interesan a la hora de analizar el sector asegurador. En esta oportunidad, entrevistamos a destacados productores asesores de seguros del mercado, con el fin de conocer sus opiniones y las preocupaciones que los afectan en su labor cotidiana.

- En primer lugar y como punto de partida, consultamos acerca de la visión que los productores asesores de seguros tienen de la situación actual del mercado.

En este sentido, **Fabián Edgardo Gulla, titular de Organización Gulla**, señaló que el mercado de seguros no escapa de los avatares sociales y económicos de nuestro país. «Las empresas aseguradoras que tienen vocación por resguardar sus activos y su liquidez están siendo cautelosas y están adecuando precios y los productos para mitigar los desfases de la elevada siniestralidad y de la inflación».

Por su parte, **Sebastián Del Brutto, Director Ejecutivo de Seguren SA**, destacó que el enfriamiento de la economía trasciende al sector, observándose «alta competitividad con la variable precio muy acentuada debido a la falta de presupuesto del cliente, con una combinación de muchas aseguradoras que no cuentan con la solidez necesaria para demostrar la solidez del mercado asegurador en su conjunto».

Seguidamente, **Fernando Yutas, Director Comercial de Scrum Brokers SRL**, manifestó que «el mercado de seguros es



dinámico y en los últimos años se han experimentados cambios significativos, de los cuales podemos citar:

• **Tendencias tecnológicas:** La digitalización ha transformado la industria de seguros. Las compañías están adoptando tecnologías como inteligencia artificial, análisis de datos y automatización para mejorar la eficiencia operativa y la experiencia del cliente. Insurtechs (startups tecnológicas enfocadas en seguros) están desafiando a las aseguradoras tradicionales al ofrecer soluciones innovadoras y ágiles.

• **Cambio en la demanda del cliente:** Los clientes buscan personalización, transparencia y facilidad de acceso. Quieren pólizas adaptadas a sus necesidades específicas y procesos de reclamación más sencillos. La pandemia de COVID-19 también ha aumentado la conciencia sobre la importancia de la protección financiera, lo que ha impulsado la demanda de seguros.

• **Riesgos emergentes:** Los riesgos cibernéticos, el cambio climático y la salud mental son áreas en las que las aseguradoras deben adaptarse. La cobertura de ciberseguridad y la protección contra eventos climáticos extremos están en aumento. Además, la salud mental se ha convertido en un tema relevante, y algunas compañías ofrecen seguros específicos para este ámbito.

• **Regulación y cumplimiento:** Las regulaciones cambiantes afectan la operación de las aseguradoras. Cumplir con normativas como GDPR y Solvencia II es crucial para mantener la confianza del cliente y evitar sanciones.

• **Inversiones y tasas de interés:** Las tasas de interés bajas han afectado los rendimientos de inversión de las aseguradoras. Esto puede influir en las primas y la rentabilidad general del negocio.

• **Competencia y consolidación:** La competencia es intensa, tanto entre aseguradoras tradicionales como con insurtechs. Algunas compañías están buscando fusiones y adquisiciones para fortalecer su posición en el mercado».

Finalmente, **Rodrigo Martín Ceci, Productor Asesor de Seguros**, concluyó que «el mercado sigue atravesando, como ya desde hace años, continuos cambios vinculados a la actividad económica del país. Las compañías apuntando a reducir el impacto de los siniestros y mantener cartera. Y los Asegurados más que nunca comparando costos entre unas y otras... A modo humorístico, los PAS nos hemos transformado últimamente en un ➡

SABEMOS QUÉ NECESITÁS. ENTENDEMOS A TUS CLIENTES.

**PRESENCIA
AGILIDAD
SERVICIO**

Conocé nuestra propuesta en
PROVINCIAART.COM.AR/PAS

GALDAS S.A
Consultora



csainas@galdas.com.ar

SERVICIOS

- Consultoría en aseguradoras.
- Reaseguradoras
- Asuntos de gobierno, instituciones y empresas.

COBERTURA

- Argentina
- Brasil
- Paraguay





▲ Rodrigo Martín Ceci, Productor Asesor de Seguros

«> 'cotizador viviente'. Es un gran momento para los Productores que enfatizamos en la atención personalizada, en hacer valer nuestra labor».

- ¿Qué expectativas tienen del flujo de la producción a futuro?

Fabián Gulla consideró: «Si la economía comienza un proceso de reactivación, el mercado asegurador es ágil y rápido de reflejos, de modo que soy optimista que la producción futura debería repuntar».

Sebastián Del Brutto coincidió afirmando: «Somos optimistas que en el mediano plazo se van a acomodar los precios, la inflación y esto traerá confianza en la economía y, como consecuencia, nuevas inversiones por parte de los clientes, esto emprenderá un crecimiento en el sector».

Fernando Yutas argumentó: «En la medida que la inflación vaya disminuyendo, como así también los impuestos y sus regulaciones acorde a las políticas de la nueva administración, veo a futuro un crecimiento en nuestras carteras en todas las ramas, ya que hoy en día estamos abocados al mantenimiento de las mismas. El flujo de la producción de seguros también en el futuro está influenciado por distintos factores y tendencias, algunos de ellos son:

- **Digitalización y automatización:** Se espera que la digitalización y la automatización continúen transformando la producción de seguros. Las compañías adoptarán más tecnologías para agilizar procesos, como la suscripción automática, la evaluación de riesgos basada en datos y la gestión de pólizas sin papel.
- **Personalización y segmentación:** Las aseguradoras se centrarán en ofrecer productos personalizados que se adapten a las necesidades específicas de los clientes. La segmentación basada en datos permitirá a las compañías dirigirse a audiencias específicas de manera más efectiva.
- **Cambio en la demanda del cliente:** Los clientes esperan una experiencia fluida y conveniente al comprar seguros. La producción debe ser ágil y rápida.
- **Riesgos emergentes y nuevas coberturas:** Las aseguradoras deben estar preparadas para cubrir nuevos riesgos, como los cibernéticos, o el cambio climático. La producción de seguros deberá adaptarse para ofrecer coberturas innovadoras que aborden estos riesgos.
- **Regulación y cumplimiento:** Las regulaciones seguirán siendo un factor importante en la producción de seguros. Las compañías deben cumplir con las normativas y adaptarse a los cambios legales.
- **Innovación y colaboración:** Las aseguradoras buscarán alianzas estratégicas con insurtechs y otras empresas para impulsar la innovación y mejorar la producción. La colaboración con proveedores de tecnología y startups puede acelerar la adopción de soluciones avanzadas».

Rodrigo Ceci afirmó: «Basándome en el flujo del primer semestre, espero mantener un crecimiento tranquilo pero constante».



- ¿Qué estrategias utilizan para generar nuevas ventas y mantener la cartera?

Gulla aseguró que «hasta que el mercado se reactive, todas las fuerzas están en mantener la cartera. La atención al cliente en modo personalizado, rápido y eficaz es la fortaleza que tenemos los PAS. La escucha al cliente y la empatía para con ellos cuando nos plantean sus dificultades, creo que es el modo. Y naturalmente, al momento del siniestro».



▲ Sebastián Del Brutto, Director Ejecutivo de Seguren SA

Del Brutto apuntó que «el asesoramiento profesional, el descubrimiento de nuevos nichos, escuchar a los clientes y la resolución de problemas en corto tiempo, genera confianza y recomendación por parte de nuestros clientes».

Yutas indicó que «en lo que respecta a las nuevas ventas, nos estamos manejando con nuestros asegurados haciendo cross selling para que tengan más de una póliza por cliente (AP - Combinado Familiar - Robo Específico - Integral de Comercio - Incendio). Esto lo podemos lograr dado que nuestra firma -Scrum Brokers S.R.L.- tiene más de 20 años en el mercado, en donde logramos una fidelización y maduración con nuestros clientes. Esta acción nos acerca más a ellos para lograr mantener ese vínculo y poder mantener a nuestros asegurados. Una buena atención eficiente y proactiva hace que nuestros clientes nos den a nosotros la posibilidad de adaptar las pólizas acorde a su presupuesto con las distintas compañías con las que operamos, por lo que llegado el caso, realizamos nuevas cotizaciones y adaptamos éstas acorde a las necesidades de ese momento, teniendo como premisa fundamental que el cliente encuentre una solución a la problemática planteada».

Ceci tomó la palabra y afirmó que utiliza dos maneras de generar nuevas ventas, y una de ellas está absolutamente ligada a mantener la cartera. «En principio, las redes sociales hoy en día son el canal por excelencia para publicitar y dar a conocer la marca/servicio. Teniendo la oficina dentro de la provincia de Buenos Aires, he logrado asegurar riesgos en Jujuy, Mendoza, Santa Cruz y otras provincias; y segundo, la más importante, según mi forma de trabajar, es la recomendación por los propios asegurados: un cliente bien asesorado o un siniestro bien atendido, es una persona que comparte su experiencia con amigos, familiares, compañeros de trabajo, y ahí llega la recomendación. Y es mi

manera por excelencia de mantener la cartera. Por supuesto que tener costos competitivos es indispensable también, pero como siempre digo: 'Un cliente que se va por costos, vuelve por la atención... Pero un cliente que se va por la atención, no vuelve ni por costos».

- ¿Qué condiciones tienen en cuenta de una compañía de seguros a la hora de decidir dónde ubicar vuestra producción?

En opinión de **Fabián Gulla**, la solvencia, la seriedad, la trayectoria. «Y en el día a día, el modo de atención y de pago de los siniestros. La preocupación y adecuación de los precios y productos es un termómetro de la política de una empresa en no poner en riesgo su situación financiera».

Sebastián Del Brutto señaló que tiene en cuenta «los equipos profesionales que la integran, la solidez y las que confían en nosotros para dejarnos la libertad de resolver problemas del mejor modo».

Fernando Yutas aseguró: «Primero y principal, que sea una Compañía que tenga reputación y estabilidad financiera para poder enfrentar sus compromisos tomados; luego como segundo punto, deben tener buenos interlocutores con capacidad de respuesta y conocimiento, en donde cuenten con sistemas de procesos que sean amigables, eficientes, ágiles y dinámicos, para poder reducir los tiempos y dar una respuesta satisfactoria en tiempo y forma a nuestros asegurados».

Además, mencionamos estos puntos que consideramos a la hora de elegir una Aseguradora:



▲ Fernando Yutas, Director Comercial de Scrum Brokers SRL

- **Productos y Líneas de Negocio:** variedad y calidad de los productos ofrecidos por la compañía de seguros. Que puedan ofrecer una amplia gama de pólizas para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.
- **Comisiones y Compensación:** Consideramos las comisiones y la estructura de compensación ofrecida por la aseguradora.
- **Capacitación y Soporte:** Buscamos compañías que ofrezcan capacitación y apoyo continuo. Queremos aseguradoras >>



UN SEGURO QUE TE PROTEGE A VOS Y TAMBIÉN A TODO LO QUE TE RODEA

Por cada seguro de Life, hacemos un aporte que protege a la naturaleza.

