

ACTIVIDADES

Múltiples actividades de AAPAS a través de videoconferencias y canales online

ACTUALIDAD

Bonificaciones de tarifas: la pandemia y el artículo 34 de la Ley de Seguros

PROTAGONISTAS

Marcelo Larrambebere, Director General de PROF Grupo Asegurador

FUERA DE FOCO

El "Mundo APP" de Martín Ferrari, CEO de 123Seguro

SEGUROS

AAPAS

Año LII . 2020

Número 318

Editada por la Asociación
Argentina de Productores
Asesores de Seguros



La unión hace a la fuerza

Organizadores y Sociedades de Productores, con peso específico propio, conformaron una comisión de trabajo de AAPAS para debatir ideas, preocupaciones comunes y lograr mayor representatividad. Se da en un contexto de pandemia en donde se realza más que nunca la figura del PAS, potenciada por las herramientas digitales.

La medicina prepaga que se adapta a vos.



Prevención Salud

de SANCOR SEGUROS

Contactate con tu Productor Asesor o llamá al 0810 888 0010 | prevencionsalud.com.ar   
Superintendencia de Servicios de Salud | 0800 222 SALUD (72583) | www.assalud.gob.ar | N° de Inscripción RNEMP: 1679

El seguro en tiempos de pandemia



— Nos encontramos insertos en un escenario nunca pensado, atravesados por una pandemia que, nacida en China, se esparce por el mundo.

Hemos tenido la suerte de que nuestro gobierno actuara responsablemente y en forma inmediata. Esto hizo que en nuestro país no adquiriera la gravedad, por lo menos hasta el momento, como sucedió en otros países.

Ante este contexto, a nosotros nos concierne entender cómo debemos responder en nuestra actividad como Productores Asesores.

Con clientes que en muchos casos ven comprometida totalmente su actividad económica, como así también con el desafío de manejar nuestras oficinas a distancia.

Desde AAPAS, rápidamente nos comunicamos con los organismos de control y con las aseguradoras, para que den mensajes concretos sobre el rol del seguro en la pandemia y cómo actuar en el marco del aislamiento social obligatorio.

No podemos entender el empecinamiento de ciertos medios de comunicación para desprestigiar a nuestro sector, mal informando a la sociedad sobre los alcances de la cobertura, para luego continuar con la imprudente obligación de bajar costos sin análisis técnico alguno.

El mercado hoy debe afrontar pérdidas de pólizas, debido a la inactividad de muchas industrias y comercios, rebajas de cuotas, caídas de cobranza y, en Riesgos del Trabajo, con el traslado de una parte de casos de coronavirus. Esto último, no contemplado en las tasas de los contratos vigentes, sumado a que desconocemos si será suficiente el fondo de reparo existente para afrontar esas contingencias.

¿Hay alguna intencionalidad en todos estos comentarios mediáticos? Realmente, no tenemos la respuesta, pero no creemos que sea solo cir-

cunstancial. Si bien debemos destacar que hemos recibido el permanente apoyo de las compañías de seguros durante todo este período, lo cierto es que fuimos solamente los Productores Asesores de Seguros quienes alzamos la voz.

Sí. Hemos hecho escuchar la voz del PAS desde el primer día, desmintiendo cada uno de estos embates. Desde la exclusión de cobertura para los que tenían la prohibición de circular, hasta la obligatoriedad de los descuentos. Siempre, con el objetivo de defender nuestra actividad y a todo el mercado asegurador. Lamentablemente, el nivel de respuesta no subsana el daño realizado, pero deben estar tranquilos que no hemos estado callados y logramos aparecer, dar la cara y responder en diferentes medios.

Asimismo, ante la exigencia de algunos bancos de contratar un seguro como condición del otorgamiento de un crédito a nuestro cliente, o bien con el argumento de rebajar la tasa, hemos realizado una presentación a Defensa de la Competencia. Este organismo nos exige acercarnos denuncias concretas de este accionar, y por ello hemos habilitado un sitio web (www.denuncias.com.ar) para que cada PAS pueda cargar allí sus casos.

Los Productores Asesores tenemos que seguir manteniendo alrededor de 150.000 empleados, pagando alquileres y gastos, por lo cual no podemos admitir rebajas en nuestros ingresos más que la derivada de la parálisis económica de las empresas clientes.

En estos momentos, donde los 0800 de otros simples vendedores del mercado no responden, **LOS PRODUCTORES ASESORES DE SEGUROS ESTUVIMOS, ESTAMOS Y SEGUIREMOS ESTANDO AL LADO DE NUESTRO CLIENTE DURANTE TODO ESTE PERÍODO DE PANDEMIA, AQUÍ EN ARGENTINA Y EN CADA LUGAR DEL MUNDO DONDE DIGNIFICAMOS NUESTRA PROFESIÓN.** ■

ROBERTO SABA, Presidente de AAPAS

Staff Contenidos

DIRECCION PERIODISTICA
Realización Integral



Comité Editorial

AAPAS:

Roberto Saba
Sebastián Del Brutto
María Julia García Vilariño
Nicolás Saurit Román
Nilo Sidero

100% SEGURO:

Hernán Fernández
Leonardo Redolfi

Colaboradores

Anabella Carpenito
Sandra Riedel
Samanta Ergas

Fotografía

Javier Heinzmann

Datos generales

Dirección, redacción, publicidad y administración: Bolívar 332, 4° piso (C1066AAH), CABA, Argentina.
Tel: 011 4343-7780/8040
Mail: revistaseguros@aapas.org.ar
Web: www.aapas.org.ar
Registro de propiedad intelectual N° 2.284.393

Diseño: Red Brand

www.redbrand.com.ar

Pre/Impresión: LatinGráfica

www.latingrafica.com.ar
Rocamora 4161 (CP 1184), CABA.

La dirección de la revista no se responsabiliza por las opiniones o los conceptos que expresan los entrevistados en los reportajes, ni por el contenido de los artículos firmados. Son puntos de vista personales y no reflejan necesariamente la opinión de la C.D. de AAPAS. La publicidad no implica vinculación ni defensa de los intereses de los auspiciantes. Queda expresamente prohibida la reproducción parcial o total de cualquier material sin previa autorización.

Consulte toda la información de AAPAS y del mercado asegurador en: www.aapas.org.ar



PORTADA . COMISIÓN DE SOCIEDADES

La unión hace a la fuerza

AAPAS

Se relanza en AAPAS la Comisión de Sociedades de Productores, por **Roberto Saba** › 32

COLUMNNA

Juntos, en busca de mayor representatividad, por **Mariano De Luca** › 36

BROKERS

El asesoramiento con respaldo digital, más importante que nunca en tiempos de cuarentena › 40

NOVEDADES
en cuarentena

88

VIDRIERA
pre-cuarentena

110

COMISIÓN DIRECTIVA

114

ACTIVIDADES

Acciones en el marco de la cuarentena › 6

“Oportunismo, sentido social, fake news y falta de unión: Una Tormenta Perfecta”, por **Nicolás Saurit Román** › 12

Debate online con 170 Productores a través de videoconferencia › 14

“La pandemia marcará un antes y un después en nuestro mercado”, mano a mano con **Jiménez de Andrade** › 18

Coronavirus, neurociencias y seguros, Instagram Live con **Fabrizio Ballarini** › 22

“Los PAS deben ser protagonistas del cambio y líderes de sus estados de ánimo”, **Daniel Elhelou** › 26

FUERA DE FOCO

Mundo App:
Martín Ferrari, Co-fundador y CEO de 123Seguro › 100

Lado B: Javier Jácome
Seguros y automovilismo: manejando riesgos fuera y dentro de la pista › 102

Placeres:
En el Vermú de la edad, por **Anabella Carpenito** › 108



ACTUALIDAD

Bonificaciones de tarifas: la pandemia y el artículo 34 de la Ley de Seguros, por **Rodrigo Puértolas** › 62

Orange Time, un seguro por uso que se adapta a los nuevos tiempos › 66

SERVICIOS

Dengue: al no existir una vacuna, lo más importante es la prevención › 96

PROTAGONISTAS

Marcelo Larrambebere

Director General de PROF Grupo Asegurador



72

PROF se posiciona como alternativa innovadora y low cost

Mariano Nimo

Gerente General de Afianzadora Latinoamericana



80

Creatividad, tecnología y capacitación, las claves del negocio de caución post pandemia

Acciones en el marco de la cuarentena

Pese al contexto de restricciones producto del aislamiento social obligatorio derivado del COVID-19, AAPAS sigue muy activa a través de plataformas digitales, acciones varias en defensa de los PAS y de los asegurados, presencia en medios y llevando cultura aseguradora en un contexto de necesidad de información precisa y veraz.

CANAL DE DENUNCIAS

ALERTA POR POSIBLES ABUSOS BANCARIOS

A raíz de diversas denuncias elevadas por Productores Asesores de Seguros, que han detectado competencia desleal y práctica abusiva por parte de algunas entidades financieras, aprovechándose de su posición dominante en estos momentos de crisis económica, dónde

solicitan al cliente que contrate o traspase su seguro con el fin de brindarle un crédito a una tasa subsidiada, se generó un canal de denuncias para lograr tener pruebas y documentación para poder remitirlas a las autoridades competentes. Haciéndose eco de lo advertido por la Confederación Panamericana de Productores de Seguros (COPAPROSE) donde se visualiza la misma práctica en el resto de Latinoamérica, España y Portugal, AAPAS en conjunto con Asociaciones de Productores de todo el país, han puesto a disposición de los PAS en particular y la sociedad en general, el sitio web: www.denuncias.com.ar. Allí se pueden realizar las denuncias, aportar imágenes de emails o WhatsApp, audios o documentación por escrito de la entidad financiera donde le solicitan a su cliente que contraten o pasen sus seguros existentes con ellos. Se recomienda consignar nombre de la entidad, sucursal y provincia, todo lo cual se puede hacer de forma anónima, incluyendo tan sólo un correo electrónico por si se requiere información complementaria.



COVID-19

IMPLICANCIAS DEL SEGURO EN CUARENTENA

Desde la Comisión Directiva de AAPAS, apenas comenzado el aislamiento social obligatorio, se han mostrado proactivos, buscando llevar claridad y tranquilidad con relación a las coberturas de seguros, en particular, de automotores. Eso se debió a que desde el arranque mismo de la cuarentena han circulado WhatsApp y se ha visto a diferentes personalidades en los medios, comentando que el seguro no cubrirá a quienes usen su vehículo sin estar encuadrados en algunas de las excepciones previstas por decreto. En ese sentido, AAPAS destacó y recomendó el efectivo cumplimiento de la cuarentena, informando a través de diferentes medios a la sociedad que las aseguradoras deben respetar los contratos de seguros oportunamente pactados, brindando las coberturas estipuladas en cada póliza. En caso de dudas, se aconsejó como siempre el contacto con su Productor Asesor de Seguros, cuyo rol se realiza aún más en situaciones como las que estamos atravesando en la actualidad, quien es su profesional de confianza e interlocutor para la aseguradora.



Edición Especial

100% online



Nos renovamos para vos

Una revista más accesible, interactiva y moderna

Leela en cualquier dispositivo, con la calidad y contenidos de siempre.

Ingresá en www.cesvi.com.ar



CORONAVIRUS

ALCANCE DE COBERTURA EN SEGUROS DE VIDA

Las aclaraciones de AAPAS, siempre muy cerca todas las novedades que surgen en relación al impacto del COVID-19 en el mercado asegurador, también surgieron para clarificar algunos aspectos vinculados con los Seguros de Vida. Dado que han circulado versiones sobre la falta de cobertura de fallecimiento por coronavirus, se dejó en claro que la mayoría de las compañías de seguros de vida consultadas por la Asociación no tienen la exclusión por pandemia, cubriendo entonces este riesgo. Vale aclarar al respecto que en adicionales de la cobertura principal (internación, trasplantes, etc.) pueden existir diferencias entre las aseguradoras según sus contratos emitidos, pudiendo considerarla enfermedad grave o no, por ejemplo, según la póliza en cuestión.