Life SEGUROS
Tu forma de vivir

UNA EMPRESA DE
SGST
Grupo Financiero

lifeseuros.com.ar



/LifeSegurosArgentina



/lifeseurosargentina



/lifeseurosargentina



/@LifeSeguros



P. A. S.

- ¿Cuál es su opinión acerca del papel de las redes sociales en el mundo del seguro? ¿Qué aportan al mercado según su criterio y en qué lo perjudican?

Gulla apuntó que «las Redes Sociales, al igual que los buscadores de Internet, aportan información. Pero esa información hay que saber interpretarla adecuadamente, y esa tarea es nuestra».

Del Brutto sostuvo que «aportan transparencia, ya que los clientes pueden generar opiniones acerca de la resolución de conflictos -o no- por parte de las aseguradoras, lo perjudican cuando existe un exceso de información que no siempre es la adecuada, y muchas veces desinforma».

Yutas señaló que «estamos notando que las redes sociales están desempeñando un papel significativo en la industria de los seguros, y su impacto es innegable. Las redes sociales se han convertido en un canal efectivo para conectar con los clientes y mejorar la comunicación con ellos. Incluso a través de estas plataformas, las compañías de seguros pueden escuchar y entender a sus clientes, gracias a la importancia de los comentarios y opiniones. La incorporación de la inteligencia artificial y los chatbots cada vez más sofisticados pueden proporcionar un servicio 24 horas, incluso en caso de reclamarnos a últimas horas de la noche. Sin embargo, estas acciones no vemos que nos perjudiquen, ya que son utilizadas para la venta, sin proporcionar contenido educativo o informativo que brindamos los Asesores de Seguros a los clientes dando una atención personalizada y adecuada a cada situación».

Ceci aportó que «indudablemente, es el canal por excelencia donde hoy se transmite información segundo a segundo; como toda herramienta, hay que saber usarla y entender su utilidad para lograr alguna meta. Considero que el mejor aporte es la conciencia aseguradora, una materia pendiente en nuestra sociedad todavía. En el aspecto negativo de las redes, podría decir que las publicidades engañosas y la falta de respuesta por esos canales a los asegurados juega en contra a la credibilidad del mercado».

- ¿Qué lectura hacen de la autogestión de los clientes?

«La autogestión 'dirigida' es una buena herramienta. La autogestión sin un adecuado asesoramiento no es buena», sostuvo **Fabián Gulla**.

En tal sentido, **Sebastián Del Brutto** consideró que «para los procesos en que no agregan valor los Productores de Seguros, hacen más eficiente el modelo».

Continuó **Fernando Yutas** indicando que «la autogestión de los clientes es un concepto importante en el mundo de los seguros y se refiere a la capacidad de los clientes para administrar y controlar ciertos aspectos de su póliza. Si bien ofrece mayor comodidad, eficiencia y control para los asegurados, al tiempo que beneficia a las compañías al optimizar sus operaciones y recursos, existe también una controversia entre agilizar los trámites burocráticos por parte de los clientes y el contacto que éstos mantienen con su Asesores, el cual con la automatización de los procesos, pierde ese feedback que debería mantenerse entre ambos».

En consideración de **Rodrigo Ceci**, «la autogestión es un arma de doble filo. Puede ser excelente para gestiones rápidas»

→ que nos proporcionen herramientas, recursos y conocimientos para mejorar nuestro desempeño.

• **Tecnología y Plataformas Digitales:** Evaluamos la tecnología utilizada por la compañía para procesos de cotización, emisión de pólizas y administración de clientes. Buscamos aseguradoras con sistemas eficientes y acceso a plataformas digitales.

• **Facilidad de Trabajo y Procesos Simplificados:** Los productores prefieren trabajar con compañías que tengan procesos ágiles y simplificados. Evalúan la facilidad para presentar solicitudes, emitir pólizas y resolver consultas.

• **Relación Personal y Cultura Corporativa:** Las relaciones personales con los representantes de la compañía es importante y clave para nuestro negocio. Buscamos aseguradoras con una cultura corporativa que se alinee a nuestros valores y estilo de trabajo».

Rodrigo Ceci destacó que «principalmente evaluó cómo responde ante los siniestros: agilidad en la comunicación, tiempos de respuesta, modalidad de la indemnización. Creo que cada compañía tiene sus puntos más fuertes en distintos tipos de cobertura. También considero los costos que maneja cada compañía; ese aspecto es el principal que suelen evaluar los asegurables. Como PAS, brindo herramientas para que se pueda tener un equilibrio entre costos/cobertura».

- ¿Qué ramos brindan actualmente mayores oportunidades de crecimiento?

Fabián Gulla: «A largo plazo los riesgos de Vida, Ahorro y Retiro, pero antes hay que trabajar en crear conciencia aseguradora».

Sebastián Del Brutto: «Cautión, ART, Todo Riesgo Operativo, RC».

Fernando Yutas: «Actualmente estamos brindando seguros de Obligaciones Patronales, dado que no hay concientización, ni asesoramiento en la venta de estos productos, como el Convenio Mercantil y la Ley Contrato de Trabajo, que si bien no son obligatorios de contratar, pero sí de indemnizar. Éstos nos están permitiendo fidelizar a nuestros clientes y, además, es una oportunidad para ir en la búsqueda de nuevos, dado que la mayoría de las veces en que se les informa de estos seguros, la mayoría no

lo tiene o los desconoce, y al ver que no son costosos a la hora de contratar, nos dan la oportunidad de incrementar nuevos asegurados. Además, vemos volumen de contratos en:

• **Automotores:** Es otro ramo con oportunidades de crecimiento. La demanda de seguros de automóviles sigue siendo alta debido al aumento del parque automotor y la conciencia sobre la protección financiera.

• **Vida (Life):** El seguro de vida también puede ofrecer oportunidades de crecimiento. La creciente conciencia entre los consumidores sobre la importancia de la protección financiera puede impulsar la demanda de seguros de vida.

Los ramos de no vida, daños, automotores y vida son áreas donde los asesores en seguros pueden encontrar oportunidades para expandir su negocio y mantener una cartera sólida».

Rodrigo Ceci: «En base a mi experiencia, los Seguros de Retiro. Noto que cada día la gente se interesa en adoptar ese tipo de capitalización y ahorro».



Asociate #YoTeDefiendo



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

P.A.S.

→ como descargar documentación o realizar consultas. La parte negativa es la carga de siniestros; la mayoría de los asegurados no tienen la praxis para ilustrar un hecho ocurrido, por lo cual, puede llegar a ser perjudicial para la atención del mismo.

- **¿Cuáles consideran que son las habilidades y capacidades principales que debe tener un productor de seguros en el mercado actual?**

Gulla: «El conocimiento de los productos y de la normativa es fundamental. Y tener siempre un canal de contacto abierto con el cliente es el mejor modo de fidelizarlo».

Del Brutto: «Escuchar, interpretar y resolver necesidades de nuestros clientes».

Yutas: «Los productores asesores de seguros desempeñan un papel fundamental en el mercado de seguros, actuando como intermediarios entre las empresas aseguradoras y los clientes. Para tener éxito en esta profesión, es esencial que los productores de seguros cuenten con habilidades y capacidades específicas. A continuación, se mencionan algunas de las habilidades principales que debe tener un productor de seguros en el mercado actual:

- **Habilidades de Comunicación:** Los productores deben ser capaces de comunicarse de manera efectiva con los clientes, entender sus necesidades y explicar las opciones de cobertura de manera clara y concisa.

- **Organización:** La gestión de múltiples clientes, pólizas y trámites requiere habilidades organizativas sólidas. Los productores deben llevar un registro preciso de las transacciones y mantenerse al día con los plazos y vencimientos.

- **Habilidades de Venta:** La capacidad para persuadir y vender es crucial. Los productores deben ser capaces de presentar las ventajas de diferentes pólizas y convencer a los clientes de que tomen decisiones informadas.

- **Conocimiento Técnico:** Los productores deben comprender los diferentes tipos de seguros (vida, automóviles, propiedad, etc.) y estar al tanto de las regulaciones y leyes relacionadas con el sector.



- **Empatía y Escucha Activa:** Escuchar las preocupaciones y necesidades del cliente es fundamental. Los productores deben ser empáticos y estar dispuestos a adaptarse a las circunstancias individuales.

- **Capacidad Analítica:** Evaluar riesgos y determinar la cobertura adecuada requiere habilidades analíticas. Los productores deben ser capaces de evaluar las opciones y tomar decisiones informadas.

- **Conocimiento Tecnológico:** En un mundo cada vez más digital, los productores deben estar familiarizados con herramientas tecnológicas, plataformas en línea y redes sociales para interactuar con los clientes y promover sus servicios».

Ceci consideró que «como en todo oficio, cada uno tiene su manera o su 'ideal' de cómo debe administrar su trabajo. Puedo decir que para mí es indispensable dominar la computadora: programas, páginas web de las compañías, redes. Y saber escuchar a la gente. No me gusta para nada el trato tan impersonal que

dan algunas compañías de servicios masivos (telefónicas, internet, etc). Conocimiento y dedicación para asesorar, y comprensión para contener al asegurado ante un siniestro».

- **¿Cuáles consideran que son los principales problemas que enfrentan hoy en día los productores de seguros?**

Fabián Gulla analizó que el principal problema radica en la falta de crecimiento genuino de la cartera. «Crecer por inflación es decrecer. La inflación es el peor enemigo que podemos tener, debemos redoblar nuestra tarea concientizando y actualizando valores asegurados para que, en caso de siniestro, el seguro cumpla su rol fundamental de resarcir adecuadamente el daño».

Para **Sebastián Del Brutto**, el principal problema «es el cortoplacismo y la falta de presupuesto con que se toman decisiones por parte de los clientes y aseguradoras».

Continuando, **Fernando Yutas** señaló que los productores asesores de seguros enfrentan varios desafíos en el mercado actual. «Algunos de los problemas más relevantes son:

- **Competencia Intensa:** El mercado de seguros es altamente competitivo. Los productores deben lidiar con la competencia de otros asesores, lo que puede dificultar la adquisición de nuevos clientes y la retención de los existentes.

- **Volatilidad Económica e Inflación:** La alta inflación impacta en los costos de los seguros y en la capacidad de los asegurados para pagar las primas. Además, la volatilidad económica puede afectar la demanda de seguros y la rentabilidad de las compañías.