VOZ AUTORIZADA

PRESENCIA DE AAPAS EN LOS MEDIOS

La Asociación Argentina de Productores Asesores de Seguros viene siguiendo de cerca todo lo que tiene que ver con las implicancias del coronavirus en el mercado asegurador, buscando llevar claridad en la información, profundizando especialmente en este contexto todo lo que hace al alcance de coberturas, descuentos, cultura aseguradora y al asesoramiento profesional. Ante la desinformación y *fake news* que impactaban en la imagen del sector, sus directivos estuvieron presentes en diferentes medios de comunicación. Roberto Saba estuvo presente en *100% SEGURO*, y en los programas radiales “El Seguro y la Prevención” y “Prensa Aseguradora”, y en diferentes medios masivos, al igual que Sebastián Del Brutto, que en una nota de Página 12 explicó cuáles son las mejores opciones en los casos en los que se necesite bajar el costo del seguro o cuando el auto esté inutilizado. “Hay mucho oportunismo y aprovechamiento de algunas empresas para ofrecer descuentos para captar mercado y otras quieren darle un beneficio a sus clientes con descuentos por la responsabilidad civil, ante la menor siniestralidad. Lo que más piden los clientes es rever sus pólizas, sobre todo los que tienen contra Todo Riesgo”, explicó Del Brutto en la nota. Por otro lado, Walter Worner, docente de AAPAS, estuvo en *100% SEGURO* para explicar todo lo que hace a las exclusiones y alcances de coberturas en seguros de vida.



DOMINGO BIDART

DOLOR POR EL FALLECIMIENTO DE EX PRESIDENTE DE AAPAS

El domingo 12 de abril/2020, falleció Domingo Bidart, quien se desempeñara como presidente de la Asociación Argentina de Productores Asesores de Seguros entre 1985 y 1987. Fue un gran presidente que, entre otros logros, impulsó y logró que por primera vez en el mercado asegurador argentino se publiquen los estados contables de las compañías de seguros. Un sentido pésame a sus familiares y allegados.



○ SEGUROS DE ALQUILER ○



+54 11 5217 0900

+54 9 11 6715 1004

www.creditoycaucion.com.ar

- mínimos requisitos
- simple
- seguro
- 100% online



Crédito y Caucción SA
Compañía de Seguros

f Crédito y Caucción

@ creditoycaucionsa

Nº de inscripción en SSN
0656

Atención al asegurado
0800-666-8400

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



SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN

AAPAS PRESENTE

NUEVAS AUTORIDADES EN LA ANSV

El pasado 27 de febrero/2020, se llevó a cabo la reunión del Consejo Consultivo de la Agencia Nacional de Seguridad Vial, en la cual se presentaron a las nuevas autoridades y las distintas áreas que la componen. El encuentro fue liderado por el designado Director Ejecutivo de la ANSV, Pablo Martín Carignano, quien presentó a parte de su equipo. Desde AAPAS se les planteó a los nuevos funcionarios que mejoren la comunicación con el consejo y que consulten con el mismo el lanzamiento de campañas para poder opinar al respecto. “Además, se les solicitó trabajar más en educación vial, en controles y en la punición para reducir la cantidad de siniestros viales”, explicaron María Estela D’Amelio y Susana Lassalle en representación de la Asociación.



TARJETA ALIMENTARIA

AAPAS LA PLATA Y LA SOLIDARIDAD SOCIAL

Desde fines del año pasado, AAPAS La Plata, en conjunto con las organizaciones empresarias, profesionales y sociales de la Ciudad de las que es miembro activo, en conocimiento de la amplia convocatoria de las políticas públicas sociales que se están generando en pos de erradicar el hambre y la pobreza, sigue participando activamente de la implementación de diversas actividades del Plan Alimentar. Los directivos de AAPAS, Graciela Abraham y Mario Turkenich, emprendieron diversas acciones en ese sentido, por ejemplo, coordinando con los Centros Comerciales la disponibilidad de que los comercios adheridos reúnan las condiciones para recepcionar la Tarjeta Alimentar. En este marco, han encarado innumerables entrevistas con funcionarios, organismos, entidades financieras y medios periodísticos, buscando aclarar los alcances conceptuales y operativos, y las modalidades de distribución de las tarjetas alimentarias.



PRE CUARENTENA

PRESENTE EN EL XVI CONGRESO INTERNACIONAL ALASA

AAPAS participó del XVI Congreso Internacional ALASA que se realizó del 9 al 12 de marzo/2020 en el hotel Intercontinental de la ciudad de Mendoza, con más de 400 asistentes. Fue uno de los últimos eventos sectoriales, antes de la suspensión masiva producto del coronavirus. Allí participaron Roberto Saba y Nicolás Saurit Román, en un encuentro que buscó reforzar la promoción al seguro agropecuario como un insumo básico para el productor rural, que le permite protegerse y tener respaldo económico frente a las diversas contingencias que pueden amenazarlo, beneficiando así a toda la cadena de valor.





Te acompañamos estés donde estés.

Cambian los escenarios, cambia la modalidad de trabajo, pero hay algo que se mantiene siempre igual: **nuestro compromiso por el cuidado de las empresas y sus trabajadores.**

#UnidosSalimosAdelante

SEGUROS EN CUARENTENA:

“Oportunismo, sentido social, fake news y falta de unión: Una Tormenta Perfecta”



Por
NICOLÁS SAURIT ROMÁN
Secretario de la Asociación
Argentina de Productores Asesores
de Seguros (AAPAS)

Cumplido el primer mes en aislamiento social obligatorio, el mercado de seguros parece estar en el foco de todos. En los medios se informa livianamente de descuentos cuasi obligatorios, de normativas inexistentes e interpretaciones erróneas de la ley.

Un mercado que venía castigado financieramente, está por pasar su “Tormenta perfecta”.

Pero...

¿Cómo se desató?

¿Cuáles fueron las condiciones propicias para ello?

Podemos argumentar que no fue por una única variable sino por una serie de hechos: apariciones en los medios de personas involucradas con el sector, mensajes por redes sociales y grupos de WhatsApp, columnas de economistas, testimonios de “opinólogos” y hasta notas de medios masivos.

El descuento “obligatorio” se transformó rápidamente en un disparador de noticias. Noticias que desde ya venden, que son ideales para re-twittear y que se viralizan rápidamente.

Pero existe algo atrás, algo que influyó para que se desencadene este escenario actual.

Algo que no pasa en otros mercados, como el de Bancos o Prepagas, por citar sólo algunos.

Esto desentraña la falta de poder de lobby, la falta de unión de las aseguradoras.

Una vez más, el silencio y la falta de comunicación corporativa permitió que “otros”, con poco (muy poco...), influyan fuertemente sobre la imagen de nuestro sector.

Un directivo de una aseguradora me comentó al respecto: “Pero esto es histórico, siempre fue así”...

Esperemos que, entre tantas cosas que dicen que esta pandemia cambiará, los representantes de las cámaras del sector entiendan -y entendamos- que sin unión, sin participación activa y sin un mensaje claro seguirán habiendo más “Tormentas Perfectas”. ■





GALENO

TODAS LAS COBERTURAS EN SEGUROS Y PLANES MÉDICOS QUE TUS CLIENTES NECESITAN

Bríndale a tus clientes toda la protección y el cuidado que necesitan, a través de los mejores planes de cobertura médica y una amplia gama de seguros.

Todo con el respaldo de GALENO SOLUTIONS, un programa de soluciones tecnológicas de vanguardia que permiten una gestión ágil y eficaz.

Planes Médicos – Seguros de ART – Seguros de Vida (obligatorios y optativos)
Accidentes Personales – Seguros de Autos y Flotas – Seguros Integrales
Seguros de Todo Riesgo Operativo – Seguros de Caución

 **GALENO**

 **GALENO**
SEGUROS

 **GALENO**
ART

www.galenoseguros.com.ar / www.e-galeno.com.ar

Servicios al Productor:
0800-333-7784

Nº de inscripción en SSN
0878

Atención al asegurado
0800-666-8400

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

 **SSN**

SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN

EN EL MARCO DEL COVID-19

Debate online con 170 Productores a través de videoconferencia

Competencia desleal, alcance de coberturas, caída de ingresos, flexibilización de las restricciones que sufre el seguro y otras preocupaciones de los PAS por el impacto de la pandemia fueron los ejes de un debate abierto realizado por la Asociación Argentina de Productores Asesores de Seguros bajo la modalidad de videoconferencia.

El presidente de AAPAS, Roberto Saba, junto a otros directivos de la entidad, moderó una charla online por la plataforma Zoom para cerca de 170 Productores Asesores de Seguros. Todos dieron su mirada y sugerencias sobre varios temas que hoy preocupan en esta época en la que el mercado se ve asechado y muy afectado por la cuarentena ocasionada por el coronavirus.

Una de las problemáticas planteadas fue la polémica que se armó en la opinión pública alrededor de las supuestas exclusiones de cobertura durante la cuarentena que se implementó a fin de contener el avance del COVID-19.

“Nosotros salimos rápidamente con un comunicado para llevar tranquilidad al mercado y la sociedad sobre los alcances de las coberturas durante la cuarentena. Había muchas dudas sembradas al respecto y lo que se hizo y buscamos hacer es salir a los medios masivos para dejar un mensaje claro en este sentido”, explicó Saba, quien reiteró la necesidad de ampliar la exposición mediática en el territorio nacional, aprovechando ello para resaltar el rol del Productor, que permanece al lado de cada cliente sin importar el horario, mientras los bancos y las compañías de electrodomésticos están cerrados.

COMPETENCIA DESLEAL

Otro de los puntos abordados fue la competencia desleal de ciertos bancos en materia de seguros, que coersionan a los clientes que solicitan los créditos a tasa subsidiada del 24% que lanzó el gobierno. “Los bancos están dando los créditos a los clientes y nos sacan los seguros asociados a nosotros. Esto está empezando a pasar. En mi caso personal, he perdido una empresa de 200 cápitass que pidió un crédito y fue obligado a contratar la

cobertura de seguros con el banco”, reveló Saba. Y aclaró que están trabajando para presentar una denuncia con pruebas concretas del caso.

En la videoconferencia se repasaron varios casos de esa índole, que van en contra de las leyes de Defensa de la Competencia. Los representantes de AAPAS invitaron a todos los Productores que sufran situaciones similares a acudir a la Comisión de Defensa del Productor que tiene la entidad. En complemento, vale recordar que, junto al resto de las Asociaciones de Productores, ya se habilitó la web www.denuncias.com.ar para que se puedan subir las denuncias correspondientes, aportando datos y documentación para así elevarlo a las autoridades competentes.





**Somos Gestión Seguros.
Especialistas en seguros
de caución y personas.**

**San Martín 140 Piso 3 (1004)
Ciudad Autónoma de Buenos Aires**

Buscanos en redes como
@seguros.gestion

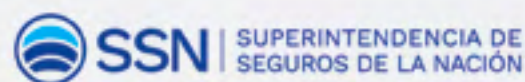


www.segurosgestion.com.ar
info@segurosgestion.com.ar
(+54) 11 5254-4009

Nº de inscripción en SSN
0882

Atención al asegurado
0800-666-8400

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



**SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN**

“Los Productores estamos siempre y no somos como los bancos, para quienes los clientes son un número más, y ello se ve hoy más que nunca”



Al respecto, Marcelo Garasini, ex presidente de AAPAS, recordó que desde hace más de 30 años viene realizando este tipo de reclamos, y destacó la importancia de presentar estos casos ante Defensa de Competencia, tanto con expedientes armados, como con una nota institucional en la que se alerte sobre la situación que enfrentan los proveedores del Estado en la Provincia de Buenos Aires. “Hoy hay jueces que están fallando a favor de los Productores y tiene validez una presentación de este tipo, sin importar que el oponente sea una organización muy fuerte”, resaltó.