- **Solvencia de las Compañías Aseguradoras:** Los productores deben monitorear de cerca la situación financiera de las aseguradoras para garantizar el pago de indemnizaciones. Las demoras en los pagos pueden afectar la confianza de los clientes».

Finalizando con la nota, **Rodrigo Ceci** concluyó: «No sé si podría decirse que es un problema, pero sí la carga administrativa que tenemos hoy en día con los clientes buscando constantemente opciones de costo. Es necesario que se sientan asesorados en ese aspecto, y es un trabajo que se hace reiterativo mes a mes y lleva tiempo para quienes nos tomamos el tiempo de cuidar el bolsillo de nuestra gente».



La misma tranquilidad de un asegurado para el PAS.

RESPALDO • RESPUESTA • COBERTURA

VICTORIA
SEGUROS

Nº de inscripción en SSN
064

Atención al asegurado
0800-666-8400

Organismo de control

www.argentina.gob.ar/ssn

SSN | SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN

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

La resiliencia mundial de los Seguros se mantuvo estable según Swiss Re

La resiliencia es la capacidad de mitigar el impacto de la incertidumbre con herramientas de protección, incluidos los seguros. Según el Índice de Resiliencia Sigma 2024, la resiliencia de los seguros aumentó o se mantuvo estable en los cuatro riesgos rastreados: cosechas, catástrofes naturales, salud y mortalidad. En 2024, Swiss Re espera que la resiliencia macroeconómica global sea solo un 1% mayor, ya que la resiliencia monetaria y fiscal se verá disminuida. Ésta se está debilitando debido a los recortes esperados de las tasas de interés junto con la inflación persistente en muchas regiones.



La economía mundial ganó resiliencia en 2023, a medida que el mayor crecimiento y las tasas de interés reponían los amortiguadores fiscales y monetarios de los países, y el impacto de los shocks, como la guerra en Ucrania y el aumento de la inflación, se atenuaba. La resiliencia de los seguros aumentó o se mantuvo estable en los cuatro riesgos que rastreamos (cosechas, catástrofes naturales, salud y mortalidad). Esto reflejó un enfoque general en el papel de absorción de impactos de los seguros para los hogares, las granjas y las empresas. En 2023, vimos señales de que las personas y los responsables de las políticas en todo el mundo reconocían el beneficio de una mayor protección de los seguros y tomaban medidas para aumentar la cobertura de los mismos y, por ende, la resiliencia.

Los estudios muestran que una mayor resiliencia de los seguros está asociada con resultados económicos positivos para un país. Por ejemplo, se ha comprobado que una catástrofe natural a gran escala tiene un impacto negativo menor en el PIB de un país si existe una mayor cobertura de seguros. La seguridad alimentaria puede beneficiarse de un mayor seguro de cosechas, que reduce la carga financiera de los eventos de pérdida y estabiliza los ingresos, y por lo tanto la producción agrícola de los agricultores. El seguro médico privado puede complementar los sistemas de salud pública y ofrecer un acceso más rápido a los servicios cuando se producen problemas de salud, lo que se traduce en mejores resultados económicos y de salud.

Sin embargo, la incertidumbre es elevada a nivel mundial y los shocks imprevisibles que van más allá de los escenarios de referencia afectan con mayor frecuencia que en el pasado a las economías, tanto a nivel macro como micro. Por ello, creemos que es fundamental comprender qué impulsa la absorción de riesgos, la contribución de los seguros y las medidas que podemos adoptar para fortalecer la resiliencia.

Nuestro índice de resiliencia macroeconómica refleja el grado en que una economía puede resistir un shock, como una recesión. Nuestros índices de resiliencia de seguros miden cómo el seguro contribuye a mantener la estabilidad financiera de los hogares y las empresas al transferir o absorber los riesgos de vida, salud y propiedad. La brecha de protección es la parte no asegurada o desprotegida de los recursos necesarios para mitigar completamente el riesgo.

Resiliencia macroeconómica

La resiliencia macroeconómica mundial mejoró en 2023: nuestro índice aumentó un 7% interanual y recuperó por completo todas las pérdidas sufridas durante la pandemia de COVID-19 y la recesión en 2020. El principal impulsor fue un mayor margen de maniobra de la política monetaria, ya que la inflación en muchas economías disminuyó mientras los bancos centrales mantuvieron elevadas las tasas de interés. El margen de maniobra fiscal también se benefició de un crecimiento económico que superó las expectativas de consenso.

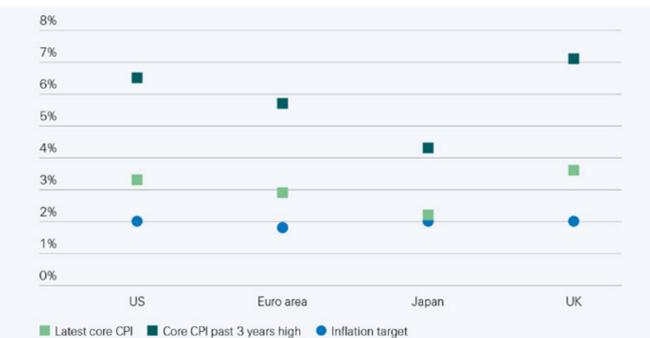
La resiliencia de las economías avanzadas aumentó un 11%, principalmente debido al fortalecimiento del margen monetario, ya que las tasas de interés se mantuvieron altas mientras la inflación caía. La resiliencia de las economías emergentes se mantuvo estable en términos interanuales, ya que la mayoría endureció la política monetaria en 2022 y en 2023 se enfrentó a un clima desafiante de fortaleza del dólar estadounidense y salidas de capital.

Esperamos que la resiliencia macroeconómica crezca solo un 1% en 2024, impulsada por una inflación aún persistente y niveles de deuda crecientes en muchas regiones, una desaceleración del crecimiento de Estados Unidos y caídas esperadas en las tasas de interés.

Las perspectivas a mediano plazo pueden ser aún más desafiantes. Esperamos una combinación de crecimiento e inflación menos favorable que en la década anterior a la pandemia. Los niveles de deuda pública en relación con el PIB siguen aumentando, lo que probablemente presione la resiliencia fiscal, y las medidas de consolidación fiscal podrían suponer un obstáculo para el crecimiento.

Para prepararse para futuros shocks, las autoridades pueden considerar estrategias para apoyar la resiliencia macroeconómica a largo plazo, por ejemplo invirtiendo en áreas como la profundidad de los mercados de capitales y una mayor penetración de los seguros. ➔

Inflación básica del Índice de Precios al Consumidor y objetivos de inflación de los Bancos Centrales en las Principales Economías



Source: BLS, Eurostat, SBJ, ONS, Macrobond, Swiss Re Institute

HIPOTECARIO SEGUROS

¡SI PASA, RESOLVEMOS!

Una solución para cada problema por más hipotético que sea.



Seamos un equipo que puede contra cualquier cosa.
Sumate a la familia de **Hipotecario Seguros**

www.hipotecarioseguros.com.ar

N° de inscripción SSN
695/696

Departamento de Orientación
y Asistencia al Asegurado

0800-666-8400

www.argentina.gob.ar/ssn



Índice de incertidumbre mundial promedio móvil de 10 años



Resiliencia de los seguros

La resiliencia mundial de los seguros se mantuvo estable en el 58% en 2023. El año vio ganancias en la resiliencia de la mortalidad debido a una mayor aceptación del seguro de vida, y en la resiliencia de la salud de los mercados emergentes, respaldada por un mayor seguro de salud privado, parcialmente compensado por una resiliencia de la salud más débil en algunas regiones avanzadas.

Estimamos que la brecha de protección global frente a los distintos riesgos alcanzó un nuevo máximo de USD 1,83 billones en términos de primas equivalentes en 2023. Esto representa un aumento del 3,1% en términos nominales desde los USD 1,77 billones reformulados en 2022. La brecha de protección global ha crecido un 3,6% anual en términos nominales desde 2013, coincidiendo aproximadamente con las tendencias de crecimiento del PIB nominal.

El índice de resiliencia de los cultivos a nivel mundial fue ligeramente superior en términos interanuales, situándose en el 43,5% en 2023. En la última década se han producido enormes avances, ya que los mercados avanzados y China lideraron las contribuciones al aumento de la resiliencia de los cultivos. La brecha de protección de los cultivos se situó en 77000 millones de dólares en términos equivalentes a primas en 2023.

Esperamos un nuevo aumento del índice de resiliencia del seguro de cultivos en 2024, impulsado por el fuerte crecimiento esperado de las primas de seguros agropecuarios en China (~20%) y los impactos continuos del programa público de seguros agropecuarios recientemente reformado en la India.

En los últimos diez años, la resiliencia de los seguros contra catástrofes naturales ha mejorado a nivel mundial. Sin embargo, el factor clave ha sido un fuerte aumento de la resiliencia de los mercados avanzados, que aumentó de alrededor del 35% en 2013 a más del 38% en 2023. En los mercados emergentes, la resiliencia suele ser todavía extremadamente baja y las regiones están casi totalmente desprotegidas del riesgo de catástrofes naturales.

Nuestro índice de resiliencia en materia de salud se mantuvo estable en el 77,7% en 2023, lo que implica que todavía queda un 22% de cobertura mundial sin explotar de seguros médicos privados adicionales. La brecha mundial de protección de la salud creció un 5,4% hasta los 941.000 millones de dólares en términos de primas equivalentes.

La resiliencia mundial frente a la mortalidad mejoró en términos interanuales en 2023, hasta el 44,4%, pero todavía se encuentra ligeramente por debajo del 46,5% de hace 10 años. La brecha de protección frente a la mortalidad se mantuvo estable en términos interanuales en USD 414000 millones en términos de primas equivalentes en 2023, después de que la brecha de protección de China disminuyera.