FLEXIBILIZACIÓN DE LA CUARENTENA

“En el reclamo de liberar nuestra actividad, todas las cámaras han firmado, por primera vez, un reclamo conjunto que se presentó a la SSN a la que incluso se adhirió la UART”, explicó Saba sobre la posibilidad de que los PAS puedan ser incluidos dentro de las actividades exceptuadas. Destacó, en este sentido, la presentación realizada en primera instancia por FAPASA, y luego en esa línea la presentación que realizaron las cámaras, y en este último caso “fue muy positivo que se haya incluido en la misma la necesidad de los Productores de empezar a operar”.

Si bien luego de ello se elevó un protocolo firmado por las seis asociaciones empresarias a la secretaría de Finanzas para empezar a liberar ciertas actividades para PAS y

aseguradoras, lo cierto es que por el momento el Gobierno no avanzó en ese pedido, salvo en el caso concreto de ciertas provincias, donde cada jurisdicción puede avanzar en ciertas flexibilizaciones.

Más allá de eso, los Productores presentaron una propuesta por su cuenta al gobernador de la Provincia de Buenos Aires y al jefe de gobierno porteño. “Las compañías reclaman poder atender dentro de sus oficinas con cierta cantidad de personal. Nosotros estamos planteando que se permita con limitaciones según la terminación de las matrículas”, detalló sobre este tema.

La idea es buscar una solución que llegue más temprano que tarde pensando en los asegurados y en los Productores, que hoy enfrentan no solo un parate en la producción, sino también muchas cancelaciones.

En reiteradas ocasiones, los Productores asistentes al chat resaltaron la importancia de aprovechar la situación actual para estar más que nunca para estar cerca del cliente en este momento crítico, aprovechando todas las herramientas informáticas disponibles. “Los Productores estamos siempre y no somos como los bancos, para quienes ellos son un número más, y ello se ve hoy más que nunca”, coincidieron.

REDUCCIÓN DE CUOTAS Y COMISIONES

En este contexto inédito y complejo, los Productores enfrentan el problema

adicional de que las bonificaciones implementadas por las aseguradoras para el pago de seguros en cuarentena, en muchos casos, se traducen en menores comisiones para ellos.

“Las compañías están tratando de retener a los clientes de todas las formas posibles y la baja de primas es una de ellas, pero la mayoría lo está haciendo a través de los Productores. Es decir que son los PAS los que están determinando cuánto se le baja la prima a cada cliente”, explicó Saba, quien pese a ello, alertó que algunas voces ajenas al mercado están saliendo en distintos medios a decir que esto debería ser implementado de forma obligatoria a todas las empresas y clientes por igual.

Otras de las consultas que se dieron en este encuentro virtual fue sobre el pago y la obtención de matrícula por parte de los Productores. En respuesta a esta consulta, desde AAPAS aclararon que los cursos de capacitación continuada (PCC) están suspendidos por todo este semestre y los de obtención de matrícula (PCA) se están dando de forma remota. “Se postergó el pago de la matrícula de este año, que deberían haber pagado recientemente hasta el 30 de junio y se congeló el precio de la misma en el monto vigente a diciembre de 2019”, agregaron, invitando a quienes tienen dudas a consultar con la Asociación a través de los canales digitales que la misma tiene abiertos a tal fin. ■



ADAPTÁ TU SEGURO A TU MANERA DE VIVIR TU AUTO.

El nuevo producto de HDI Seguros
actualiza la suma asegurada mensualmente
y optimiza el presupuesto del asegurado.

SEGURO, ESTÁS MEJOR.

WWW.HDI.COM.AR

MANO A MANO

Jiménez de Andrade: “La pandemia marcará un antes y un después en nuestro mercado”

Sebastián Del Brutto, Vicepresidente de AAPAS, fue el moderador de una charla en vivo realizada por AAPAS desde Instagram, con Elena Jiménez de Andrade, presidente del Consejo General de Colegios de Mediadores de Seguros de España y próxima presidente de la Federación Mundial de Intermediarios de Seguros. La situación del país ibérico, sus puntos de contacto con lo que sucede en Argentina y lo que se viene en el negocio asegurador en la era post COVID-19.

El pasado 15 de abril/2020, la Asociación Argentina de Productores Asesores de Seguros (AAPAS), organizó una nueva charla en vivo desde su cuenta de Instagram @_aapas. La cita fue con Elena Jiménez de Andrade, presidente del Consejo General de Colegios de Mediadores de Seguros de España, miembro de la Comisión Directiva de COPAPROSE y presidente entrante 2021 de la Federación Mundial de Intermediarios de

Seguros (WFII, World Federation of Insurance Intermediaries).

Sebastián Del Brutto, Vicepresidente de AAPAS, estuvo a cargo de la entrevista y trasladó algunos interrogantes que surgieron desde la Comisión Directiva de la Asociación, para conocer cómo se está viviendo el impacto de la pandemia en el sector asegurador español. Al comenzar la charla, Elena resaltó la capacidad que tiene el ser humano para sobreponerse y adaptarse a esta nueva realidad, remarcando la solidaridad de la sociedad española en el dramático contexto que vive el país.

Vale destacar que el Consejo General de Colegios de Mediadores de Seguros de España que ella preside, es la institución que representa a todos los Productores y Corredores de Seguros de España. “El Consejo representa al colectivo de 5.000 corredores de seguros y 90 mil productores. Esta actividad representa el 5,3% del PBI y el año pasado recaudó 64 mil millones de euros en primas. Los corredores Intermedian cerca del 42% de las primas, pero en seguros multirriesgo lo hacen en un 70%, el cual se encuentra en alza y es muy sólido”, detalló Andrade.

“En este contexto, los seguros de vida y de salud son de los pocos que se están pudiendo vender por teleconferencia”



También hablaron sobre su futura presidencia y representación en la WFII, la cual debió posponerse a causa de la pandemia. “El organismo representa cerca de medio millón de intermediarios en los 5 continentes, lo cual es muy gratificante y genera mucha responsabilidad”, afirmó. Por otro lado, el vicepresidente de AAPAS, quien además es vice de COPAPROSE, le preguntó sobre las primeras dificultades que advirtieron desde el Consejo cuando inició la pandemia. “Como la sede está en Madrid y el gobierno venía dilatando el confinamiento, decidimos adelantarnos y decretarlo una semana antes, para proteger la salud de los empleados y como muestra ejemplificadora”, apuntó la funcionaria.