Índice de resiliencia de Seguros compuesto global SRI y brechas de protección total por Región

	Resilience index, %			1 year change		Protection gap, USD bn			1 year change		10 year change	
	2013	2022	2023			2013	2022	2023				
SRI Composite Insurance Resilience index	56.7	57.5	57.9	→	↑	1280	1770	1825	↑	↑		
North America	66.3	66.1	66.2	→	→	241	326	349	↑	↑		
Latin America	41.8	50.4	50.5	→	↑	171	140	151	↑	↓		
Advanced EMEA	72.2	71.5	72.3	→	→	166	197	198	→	↑		
Emerging EMEA	35.8	33.7	34.8	↑	→	185	217	217	→	↑		
Advanced Asia Pacific	51.6	51.0	49.7	↓	↓	147	157	165	↑	↑		
Emerging Asia Pacific	23.1	28.9	30.2	↑	↑	370	727	740	↑	↑		
Advanced markets	68.1	69.2	69.4	→	↑	554	677	711	↑	↑		
Emerging markets	33.7	35.1	35.9	→	↑	726	1092	1113	↑	↑		

Icons in the resilience index: ↑ Improved; → almost unchanged; ↓ deteriorated. Icons for protection gap changes: ↑ widened; → almost unchanged; ↓ narrowed. Source: Swiss Re Institute

La resiliencia a las catástrofes naturales aumentó al 25,7% en 2023. El año se caracterizó por una alta proporción de tormentas convectivas severas, especialmente en Estados Unidos, un peligro que está relativamente más asegurado que otros. Sin embargo, tres cuartas partes de la exposición mundial a desastres no está protegida por seguros. La brecha de protección fue de USD 385 mil millones en términos de primas equivalentes, un aumento del 5,2% interanual.

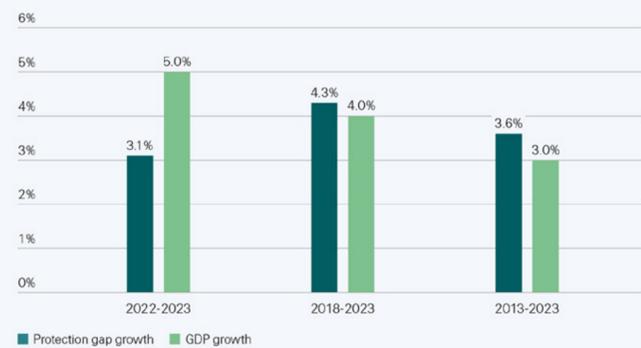
Resiliencia ante la mortalidad en China: El seguro de vida es un factor clave

La brecha de protección contra la mortalidad de China se redujo un 6% interanual hasta los 73.600 millones de dólares en términos de primas equivalentes en 2023, lo que elevó su índice de resiliencia hasta el 38,3% desde el 36,0% en 2022. Estimamos que la mayor cobertura de seguros de vida contribuyó con 1,2 puntos porcentuales de la mejora de 2,3 puntos porcentuales. La desaceleración del crecimiento de los ingresos de los hogares y la disminución del tamaño de las hipotecas, debido a la debilidad económica y a los obstáculos estructurales, especialmente en el mercado inmobiliario, dieron como resultado un menor crecimiento de la protección necesaria que de la protección disponible.

Esperamos que la brecha de protección de China se mantenga estable o disminuya levemente en el corto plazo debido al contexto económico. Se espera que esto contribuya a estabilizar la brecha de protección general en Asia y, por lo tanto, a un nivel constante de resiliencia como resultado.

Por Patrick Saner, director de estrategia macroeconómica del Swiss Re Institute; Caroline De Souza Rodrigues Cabral, economista sénior del Swiss Re Institute; Lucia Bevere, analista sénior de datos de catástrofes; Xin Dai, economista jefe para China del Swiss Re Institute; Chandan Banerjee, economista de catástrofes naturales; Arnaud Vanolli, economista del Swiss Re Institute; Loïc Lanci, economista del Swiss Re Institute; Yaxin Chen, economista del Swiss Re Institute y August Gudmundsson, economista júnior del Swiss Re Institute.

Tasas de crecimiento anual de la brecha de protección global y del PIB mundial



EVOLUCIÓN SEGUROS DE LA MANO CON VOS

Seguro de caución



+75

AÑOS EN EL MERCADO

CALIFICACIÓN PRO RATING A

Primera póliza de caución del país.

+1.000.000 BENEFICIARIOS DE PÓLIZAS

ESPECIALISTAS EN SEGUROS PARA EMPRESAS

Responsabilidad civil general | Integral de comercio | Integral de consorcio Seguros técnicos | Praxis médica | Transporte de mercadería

evolucionseguros.com.ar



9 11 2658 9562

Congreso de Prevención y Detección de Fraude organizado por Triunfo Seguros en Mendoza



La compañía, apuesta fuertemente a la continua capacitación a todo el personal e invierte en tecnología para prevenir combatir el fraude.

Para mejorar la detección temprana de prácticas fraudulentas en la industria del seguro, **Triunfo Seguros** organizó el primer Congreso Nacional de Detección y Prevención de Fraude. Este evento fue dictado por profesionales especialistas en el rubro de seguros y estuvo dirigido a capacitar al personal, colaboradores, estudios jurídicos y colegas de diversas provincias. Las jornadas se llevaron a cabo los días 22 y 23 de julio de 2024.

El fraude en el sector asegurador es un problema crítico que consume muchísimo tiempo, recursos millonarios y afectación del personal, entre otros. Pero sus consecuencias van más allá de las propias aseguradoras, afecta los costos y distorsiona a toda la actividad y al sistema judicial. Las prácticas fraudulentas han tenido un crecimiento exponencial en los últimos 10 años, según un estudio de diversas cámaras aseguradoras más del 30% de los siniestros son o contienen fraude.

«La lucha contra el fraude es esencial para proteger nuestros recursos y garantizar la integridad de nuestros servicios», destacó **Luis Pierrini, presidente y gerente general de Triunfo Seguros**. Y afirmó: «La prevención y la detección temprana son cruciales, es allí donde debemos enfocar nuestras energías. Estamos concentrados en seguir capacitando a todas las áreas del sistema asegurador para enfrentar estos desafíos de manera eficiente».

Las formas de realizar fraudes al seguro son muy variadas, la creatividad e ingenio pareciera no tener límites. Los esquemas van de los usuales robos de ruedas hasta organizaciones delictivas, donde se exageran lesiones con radiografías, estudios médicos falsos o directamente se miente en los peritajes.

Se destacó la presencia del **Dr. Emilio Riestra, abogado penalista especialista antifraude de seguros** y miembro de las Organizaciones Internacionales IAATI y COPADES; quien manifestó: «El enfoque a través de un área especializada en fraude que trabaje de forma mancomunada entre todas las aseguradoras es esencial para contrarrestarlo».

También se contó con la presencia de la **Dra. Mariana Colomar, Titular del Estudio Jurídico Colomar en Rosario** y Profesora en la UCA, quien afirmó: «El trabajo es arduo y continuo, el objetivo es reforzar y equipar con las herramientas necesarias para enfrentar estos desafíos. Todas las aseguradoras seguimos trabajando en proteger el sector y a los asegurados».

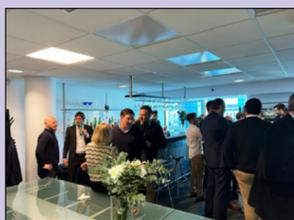
De allí que Triunfo Seguros invierta cada vez más en tecnología de vanguardia. Esto incluye el uso de plataformas digitales con analítica de datos, tecnología de IA entrenada con su propio historial y experiencia siniestral.

El rol de la Justicia

En Argentina, la respuesta judicial frente al fraude en seguros presenta desafíos significativos. Se está trabajando desde la cámara de seguros con el sistema judicial para que haya más sinergia e involucración en la investigación de los casos que se detectan, y así la Justicia pueda tener un rol más protagónico.

Por primera vez, la SSN (Superintendencia de Seguros de la Nación), las cámaras, las aseguradoras y la justicia están en sintonía para combatir el fraude.

Fianzas y Crédito celebró 20 Años de colaboración en el sector



«Tuimos el privilegio de recibir la visita de varias compañías colegas del Ramo Caucción. Este encuentro fue una oportunidad para fortalecer lazos, intercambiar conocimientos y experiencias que enriquecen significativamente nuestro desempeño».

La colaboración activa no solo fortalece la industria, sino que también abre nuevas oportunidades para mejorar la calidad de nuestros servicios.

En Fianzas y Crédito, el trabajo en equipo es uno de los pilares fundamentales que caracteriza nuestra cultura organizacional. Creemos firmemente que este enfoque colaborativo es el camino hacia la innovación continua y el éxito sostenible».

«Celebrando 20 Años de colaboración en el sector, compartimos experiencia, aprendizaje y fortalecemos alianzas».

Breves de Informe

Gabriel Bussola presenta un proyecto de cambio del Código Penal contra el Fraude en Seguros



El fundador y presidente de Libra Seguros presentó un importante Proyecto de Ley para terminar con el fraude en la industria aseguradora.

Libra Seguros continúa con su lucha intensa contra el fraude en la industria aseguradora. A fines del año 2023 obtuvieron un fallo fundamental que sentó un precedente sustancial para la sociedad, todo aquel que simule un robo o siniestro para cobrar el seguro tendrá las consecuencias que correspondan bajo el peso de la ley.

En la actualidad este tipo de delitos fraudulentos está contemplado en el Código Penal Argentino «Cap. IV - Estafas y otras defraudaciones» donde se menciona en el artículo 174 que el delincuente «Sufrirá prisión de dos a seis años» o que «Será reprimido con multa de mil pesos (\$ 1000) como mínimo y quince mil (\$ 15000) como máximo» según el Artículo 175. En este sentido **Gabriel Bussola, Fundador y Presidente de Libra Seguros**, es contundente y sostiene: «La transformación en la industria del seguro en Argentina necesita mucho coraje, y solo así vamos a terminar con el Fraude. Los robos ficticios y la sobrefacturación en reparaciones entre otros, perjudicó y perjudica a las aseguradoras pero sobre todo a la gente que actúa de buena fe. Esto no es justo para nadie y por eso debemos trabajar para defender esta industria que es tan importante para la economía argentina».

Gabriel Bussola: «De ahora en más el ladrón en la industria del seguro también tiene que ir preso. Presentamos un proyecto de cambio del código penal contra defraudaciones a nuestra industria».

Bussola comenta que hay una mala costumbre en la sociedad que se transmite de generación en generación, él describe como «Viveza Criolla». «Todos y cada uno, desde el rol que nos ocupa debemos trabajar por una sociedad mejor, no le enseñes a tu hijo que autorobarse está bien, que total el seguro paga, es un DELITO, es deshonesto. Este proyecto es apenas el comienzo de este largo camino hacia una sociedad más justa, todos desde nuestro lugar tenemos que construir el país que queremos».

El básquet tuvo su noche mágica en la 35° edición del Juego de las Estrellas



La Segunda Seguros acompañó al evento que se llevó a cabo en Zárate durante las vacaciones de invierno y que contó con reconocidas figuras del deporte.

El 25 de julio se llevó a cabo la fiesta de los jugadores y jugadoras del básquet argentino en el Espacio Dam de Zárate, estadio donde se juegan habitualmente los partidos de Liga Nacional de Zárate Basket. El evento se transmitió en vivo por TyC Sports y TyC Sports Play.

Con los mejores protagonistas y todo el color del tradicional evento, el básquet lució en una noche mágica ideal para compartir en familia y celebrar durante las vacaciones de invierno.

Como en los últimos años, además del partido principal, el encuentro contó con los atletas compitiendo en el Torneo de Triples, el Tiro de las Estrellas auspiciado por La Segunda Seguros, el Desafío 3X3 Converse y la Carrera de Habilidades Maro.

Raúl Isaguirre, gerente regional de La Segunda Seguros en La Pampa, expresó: «Estamos muy contentos de poder participar de este evento tan importante para el básquet argentino y seguir acompañando al deporte de la mano de nuestro embajador de marca Manu Ginóbili».

El Juego contó con la presencia de jugadores tales como **Mauro Colosito** (Instituto), **Agustín Brocal** (Zárate Basket), **Fernando Zurbriggen** (ACB de España), **Lucas Arn** (Atenas) y **Kevin Hernández** (San Lorenzo). Además, leyendas de nuestro deporte: **Andrés 'Chapu' Nocioni**, **Héctor 'Pichi' Campana** y **Juan 'Pipa' Gutiérrez**.

Por el básquet femenino dijeron presente **Micaela González** (Ferro), **Carla Miculka** (Unión Florida) y **Florencia Chagas** (Selección Argentina) y **Agustina Marín** (Selección Argentina). Entre lo destacado del evento resalta la presencia de **Rubén Magnano** como uno de los entrenadores, **DT campeón Olímpico en Atenas 2004**.

Zurich presenta Cobertura Argentina, campaña publicitaria que celebra los sesenta años de la compañía en el país



En el marco de su aniversario número sesenta en Argentina, Zurich presenta su nueva campaña publicitaria titulada «Cobertura Argentina». Con un plan intenso de comunicación que incluye televisión, radio, contenidos digitales, prensa y avisos en vía pública, la compañía suiza homenajea el instinto de protección que caracteriza a los argentinos.

«Seis décadas en Argentina demuestran el compromiso de Zurich con nuestros clientes y con el país. Sabemos cómo somos los argentinos: nos gusta brindar una ayuda siempre, cuidar a nuestros seres queridos, estar presentes. Con esto en mente, desarrollamos la campaña cuyo propósito es resaltar el instinto de protección que nos une como sociedad. Celebramos sesenta años en Argentina rindiendo homenaje a aquellos pequeños gestos, propios de nuestra cultura y, al mismo tiempo, reafirmamos nuestra apuesta por el país, nuestros socios y clientes», expresó **Mauro Zoladz, Head of Customer Proposition de Zurich Argentina**.

La campaña celebra la solidaridad distintiva de la sociedad argentina, destacando aquellos favores y 'gauchadas' típicos de nuestro país, como llegar a última hora al banco y que te abran la puerta igual o recibir una mano ante un evento climático. Además, bajo el lema «Protegiendo a los que mejor protegen», el comercial refleja el compromiso de Zurich, líder de referencia en el mercado asegurador, en ayudar a los clientes a proteger lo que es importante para ellos: el hogar, la vida, el auto y los objetos personales.

El spot publicitario, ya está disponible en YouTube, fue desarrollado por *Camping is The New PicNic*, y filmado bajo la dirección de *Welcome. Ver el Spot*.

Ficha técnica

Nombre de la Campaña: **Cobertura Argentina**
Anunciante: **ZURICH**
Agencia: *Camping Is The New Picnic*.
Fundador & CSO: **Diego Luque**.
Equipo Creativo: **José Pereira Torres / Ignacio López Nieves**.
Directora de Estrategia: **Mercedes Santesteban**.
Equipo de Cuentas: **Nicolás Saubidet / Nahuel Pérez Abbas**.
Productor de Agencia: **Roberto Carsillo**.
Productora: **Virgen Films**.
Director: *Welcome ~ Luciano Podcaminsky y Sebastián Schor*.
Productor Ejecutivo: **Martín de Escalada / Diego Peskins**.
Productor: **Juan Curcio**.
Line Producer: **Andrea Palacios**.
Jefa de Producción: **Paula Orlando**.
Director de Fotografía: **Demian Rodestein**.
Corrección de color: **Anahí Piccinin**.
Postproducción: **Nicolás Severino**.
Editor: **Andrés Boera**.
Coordinación de Post: **Alejandro Giorlando**.
Banda: **Sebastián Escofet**.
Responsables por el cliente: **Mauro Zoladz, Adriana Arias, Ezequiel Frascarelli**.

RUS presente en el 1º Congreso Latinoamericano de Seguros Inclusivos, Bolivia

Como aseguradora argentina, **Río Uruguay Seguros (RUS)** fue invitada como conferencista del 1º Congreso Latinoamericano de Seguros Inclusivos que se realiza del 15 al 19 de julio, en Santa Cruz de la Sierra, Bolivia. El evento es organizado por **ABOCOSER, MicroInsurance Network** y **Munich Re Foundation** y cuenta con la participación de líderes visionarios, expertos en seguros y agentes de cambio de todo el mundo comprometidos con la inclusión financiera.

Durante la apertura del Congreso, **Belén Gómez, Doctora en Ciencias Económicas y adscripta a Presidencia Ejecutiva de RUS**, expuso su tesis doctoral refiriéndose al seguro como «inclusivo por naturaleza y el antecedente genuino de la sustentabilidad desde su origen». Posteriormente, **compartió las diferentes prácticas que desarrolla RUS y su estrategia de «Seguros por la Equidad»**.

El Programa de «Seguros por la Equidad» contempla el desarrollo conjunto de **microseguros** que son coberturas accesibles, de fácil contratación y de rápida resolución ante casos de siniestros, a las que pueden acceder personas que trabajan de forma independiente y que no cuentan con una cobertura que las proteja ante determinados riesgos como accidentes, enfermedades, muerte de algún familiar, desastres naturales, entre otros.

En esta línea, **RUS** junto a **Estacubierto.com** inauguró una serie de locales comerciales en los barrios bonaerenses **La Juanita** (Partido de La Matanza), el **Barrio Mágica** (CABA) y el **Barrio Padre Rodolfo Ricciardelli** (CABA), que son atendidos por vecinos que fueron capacitados para tal fin.



Assekuransa

ELEVANDO FRECUENCIA



Contactanos, ¡nos encanta atender tus consultas!

+54 11 5254 5254 | www.assekuransa.com



www.ssn.gob.ar
0800-666-8400
Nº de Inscripción SSN: 771

Grupo San Cristóbal lanza la segunda edición de su programa de pasantías para jóvenes universitarios



La convocatoria está abierta a estudiantes de Buenos Aires y Rosario que tendrán la oportunidad de desarrollarse en distintas áreas dentro de la compañía.

Grupo San Cristóbal, la empresa de seguros y servicios financieros, abrió la convocatoria de la segunda edición de "RADAR", su programa de pasantías para jóvenes talentos que buscan su primera experiencia laboral, a través de proyectos desafiantes en un ambiente diverso y de aprendizaje constante.

La convocatoria está orientada a estudiantes de Buenos Aires y Rosario que estén estudiando las carreras de Ingeniería o Diseño Industrial, Licenciatura en Ciencias de la Computación, Licenciatura en Física, Licenciatura en Matemática, Ingeniería en Sistemas, Contador Público, Administración de Empresas, Licenciatura en Comercialización y Abogacía.

«Con el objetivo de desarrollar y potenciar a nuevos talentos y formar futuros líderes, lanzamos la segunda edición de RADAR. Este programa busca incorporar personas dinámicas y vibrantes que fortalezcan nuestros equipos y aceleren la transformación del negocio», comentó Laura Valeiro, Gerente de Personas y Bienestar de Grupo San Cristóbal, destacando el compromiso de la empresa con la formación y el crecimiento profesional de los jóvenes talentos.

El programa comienza la primera semana de octubre y tiene una duración de 12 meses.

Los links de inscripción son:

- Rosario: Pasantía Control de Gestión: <https://tinyurl.com/2xme2npe>
- Pasantía Riesgo Crediticio: <https://tinyurl.com/22392ouu>
- Pasantía Desarrollo de Negocios: <https://tinyurl.com/226m52vx>
- Pasantía Planeamiento Comercial: <https://tinyurl.com/29vd959o>
- Pasantía Clientes y Canales: <https://tinyurl.com/27wmvsqz>
- Pasantía Analytics (Datos): <https://tinyurl.com/2bajtpdd>

Buenos Aires: Pasantía Administración de Legales: <https://tinyurl.com/2884ujbk>

Pasantía Desarrollo Comercial: <https://tinyurl.com/2aata67s>

La primera edición de RADAR contó con 10 estudiantes, quienes tuvieron la posibilidad de ganar experiencia en el mundo laboral, innovar, aprender y crecer en una compañía líder.

Mercantil Andina rediseña la home de su web de autogestión de Productores

La compañía anuncia mejoras en la plataforma de autogestión para productores SIGMA, enfocadas en optimizar el diseño, la navegación y la experiencia de usuario.



Uno de los objetivos alineados con la transformación digital de la empresa es mejorar la experiencia de usuario. Para esto, el equipo de UX ha desarrollado un sistema de diseño interno (design system/ DS), que permite agilizar procesos, fortalecer la identidad corporativa y asegurar coherencia entre productos y plataformas.

En esta ocasión se han priorizado los accesos más utilizados por los PAS, reubicando las gestiones de emisión diaria y talleres homologados, garantizando así una experiencia fluida y eficiente para los usuarios.

A través de la plataforma SIGMA, los productores pueden realizar cotizaciones, emitir pólizas y gestionar de manera integral su Cartera de asegurados desde cualquier lugar y en cualquier momento.

Mercantil Andina reafirma su compromiso con la excelencia en el servicio al cliente y su adaptación a las últimas tendencias tecnológicas de ofrecer los mejores servicios tanto para sus asegurados como para sus productores de seguros.

Breves de Informe

Transporte de bienes y mercancía: ¿Por qué es fundamental contar con un seguro?



Se trata de una actividad que implica muchos riesgos asociados. Expertos explican por qué es fundamental contar con esta póliza y qué beneficios trae para los comerciantes.

El seguro de transporte de bienes es una póliza diseñada para proteger a los propietarios de mercancías durante su traslado desde el punto de origen hasta su destino final. Se encarga de compensar los riesgos asociados a posibles pérdidas o daños que pueda sufrir la mercadería durante el transporte, ya sea por vía terrestre, marítima o aérea, cubriendo una amplia gama de eventos como accidentes, robos, incendios, vandalismo, y otros incidentes que puedan afectar la integridad o la disponibilidad de los bienes transportados.