“Establecimos un sistema de información unificada, enviando múltiples circulares para trasladar las medidas del gobierno y lanzarnos a los medios de comunicación para contar qué estábamos haciendo, y cuáles eran los peligros más inmediatos que estábamos viendo. Tengo que decir que las compañías del sector asegurador español han reaccionado de una forma absolutamente ejemplar desde el primer momento”, destacó. A su vez, comentó que se llevó a cabo un plan de contingencia para evitar la caída de los clientes, facilitando los pagos, donde incluso algunas compañías excluyeron los pagos durante el estado de alarma.

Uno de los temas que más preocupa a todo el sector, es el seguro automotor. Sobre este punto, Andrade expresó que a pesar de que la ley española indica que los siniestros no son cubiertos en una situación de alarma,





INTÈGRITY

SEGUROS



www.integrityseguros.com.ar



las compañías decidieron cubrirlos para favorecer a sus abonados.

“En España no estamos con muchas anulaciones en los seguros de autos, pero la nueva producción está absolutamente parada y no se emite casi ninguna póliza nueva. El problema grave lo tendremos en materia de reclamaciones en septiembre o en octubre, cuando se levante la cuarentena, con los comercios y las PyMEs que hayan tenido que cerrar. Se prevé una caída del 8% de PBI y el mayor paro de la historia de España”, pronosticó.

Por otro lado, aseguró que las empresas españolas de seguros han invertido mucho en digitalizar sus canales con los clientes, favoreciendo la cobranza con tarjeta o el aplazamiento en el pago de los seguros. En cuanto a la ayuda del Estado, dijo que el

gobierno ha establecido una línea de crédito para los autónomos y las PyMEs a través de las autoridades financieras.

Del Brutto también le consultó sobre el cambio que traerá aparejada esta crisis en la manera de moverse y trabajar. Para Andrade el cambio será total. “Yo creo que esto marcará un antes y un después en nuestro mercado, ya nunca volverá a ser lo mismo, no sólo en lo económico y los hábitos de consumo, sino también en la forma de operar con los clientes, porque hemos aprendido a trabajar desde la tecnología con el cliente y ellos también lo demandarán. Extraño los abrazos y la presencia personal, pero vamos a agilizar mucho las tareas. Aprenderemos nuevos hábitos y formas de relacionarnos”, reflexionó sobre el nuevo escenario.

Llegando al final, se abrió un espacio de preguntas para los participantes del vivo. Un tema resonante fue la viabilidad de la venta de seguros de vida por teleconferencia. “En este contexto, los seguros de vida y de salud son de los pocos que se están pudiendo vender por teleconferencia, pero también con firmas digitales ya que no se pueden emitir sin una solicitud bien firmada”, detalló.

Para concluir, Elena destacó que en momentos como estos, la unión de las asociaciones de Productores es fundamental. “Ustedes desde AAPAS son una voz muy potente, muy fuerte. Pueden mover muchas cosas. Busquen la unidad con todos sus colegas porque eso va a hacer mucho más potente la voz y la fuerza. Esta unión en España está siendo algo histórico”, finalizó. ■

- Garantías Aduaneras
- Garantías para Obras Públicas y Privadas
- Garantías para Suministros y/o Servicios Públicos y Privados
- Garantías de Actividad y Profesión
- Garantía para Administradores de Sociedades (Directores IGJ)
- Garantías para Agentes de Turismo IATA



COSENA
Seguros de Caución

COSENA SEGUROS S.A.
Av. Corrientes 583 Piso 9 (C1043AAS) Ciudad de Bs. As.
Tel./Fax: (011) 5238-5000 (líneas rotativas)
E-mail: comercial@cosenaseguros.com.ar



Líderes en Servicios de Telemática y Recupero Vehicular



*Junto a vos en
un nuevo camino.*

ITURAN
PROTECCIÓN PLUS



ITURAN
EMERGENCIA



ITURAN
SEGURIDAD



ITURAN
SCORING



www.ituran.com.ar

  IturanAR

FABRICIO BALLARINI

Coronavirus, neurociencias y seguros

Fabricio Ballarini, reconocido biólogo, investigador y científico del CONICET, fue entrevistado en vivo por Instagram por AAPAS Jóvenes y respondió interrogantes sobre la actual pandemia. De la misma participaron más de 1550 personas desde sus casas, con cerca de 300 usuarios en simultáneo. asegurador en la era post COVID-19.

El viernes 3 de abril/2020, la Asociación Argentina de Productores Aseguradores de Seguros, armó una charla en vivo desde su cuenta de Instagram @_aapas, con Fabricio Ballarini, reconocido biólogo, investigador y científico del CONICET, para responder interrogantes de la gente sobre el coronavirus.

La charla fue organizada por la Comisión AAPAS Jóvenes, con el objetivo de aportar información de calidad a la sociedad. Martín Caeiro, coordinador de la Comisión, llevó adelante la entrevista, con la colaboración de Pablo Icardi, Natalia Calvi, Hernán Maidana y Francisco Fariña. Tuvo una gran repercusión, ya que participaron más de 1550 personas desde sus casas, con cerca de 300 usuarios en simultáneo.

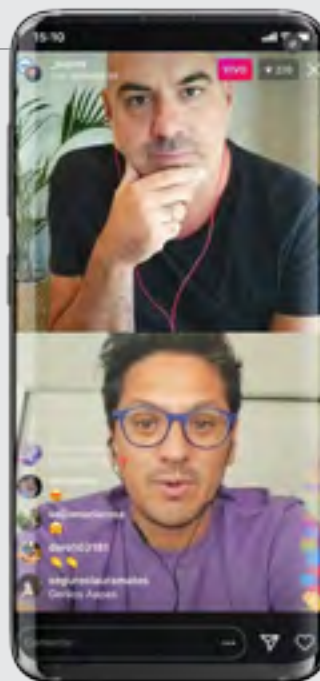
“Fue un hecho inédito para AAPAS viralizar un contenido digital de esta magnitud y en este contexto. Nos dimos cuenta que la situación que hoy estamos a nivel planeta, requería hacer alguna acción y nos pareció súper oportuno convocar al Dr. Fabricio Ballarini, quien nos acompañó a través de diferentes charlas en el año 2018 y 2019 en todo este trayecto”, comentó Caeiro.