La importancia de contar con este tipo de coberturas. El objetivo principal del seguro de transporte de bienes es brindar una protección económica y financiera tanto a los propietarios de las mercancías como a los transportistas. Proporciona un resguardo económico protegiendo el patrimonio de la empresa propietaria de la mercadería, y también asegura la continuidad de las operaciones al evitar interrupciones significativas debido a pérdidas materiales inesperadas.

Además de la protección en el aspecto económico, contratar este tipo de seguros impacta positivamente en la reputación de la empresa, ya que sus socios comerciales la percibirán como confiable y comprometida con la seguridad y la profesionalidad en sus operaciones.

Por último, hay que tener en cuenta que en muchos casos, los contratos de transporte y comercio requieren la contratación de un seguro de transporte de bienes como parte de las condiciones acordadas. Contar con esta cobertura garantiza el cumplimiento de estos requisitos contractuales, facilitando la realización de transacciones comerciales de manera segura y conforme a las normativas establecidas.

¿Este tipo de cobertura es obligatoria en Argentina? En muchos países, la legislación no obliga explícitamente a las empresas de transporte de mercaderías a contar con un seguro de transporte de bienes. En el caso de Argentina, la legislación sobre el seguro de transporte de bienes no establece una obligatoriedad generalizada para todas las empresas de transporte. Sin embargo, se deben tener en cuenta las normativas vigentes que pueden requerir la contratación de seguros de transporte en ciertas circunstancias. Por ejemplo, en el caso de transporte internacional o de mercancías específicas reguladas por normativas particulares, como productos químicos o peligrosos, es común que se exija la contratación de un seguro de transporte.

Tipos de cobertura. En el caso de La Perseverancia Seguros, la compañía con más de 118 años de trayectoria, ofrece una cobertura básica que incluye la protección contra pérdidas y averías de los bienes y mercaderías transportadas.

Además, es posible contratar una franquicia adicional sobre esta cobertura, que varía dependiendo del tipo de bienes y/o mercaderías. Por último, también ofrecen una cobertura opcional contra robos. Esta póliza es aplicable tanto si el transporte se realiza con medios propios como de terceros.

«El seguro de transporte de bienes es una herramienta indispensable para proteger la integridad financiera de las empresas que se dedican al comercio y la distribución de mercancías», comenta Adalberto Bruzzone, director de la aseguradora líder en el mercado. «Además de ofrecer protección financiera y tranquilidad, también asegura el cumplimiento de contratos y normativas, fortaleciendo la reputación y la confiabilidad de la empresa», concluye. Si se desea conocer cómo contratar un seguro de transporte de bienes, ingresar a la web de La Perseverancia Seguros.

Sancor Seguros se suma otro año más a la campaña ambiental y social #EIOTroFrio



«El compromiso de todos ayuda a aliviar #EIOTroFrio, por eso en Sancor Seguros participamos, desde su surgimiento, de esta iniciativa que impulsa el Consejo Publicitario Argentino junto a organizaciones sociales y empresas».

Alrededor de 20 oficinas de Sancor Seguros y oficinas de Productores Asesores de Seguros y Organizaciones que forman parte de su cadena de valor- en Ciudad de Buenos Aires y Gran Buenos Aires- son puntos de recolección para que las personas dejen sus sachets de leche o yogurt vacíos y limpios. Estos sachets serán reutilizados por personas privadas de su libertad en proceso de reinserción para fabricar protectores aislantes. Los mismos son distribuidos luego por voluntarios de las asociaciones civiles 'Fundación Espartanos', 'Caminos Solidarios Argentina', 'Amigos en el Camino', 'Justicia Restaurativa Argentina' y 'Red Activos' a personas en situación de calle. Este circuito se realiza durante todo el año.

La campaña transita su 5ta. Edición con resultados muy positivos. En 2023 se recolectaron más de 580 mil sachets, lo que ha permitido fabricar y distribuir protectores aislantes desde los primeros días de frío de este año. Para formar parte de esta iniciativa, se puede dejar los sachets limpios en las cajas especialmente identificadas con la campaña ubicadas en las siguientes direcciones de Sancor Seguros y horarios de atención (de lunes a viernes):

SANCOR SEGUROS Sucursal Capital Federal	Av. Córdoba 1776	9.30 a 17 hs.
SANCOR SEGUROS Sucursal Capital Federal	México 139	9.30 a 17 hs.
SANCOR SEGUROS Oficina Comercial San Isidro	Av. Libertador 15802 (esq. Roque Sáenz Peña)	9.30 a 17 hs.
SANCOR SEGUROS Oficina Comercial Quilmes	H. Irigoyen 501 esq. Nicolas Videla.	9.30 a 17 hs.
SANCOR SEGUROS Oficina Comercial La Plata	Av. 13 N° 33 y 1/2 entre calles 32 y 33.	10.30 a 16 hs.
SANCOR SEGUROS Oficina Comercial Pilar Buenos Aires	Colectora Panamericana Km 53 (12 de octubre 785 esq. Las Piedras)	9.30 a 17 hs.
SANCOR SEGUROS Oficina Comercial Temperley	H. Yrigoyen 9976	9.30 a 17 hs.

Oficinas de Organizadores y Productores de Sancor Seguros en Ciudad Autónoma de Buenos Aires y provincia de Buenos Aires pertenecientes a AOSS (Asociación de Organizadores de Sancor Seguros) y AMPASS (Asociación Mutual de Productores Asesores de Sancor Seguros):

Natuche Seguros	2 de abril 46 - Garín	10 a 13 y 16 a 20 hs.
Organización Montini	Av. Varela 456 - Campana	13.30 a 17 hs.
Organización Montini	Colectora Oeste 810 - Loma Verde	8 a 17 hs.
Organización Montini	Av. San Martín 409 - Escobar	8 a 17 hs.
Marina Koenig	Nicasio Oroño 1110 Piso 2 - CABA	10 a 16 hs.
Organización de Seguros Fénix	Cullen 5209 1º G- CABA	10 a 17 hs.
Organización Alcaraz	Av. Emilio Castro 6089 - CABA	10 a 18 hs.
Organización Subat	Huzaingó 1558 Locales 5 y 6 - Lanús Este.	9 a 13 y 14 a 17 hs.
Claudio Lotti	Av. Boedo 1625 - CABA	10 a 18 hs.
Oscar Furman	Av. Libertador 3421 - Vicente López.	09.30 a 17.30 hs.
Elvira Monsalve	Av. Santa Fe 2940 - 1º D - CABA.	14 a 18 hs.
Organización Straini	Diagonal 92 (ex 25 de Mayo) 38 - City Bell - La Plata.	10 a 17 hs.
Ramón Aquino	Rivadavia 534 - Cañuelas	9 a 13 y 14 a 17.30 hs.
María Cassani	San Martín 440 - Cañuelas	9 a 16 hs.
Genta Nicolaci	San Martín 2848 - Florida	9 a 18 hs.

Para conocer otros puntos adheridos y obtener más información de la campaña podés ingresar a <https://elotrofrío.org.ar/> ¡Entre todos podemos aliviar #EIOTroFrio! ¡Sumate vos también!



CONTA CON LA RED DE ASISTENCIA VIAL MÁS COMPLETA DEL PAÍS



Airbnb y los Seguros: Desafíos y oportunidades para los PAS



La evolución del mercado de alquileres temporarios con plataformas como Airbnb obliga al sector asegurador a innovar. ¿Cómo deben responder los Productores Asesores de Seguros? En un contexto de creciente complejidad en el que tanto las tecnologías como los cambios en los usos y hábitos de la gente han hecho que el mundo asegurador tenga que adaptarse para seguir funcionando, la situación de los alquileres temporales y la popularidad de servicios como Airbnb suman una dificultad extra para el PAS.

Mientras que en la última década la llegada de la empresa creció de sobremanera (pensemos que actualmente hay más de 5 millones de anfitriones y más de 7,7 millones de anuncios activos en la plataforma en más de 100.000 ciudades y un total aproximado de 150 millones de usuarios en todo el mundo), también lo hizo su impacto en las ciudades. ¿Los resultados? Gentrificación, encarecimiento de alquileres en ciertas zonas de algunas de las ciudades más visitadas en el mundo, y también, recientemente, problemas con las poblaciones locales que cuestionan tanto la sostenibilidad ambiental como la alteración de la cultura local debido a las hordas de turistas que viajan a sus países. Basta como botón de muestra y noticia más reciente, los ataques contra turistas que ocurrieron durante la protesta convocada en Barcelona, España, hace unas semanas, bajo el lema «Decrecimiento turístico ya» (con mensajes como «Tourism kills the city» o «Tourists go home»), se disparó también, entre otras cosas, contra los alquileres temporarios y especialmente Airbnb. Ya se habla inclusive de «turismofobia» y es probable que este sentimiento se extienda cada vez por todo Europa, no solo España. También ya son varios los países que vienen tomando medidas regulatorias para limitar el uso de Airbnb a ambos lados del océano.

Estado de situación y mercado asegurador

El mercado asegurador requiere también adaptarse a estas nuevas tendencias y el productor de seguros por su cercanía al asegurado y su formación técnica tiene un rol fundamental en dicho cambio. Respecto de la consulta sobre qué seguro hay que contratar en un departamento de alquiler temporal del tipo Airbnb, el punto clave en esta cobertura es el asesoramiento, entendiendo que el mercado se divide básicamente en la cobertura de viviendas particulares y transitorias; y que cuando nos encontramos con clientes que deciden alquilar en forma temporal tipo Airbnb debemos salir del combinado familiar y migrar hacia una póliza integral de comercio debido al carácter comercial que implica esta modalidad de uso, como primera medida.

«Esta modalidad de alquiler se profundizó luego de la cuarentena del 2020 donde la forma de vacacionar cambió por varios motivos, entonces quienes tienen una casa en un barrio cerrado, un departamento en la costa atlántica o una cabaña en Bariloche decidieron alquileres básicamente temporarios de baja estadia. Comenzamos a recibir gran cantidad de consultas de colegas que se veían en la necesidad de tener que anular pólizas vigentes de la sección combinado familiar y pasar a integrales de comercio, lo que generaba una desconformidad general de los asegurados entendiendo que nuestra rigidez contractual no estaba a la altura de lo que estaba pasando en el mercado de alquileres quedando la sensación de que nos cuesta aggiornarnos a estas nuevas modalidades de consumo», sigue Walter Pizzi, PAS y miembro de la misma comisión técnica de AAPAS.