Al arrancar el vivo, Ballarini dijo que la llegada del coronavirus al país y el crecimiento de las “Fakes News”, fue lo que lo im-

pulsó a crear un canal digital de preguntas y respuestas denominado “Corona Consultas”, ideado junto a un grupo de profesionales de diversas disciplinas, donde los internautas envían sus inquietudes. “Se me ocurrió de casualidad. Yo respondía preguntas que me hacían familiares y amigos. Pero observé que había un sinfín de noticias falsas sobre el tema. Además, hay preguntas que para muchos parecen simples, pero que para otros son muy complejas. Y si esas personas no toman ciertas medidas de seguridad, pueden afectar a todos. Hoy somos 15 especialistas argentinos que desde distintos puntos del mundo estamos constantemente respondiendo cuestiones sobre el COVID-19 y sus efectos en la vida cotidiana”, relató Ballarini, quien entre otras funciones se desempeña como director del departamento de biotecnología del Instituto Tecnológico de Buenos Aires (ITBA).

Entre las múltiples preguntas que le llegaron, el biólogo dijo que no existe una respuesta a nivel global o un análisis muy

“Hoy desde nuestras casas hay que tratar de informarse lo justo y necesario, y tenemos que cuidar el nivel de estrés, ya que afecta el sueño y el pensamiento”



profundo de por qué pasó esto, pero expresó que podría tener que ver con el accionar del ser humano en la naturaleza. “Hay límites que empezamos a cruzar en lo que

hace al cuidado del medio ambiente. Cada vez invadimos más espacios, cada vez nos comemos más animales, cada vez forzamos un poco más el sistema y creo que esto es una cachetada que te da el planeta diciendo: “no puedes avanzar mucho más”. Es un virus que no ha sido muy estudiado y nos agarró de sorpresa”, reflexionó el científico del CONICET.

Para Ballarini, las medidas adoptadas por el gobierno nacional ante la emergencia sanitaria fueron “positivas, revolucionarias y anticipatorias” a la situación. “Somos un país que está bastante lejos del mundo, que no tiene una buena infraestructura sanitaria, que tiene un sistema científico prácticamente destruido, por lo cual de alguna manera esas medidas anticipatorias vinieron a actuar en este sentido”, apuntó el experto.

Uno de los tantos participantes del vivo le preguntó por la influencia que tiene el estrés en el aislamiento social. “Hoy desde nuestras casas tenemos que cuidar el nivel de estrés. Si vos estás todo el tiempo mirando el celular, haciendo estadísticas y mirando los muertos, te vas a volver loco. No puedes hacer nada desde tu casa y eso te va a volver como un boomerang mucho peor. Ese estrés afecta el sueño, afecta el pensamiento. Hay que tratar de informarse lo justo y necesario, no ver más de 15 minutos de información del COVID-19 por día”, recomendó.

“Me parece que en todos los ámbitos hay que forjar la empatía. Ponerse en el lugar del vecino y del abuelo. Hay muchas

Es tiempo
de cambios,
es un nuevo
tiempo.



OrangeTime

Es el seguro que transforma el mercado, permitiéndole
a tus clientes pagar por tiempo de uso y
ahorrar hasta un 40%, estando siempre protegidos.

Una nueva herramienta para la retención de tu cartera y captación de
nuevos clientes. Contactate con nosotros y sumate a OrangeTime.

Transformamos el negocio del seguro
porque **somos actitud que avanza.**

Comunicate con nosotros
libraseguros.com.ar

0800 888 5427

LIBRA
Compañía de Seguros

MÁS INFORMACIÓN

Todas las preguntas que se quieran realizar a Ballarini y al equipo de expertos con los que trabaja, se pueden hacer en:

🐦 @coronaconsultas

📷 @coronaconsultas

🌐 www.coronaconsultas.com.ar

personas que están solas y que necesitan más interacción y más llamados. La sociedad tiene que ser más empática”, apuntó, destacando la importancia de ser un “vector proactivo del conocimiento”, algo

donde el Productor Asesor de Seguros debe destacarse, más aún en un contexto donde la desinformación también ha invadido al ámbito asegurador.

Otro de los temas conversados fueron los cambios laborales que trae consigo la pandemia, incluyendo desde ya al sector seguros. “Me parece que van a cambiar muchas cosas: desde la escolaridad, el estudio y los contactos sociales. Va a cambiar todo el ámbito laboral. Esto forzó a que todo el mundo piense en los contactos virtuales, que antes teníamos y que no los usábamos. Es otra forma de entendernos, es otra comunicación”, aseguró.

En cuanto al desarrollo de las vacunas para enfrentar el virus, advirtió que pueden

tardar hasta un año y medio: “Actualmente no hay un tratamiento, sino que se prueban otros tratamientos con retrovirales. Por ese motivo lo único que hoy nos mantiene a salvo es la cuarentena”.

Ballarini se mostró optimista de que esta pandemia deje como enseñanza para los gobiernos la importancia que tiene la inversión en ciencia y educación. Y para la sociedad, mantener hábitos que hasta no se tenían en cuenta. “Al volver de hacer las compras, es fundamental el lavado de las frutas y verduras con agua y lavandina apta para alimentos. Esos hábitos los vamos a tener que adquirir y se tienen que quedar, porque esto va a seguir más allá de la cuarentena”, cerró. ■

Desde 1898 un Progreso Seguro...