De esta manera, en un combinado familiar la cobertura de responsabilidad civil hechos privados alcanza a los terceros en forma extra-contratual pero, al tener alquilada la vivienda (tenga firmado o no el contrato de alquiler temporal), debemos migrar a la responsabilidad civil comprensiva por ser esta una actividad comercial para cubrir a terceros, similar a los integrales de hosterías, hoteles. Para cubrir a los inquilinos el propietario debe contratar una póliza de responsabilidad civil de locación o arrendamiento.

Algunas cuestiones a tener en cuenta:

- Daños a piezas de Arte y objetos de valor existentes en la propiedad.
- En caso de tener embarcaciones de placer en la propiedad con uso por parte de los huéspedes
- Daños causados por mascotas (existen huéspedes que viajan con sus mascotas)
- Pérdida por cancelación
- Robo a los bienes de los inquilinos*

(* Hay algunas pólizas disponibles en el mercado que cubren hasta un porcentaje de la suma asegurada de robo contenido general, 20 o 25% en algunos casos.

Consejos para los PAS: ¿qué cosas debemos tener en cuenta?

Yendo a la práctica e imaginando posibles escenarios que podrían acontecer a los PAS, considerando rechazos de siniestros en este tipo de circunstancias, ¿cómo se debería proceder?

«Un caso que nos hizo llegar un socio en un duplex alquilado en forma temporal, donde hubo una rotura de una raja de una ventana del patio por la que entraron ladrones robando bienes muebles del asegurado, electrodomésticos etc, se procedió a hacer la denuncia a la aseguradora y al llegar

Breves de Informe

el liquidador y verificar que se trataba de un 'inquilino' no avanzó con la liquidación y se rechazó el siniestro por retención/agravación del asegurado por no haber declarado el uso comercial de la vivienda transitoria, ya que la había transformado en una actividad comercial. Aquí vuelvo al origen de la problemática que estamos abordando, si hubiéramos tenido en cuenta que, como mercado debemos adaptarnos a estas nuevas modalidades de consumo empatizando con la sociedad, hoy tendríamos un cliente que seguramente estaría satisfecho», reflexiona Marcelo Garasini, coordinador de la comisión técnica de AAPAS.

En conclusión consideramos que dicha cobertura debe contener como mínimo:

- **Póliza Integral de Comercio:** Actividad casa de Familia, Hostería, Hotel (esto depende de la descripción del riesgo que tiene cada aseguradora ya que no hay uno específico para el caso que nos ocupa).
 - **Seguro de Responsabilidad Civil Comprensiva,** que puede ser como póliza independiente o dentro del integral de comercio, y aplicar adiciones de cobertura de acuerdo al análisis de riesgo que se realiza previamente a la suscripción.
 - **Seguro de Responsabilidad Civil Arrendamiento** para cubrir a los huéspedes / inquilinos temporarios.
 - Además debemos poner en conocimiento a asegurados y asegurables del carácter contractual de la actividad. Es deber de seguridad del propietario, mantener calefones y equipos que se pueden dañar con los mantenimientos preventivos correspondientes, y explicar el concepto de los Institutos de Retención y Agravación del Riesgo consagrados en la ley de seguros.
- En relación a las coberturas de RC Arrendamiento disponibles en el mercado hoy, es un tema que se está estudiando y que incluso desde AAPAS será evaluado en las próximas reuniones de la comisión técnica. La idea es proponer una póliza única, ya que hoy por hoy el mercado no tiene este producto.

Galicia Seguros, en alianza con Beta Strategy, presenta un nuevo Programa de formación para el Desarrollo Comercial de Productores Asesores de Seguros (PAS)



Galicia Seguros lanza un nuevo programa de Desarrollo Comercial con el objetivo de potenciar el negocio de los Productores Asesores de Seguros (PAS). Se realizará en formato presencial con una duración de 4 clases de 4 hs cada una (de 9 a 13hs), y está dirigido a PAS que están iniciando su actividad.

«Vivimos en un entorno en constante cambio, donde las necesidades y deseos de las personas aseguradas evolucionan rápidamente. Estos cambios coinciden con innovaciones significativas en productos y canales. En un contexto tan desafiante, el productor de seguros necesita habilidades comerciales avanzadas y un enfoque innovador de los negocios que vaya más allá del conocimiento técnico del seguro», sostuvo Lucas Di Bin, Gerente Técnico y Comercial de Galicia Seguros.

El programa fue especialmente diseñado para ayudar a los participantes a ampliar sus habilidades comerciales incluyendo un enfoque innovador del negocio que complementa sus conocimientos técnicos del seguro. Ofrecerá módulos enfocados en la identificación de segmentos de mercado con alto potencial, la aplicación de técnicas avanzadas de venta, la optimización de la gestión con los clientes asegurados y el desarrollo de la cartera. Además, posibilitará a los PAS que se están iniciando definir su modelo de negocio, mejorar sus habilidades de venta y gestión de los clientes, desarrollar una marca personal sólida e incrementar su productividad y eficiencia. Con esta iniciativa, Galicia Seguros reafirma su compromiso de fomentar el crecimiento de su Canal de Productores, apoyándolos en su esfuerzo continuo por elevar la calidad del asesoramiento y el servicio que ofrecen a los clientes.

La capacitación estará a cargo de Daniel Eduardo Cassieri, Ingeniero (UNLP), MBA por la UCEMA y Máster en Economía por ESEADE, además de Productor Asesor de Seguros. Con más de 30 años de experiencia profesional, ocupó posiciones gerenciales en áreas comerciales y en el directorio de empresas del sector asegurador. A lo largo de su carrera, ha formado y capacitado a cientos de asesores comerciales y fue conferencista invitado en seminarios nacionales e internacionales sobre su especialidad. Actualmente es director ejecutivo de la consultora Beta Strategy.

Los PAS que asistan a las 4 sesiones recibirán un certificado que acredite su participación y finalización exitosa del programa.

Detalles del Programa

- Duración: 4 semanas, con sesiones de 4 horas cada una.
 - Fechas: 6,14, 21 y 27 de agosto
 - Horario: 9:00 a 13:00hs.
 - (Actividad exclusiva para PAS vinculados a Galicia Seguros).
- Actividad no arancelada, pero con inscripción previa.

La SSV revocó la autorización para operar a Boston Seguros



A través de la Resolución 335/2024 publicada en el Boletín Oficial el jueves 25 de julio de 2024, la Superintendencia de Seguros de la Nación (SSN) revocó la autorización para operar en seguros a Boston Compañía Argentina de Seguros Sociedad Anónima (Cuit 30-50000111-5), con domicilio en Suipacha 268 3º piso.

En su artículo 2º, la Resolución 335/2024 prohíbe a Boston Seguros realizar actos de administración respecto de sus Disponibilidades, a cuyos fines se dispone la Inhibición General de Bienes para alcanzar la totalidad de sus cuentas bancarias incluyendo las cuentas corrientes, haciéndole saber que no podrá mantener en el rubro Caja importe superior al Fondo Fijo que a la fecha haya aprobado, por lo que cualquier saldo que lo exceda debe ser ingresado en cuenta bancaria a su nombre, dentro de las 24 horas hábiles.

La revocación de la autorización para operar en los términos del artículo 1º implica su disolución automática en los términos del artículo 163 inciso j) del Código Civil y Comercial de la Nación y su inmediata liquidación forzosa, conforme los artículos 49, 51 y 52 de la Ley N° 20.091, artículo 167 del Código Civil y Comercial de la Nación y artículo 101 de la Ley N° 19.550, debiendo abstenerse de celebrar actos de disposición de sus bienes como también los de administración que se le prohíben, hasta tanto la Superintendencia de Seguros de la Nación asuma su liquidación conforme lo dispuesto por el mencionado artículo 51 de la ley citada, bajo apercibimiento de incurrir en las responsabilidades que pueda caberle según las normas penales y las que corresponden a su régimen societario.

Se deja constancia de que la presente Resolución es recurrible en los términos de los artículos 83 y 86 de la Ley N° 20.091, en cuyo caso, el eventual recurso de apelación deberá presentarse en soporte papel ante la Mesa de Entradas del Organismo, o bien, a través de la modalidad TAD (Trámites a Distancia), como «Presentación de descargos, contestación de requerimientos e interposición de recurso directo Artículo 83 de la Ley N° 20.091 ante la Subgerencia de Sumarios».

Considerandos

Algunos de los motivos expuestos por el Organismo de Control que dieron lugar a revocar la autorización para operar a Boston Seguros son:

- Que la aseguradora, a más de haberse sustraído a la obligación de honrar sus compromisos con asegurados y damnificados, en el marco de una situación financiera deficitaria que se le determinara, se puso de manifiesto con severas irregularidades en materia de registros, contabilidad, movimiento de fondos, gestión administrativa y control interno, de suerte tal que a esta altura el desorden acreditado implica que se ha colocado en una situación de marginalidad normativa con la consiguiente imposibilidad de determinarse su real posición frente a las relaciones técnicas que le son exigibles.

- Que registró demora en el cumplimiento de sus obligaciones de pago de montos de condena derivados de sentencias judiciales firmes, con la gravedad que dicha circunstancia conlleva para sus asegurados.

- Que la entidad registró un sin número de cheques rechazados por falta de fondos y pedidos de quiebra y/o liquidación forzosa en el marco de la Justicia Nacional de Primera Instancia en lo Comercial.

- Que en este contexto y oportunamente en el entendimiento de que la situación hacía presumir dificultad de liquidez ante la mora y/o incumplimiento de pagos, se dictó la Resolución RESOL-2024-155-APN-SSN#MEC de fecha 21 de marzo, prohibiendo a Boston Seguros realizar actos de disposición respecto de sus inversiones, a cuyos efectos se dispuso su Inhibición General de Bienes.

- Que luego, habiéndose advertido irregularidades en la administración, se dictó la Resolución RESOL-2024-183-APN-SSN#MEC de fecha 12 de abril, a través de la cual se dispuso respecto de la aseguradora la Prohibición de Celebrar Nuevos Contratos de Seguro.

- Que ambas resoluciones fueron confirmadas por la Excelentísima Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial -Sala A- con fecha 22 de mayo de 2024, a través de los Expedientes N° 7587/2024 y 7961/2024, respectivamente.

- Que posteriormente tuvieron lugar nuevos encuadres e imputaciones que obedecieron a nuevas demoras e incumplimientos en el pago de condenas judiciales firmes y liquidaciones de siniestros.

Texto completo Resolución 335/2024



profile
profile

SAVVY

Un mix de texturas y sabores



con carnes y platos con acento mediterráneo y toques de autor.

Savvy no es sólo un lugar para comer, es una oportunidad para explorar nuevas fronteras gastronómicas, donde cada detalle de su espacio está cuidadosamente pensado.

Nombre

El nombre del lugar hace alusión a «rel que sabe» y se refiere a una propuesta «para entendidos». Inspirado en el concepto del bon vivant francés, la premisa es que sus visitantes se abstraigan del ruido de la ciudad y logren conectar con el placer. Para ello, se ofrece una experiencia integral con un estilo vanguardista.

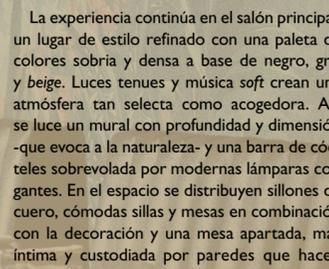
Ambiente

Al llegar a la locación en la calle Pacheco de Melo 2814, se observa una fachada imponente, minimalista y enigmática, en la que una gran pared gris con el logo de la marca



y una puerta alta invita a descubrir lo que se esconde detrás de ella. Al entrar, un patio abierto con detalles finamente cuidados da la bienvenida a los visitantes.

La ambientación contempla un atractivo jardín vertical, un sillón alargado en tonos grises con cojines naranjas, mesas de cemento alisado con sillas confortables -ideales para parejas o grupos pequeños- y una llamativa barra de cocktails con una cuidada iluminación.



las veces de cava de vinos, desde donde se visualiza el patio exterior.

ficha técnica	
NOMBRE	SAVVY Restaurant & Bar
DOMICILIO	Pacheco de Melo 2814, Recoleta Ciudad Autónoma de Buenos Aires, República Argentina
RESERVAS	https://linktr.ee/savvy.ba
ESPECIALIDAD	Cocina & Cofectelería de Autor
VIARIOS	Salón / Barra de Cocktails de Autor. Patio interno con mesas al aire libre. Cava de Vinos propia. IG: @savvy.ba
HORARIOS	Miércoles a Sábados de 19 a 02 horas.

Una experiencia integral con estilo vanguardista



Entre las **Entradas**, sobresale el *Tiradito de pesca del día con lima, cilantro, cebolla morada y reducción de soja*; los *tentáculos de Pulpo con papas rissolee y pimentón ahumado*; y las *Ostras frescas con salsa Tabasco y vinagreta de mostaza antigua*. También las *Mollejas con mermelada de cebollas rojas sobre budín de maíz*; la *provoleta Savvy con pesto*, *fonduta de tomates y rúcula en vinagreta de mostaza*, entre otros.

En el apartado de **Platos Principales** hay opciones como la *Ensalada de hojas verdes con frutas, burrata y queso bruleado más una garrapiñada de almendras*; *Pesca del día con puré de brócoli*; *Risotto de hongos*; *Papa rellena con stroganoff de pollo, espejo de salsa de espinaca y lluvia de papas pay*; o el *Ojo de bife con milhojas de papa*. Uno de los protagonistas del festín es la *Tortuguita braseada con puré trufado*.

Sus **Postres** son el cierre perfecto y entre las dulzuras se destaca el *Volcán de dulce de leche con helado de pistacho*; el clásico *Flan de leche condensada con crema de dulce de leche y crema chantilly*; la *Creme Brûlée* y la *Pavlova*.

Cocktails & Vinos

Por otro lado, la **coctelería de Savvy brilla con luz propia**. El menú ofrece cócteles clásicos, refrescantes y de autor, además de

aperitivos y una sección dedicada a los amantes del gin. Cabe mencionar el *cocktail Cigar Fashioned* (Johnnie Walker Red Label, bitter Angostura, almibar y ahumado de tabaco),

el *Especiado* (Gin Aconagua, pimienta de Jamaica y cardamomo) y el *Armonía* (Johnnie Walker Red Label, earl grey, miel de jengibre, limón y ahumado), entre otros.

De miércoles a sábados entre las 19 y las 21 horas, ofrecen un **happy hour en cócteles seleccionados acompañados de una selección de tapas**, pensado para el momento del *after office*. Entre las opciones se encuentran las empanadas rellenas de tortuguita desmechada acompañadas de salsa picante; el queso brie y queso tipo gorgonzola con maridajes, y mucho más.

A su vez, y de la mano de **Valeria Mesones**, nace la carta de vinos que propone etiquetas de bodegas de renombre y reconocidos *winemakers*, como Catena Zapata, Salentein, Riccitelli Wines, Ravera Wines y más.

Savvy se presenta como un espacio *chic* e íntimo que promete convertirse en el destino predilecto para aquellos que busquen relax y una experiencia gastronómica especial. 🍷



Algunas cosas cambian, otras no.

Gracias por seguir apostando a que la revista argentina sea un medio de información, entretenimiento y debate.

¡Felicitamos a **Revista Informe Operadores de Mercado** por sus **32 años de vida!**



sancorseguros.com.ar



Nº de inscripción en SSN
0224

Atención al asegurado
0800-666-8400

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





TU TRANQUILIDAD CRECE.

www.galenoseguros.com.ar

infor32e

operadores de mercado



TU TRANQUILIDAD CRECE.

www.galenoseguros.com.ar

Mariana García

Soltera - 33 Años - 1 Hija (Juana) - Signo Sagitario (04-12-1990)
Ejecutiva de Ventas Bahía Blanca de Rivadavia Seguros



• **UN HOBBY**

Tocar la guitarra

• **LA JUSTICIA**

Lo más importante

• **SU MAYOR VIRTUD**

Compromiso

• **LA SEGURIDAD**

Me preocupa

• **AVIÓN O BARCO**

Avión

• **VESTIMENTA FORMAL O**

INFORMAL

Jeans y remera

• **UN SER QUERIDO**

Mi mamá

• **ACTOR Y ACTRIZ**

John Adams y Esther Goris

• **UNA ASIGNATURA PENDIENTE**

Ser Abogada

• **LA MENTIRA MÁS GRANDE**

Que voy a planchar

• **NO PUEDO DEJAR DE TENER...**

Tiempo

• **UN SUCESO DE SU NIÑEZ QUE**

RECUERDE HASTA HOY

Atrapar bichos de luz

• **SU RESTAURANTE FAVORITO**

PARA CENAR

El Mundo de la Parrilla, Bahía Blanca

• **LA MUERTE**

Un dilema

• **EL MATRIMONIO**

Lindo gesto

• **LA INFLACIÓN**

Mal acostumbrada

• **TENGO UN COMPROMISO CON...**

Mi familia y mi trabajo

• **¿EN QUÉ PROYECTO NUNCA**

INVERTIRÍA DINERO?

En un videoclub

• **EL PASADO**

Pasado

• **EL DÓLAR**

Por las nubes

• **LE TENGO MIEDO A...**

Los roedores

• **LOS HOMBRES EN EL TRABAJO**

SON MEJORES QUE LAS MUJERES

Las capacidades no se miden por

el género

• **EL FIN DEL MUNDO**

Una incertidumbre

• **UN PERSONAJE HISTÓRICO**

Eva Perón

• **EN COMIDAS PREFIERO...**

Asado

• **UNA CANCIÓN**

«Hasta la Raíz»

• **PSICOANÁLISIS**

Útil

• **ME ARREPIENTO DE...**

Nada

• **LA INFIDELIDAD**

No permitida

• **ESTAR ENAMORADO ES...**

Hermoso

• **LA CORRUPCIÓN**

Eradicarla

• **UN RIESGO NO CUBIERTO**

La deslealtad

• **EN TEATRO**

Bandas musicales

• **ESCRITOR FAVORITO**

Brian Weiss

• **¿QUÉ MALA COSTUMBRE**

LE GUSTARÍA DEJAR?

Tabaco

• **UN PROYECTO A FUTURO**

Viajar

• **¿QUÉ COSA NO PERDONARÍA**

NUNCA?

La mentira

• **LA CULPA ES DE...**

Mía

• **MEJOR Y PEOR PELÍCULA**

QUE VIO ÚLTIMAMENTE

La Sociedad de la Nieve /

No la recuerdo por ser tan mala

• **LA TRAICIÓN**

No ha lugar

• **MI MODELO PREFERIDA...**

Mi hija

• **¿CUÁL FUE EL ÚLTIMO**

LIBRO QUE LEYÓ?

«Muchas Vidas, Muchos Maestros»

• **SU BEBIDA PREFERIDA**

Cerveza

• **EL AUTO DESEADO**

Jeep Renegade

• **UN FIN DE SEMANA EN...**

Córdoba

• **DIOS**

Fiel compañero

• **MI MÚSICO PREFERIDO ES...**

Luis Alberto Spinetta

• **EL CLUB DE SUS AMORES**

Boca Juniors

• **EL PERFUME**

Good Girl, Antonio Banderas

• **LA MUJER IDEAL**

No existe

• **RED SOCIAL PREFERIDA**

Instagram

• **SI VOLVIERA A NACER, SERÍA**

Mariana García

• **UN SECRETO**

Es secreto

• **¿QUÉ ES LO PRIMERO**

QUE MIRA EN UN HOMBRE?

La cara

• **EN DEPORTES PREFIERO...**

Básquet

• **EL LUGAR DESEADO PARA**

VIAJAR

Playa y sierras juntos

• **¿QUÉ ES LO QUE MÁS APRECIA**

DE SUS AMIGOS?

Lealtad

• **UN MAESTRO**

Diego Wladimir Tscherswinski

• **UNA CONFESIÓN**

Duermo con ventilador todo el año

porque el ruido me relaja

• **NO PUEDO**

Decir «No Puedo»

• **EL GRAN AUSENTE**

El miedo

• **MI PEOR DEFECTO ES**

La impaciencia

• **MARKETING**

Imprescindible

• **¿QUÉ REGALO LE GUSTARÍA**

RECIBIR?

Flores

• **¿QUÉ TÉCNICA DE**

RELAJACIÓN TIENE?

Respiración con música

• **DE NO VIVIR EN ARGENTINA...**

¿QUÉ LUGAR DEL MUNDO

ELEGIRÍA?

Uruguay

BBVA Seguros

Seguro de Hogar

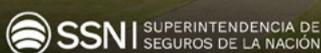
40% off en los primeros 3 meses

Cotizá tu Seguro de Hogar 100% online



N° de inscripción SSN 0396 www.argentina.gob.ar/ssn

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



Promoción válida en la República Argentina hasta el 30/09/2024 inclusive, para quienes contraten un nuevo Seguro de Hogar con débito automático de tarjeta de crédito, en BBVA Seguros Argentina S.A. El beneficio a otorgar será de un descuento del 40% sobre la prima en las tres primeras cuotas. No combinable con otras promociones. Para más información consulte en www.bbvasseguros.com.ar. Aseguradora: BBVA Seguros Argentina S.A. CUIT 30-50006423-0 Av. Córdoba 111, Piso 22 (C1054AAA) - C.A.B.A.