Casa Central: 25 de Mayo 432 Piso 11 - C1002ABJ - Ciudad Autónoma de Buenos Aires - Tel: 011 4315-6600

Casa Matriz: Avda. Casey 99 - B8170AAA - Pigüé - Prov. de Buenos Aires - Tel: 02923 - 472223

info@elprogresoseguros.com.ar www.elprogresoseguros.com.ar



MAPFRE

**Conocemos el valor
de tu confianza.
Y evolucionamos
junto a vos.**

Sabemos que sentirse confiado es el primer paso de todo crecimiento. Por eso nuestro compromiso es estar cada vez más cerca tuyo, con servicios y soluciones a medida para cada etapa de tu vida.

www.mapfre.com.ar



/mapfre.ar



@mapfre_ar



mapfre



MapfreArgentina

Nº de inscripción en SSN
213

Atención al asegurado
0800-666-8400

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



SSN | SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN

LOS DESAFÍOS DE LA CUARENTENA

“Los PAS deben ser protagonistas del cambio y líderes de sus estados de ánimo”



AAPAS organizó una charla virtual para los PAS junto al coach ontológico de la escuela de líderes *Dar Comienzo*, Daniel Elhelou, quien brindó una serie de recomendaciones sobre cómo abordar de manera positiva las problemáticas que trae el actual entorno de pandemia. Habló sobre la necesidad de ser dueños de nuestros estados de ánimo a fin de transformar una situación adversa y, entre otros puntos, recomendó dejar de ser víctima y tener una “mirada de posibilidad ante las cosas que nos pasan”.

— Nicolás Saurit Román, secretario de AAPAS, dio el puntapié a una iniciativa que es parte de una serie de charlas sobre neurociencias y otros temas que tocan desde un lugar menos duro a la industria del seguro. Tal como explicó, la presentación online se realizó con la intención de acercar nuevas herramienta de interpretación y de acción a los Productores Asesores de Seguros para enfrentar el entorno reinante de crisis y confusión generado a raíz de la pandemia por el coronavirus.

PRINCIPALES REFLEXIONES

En el marco del webinar gratuito sobre la relación entre liderazgo y estados de ánimo que organizaron conjuntamente, a través de la aplicación de videoconferencia Zoom, entre AAPAS y *Dar Comienzo*, Elhelou recomendó a los presentes que “ante una situación con la que uno no se siente cómodo o que le desagrada, puede ser protagonista de un cambio”.

Para ello, señaló que no se debe colocar esa situación en el círculo de preocupación de la persona, sino en el de influencia, donde están aquellas cosas en las que va a enfocar su tiempo. Otra opción es “quejarse desde la interpretación que se hace de ese tema y ser víctima de las circunstancias”, aseguró.

Para el master en dirección de empresas, “no es lo mismo hablar con un cliente desde un estado de ánimo positivo que desde uno negativo”. Muchas veces, explicó, “los PAS tienen que ser psicólogos de sus clientes y es muy diferente encarar este vínculo desde un estado de ánimo positivo que desde uno de resignación o resentimiento”.

Dijo que es muy importante ver qué se hace frente a un tema particular. Advirtió que “hay que tener cuidado con las historias que uno se cuenta interiormente” y recomendó dos pasos a seguir ante este tipo de circunstancias:

En primer lugar, una buena herramienta puede ser expresar el descontento en un ámbito adecuado ante personas que están o pueden estar preocupadas por el mismo tema. “Esto es interpretar el problema”, dijo.

Y, luego, plantearse qué se puede hacer al respecto de esa situación e involucrarse en la búsqueda de una solución. “El involucramiento es incómodo, pero a las situaciones que sentimos que nos juegan en contra, hay que sacarlas de nuestro círculo de preocupación y trasladarlas al de influencia para pasar a preguntarme: ¿qué puedo hacer para que esto cambie?”, dijo Elhelou sobre este punto.

En este sentido, el especialista advirtió que la queja es un estado de ánimo negativo que nos aleja de la solución y que es muy importante no regalarle al sistema el buen humor o

el estado de ánimo positivo. “Si no me guardo para mí la posibilidad de encarar un tema con ánimo positivo, aunque sea una situación sería la que estoy enfrentando y pueda estar enojado ante ella, me vuelvo un esclavo absoluto del sistema”, añadió, aconsejando enfrentar los temas que nos afectan, a pesar de poder estar enojados, “sin trivialidad, pero con serenidad y con responsabilidad”.

Ante todos los presentes, el expositor usó el ejemplo de la imagen de un león como elemento para representar el temor a aquello que nos preocupa, lo amenazante, y dijo que es positivo expresar el miedo y detectar aquello que nos genera temor para que no se vuelva cada vez mayor. “Eso puede ser el riesgo a perder un trabajo y ponerlo en evidencia nos puede ayudar a dimensionar realmente la magnitud de un hecho y a buscar los recursos que tengo para enfrentarlo”, recomendó.

Es así como resaltó la importancia de que otras voces puedan aportarnos otras miradas de lo que se plantea como un pro-

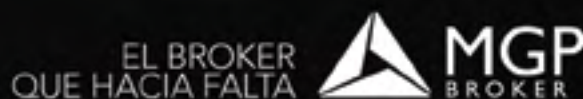
“Los PAS tienen que ser psicólogos de sus clientes y es muy diferente encararlos desde un estado de ánimo positivo que desde uno de resignación o resentimiento”



HACE MÁS DE 20 AÑOS QUE NOS ESTAMOS PREPARANDO PARA LOS CAMBIOS QUE VIENEN.

Por eso desarrollamos
herramientas como:

- Software de Gestión de Cartera
- Multicotizador
- Capacitaciones Online
- Programas de Beneficios
- MGP Training
- MGPlus
- MGP en Casa
- APP Propia



blema, viendo otras facetas del mismo. “Los estados de ánimo pueden ser resentimiento o aceptación y es importante ser líderes de nuestro estado de ánimo, no entregarle eso a nadie”, aconsejó.

Señaló que, cada vez que uno se acuerda de una situación que lo enoja, tiende a caer en un estado de resentimiento y corre el riesgo de que ese sentimiento invada todos los demás aspectos de su vida. Para ello, recomendó “soltar el hecho y empezar a construir”.

Esto, dijo Elhelou, se logra a través de la aceptación y no de la resignación. “Las historias que me cuento condicionan las acciones que hago”, afirmó, agregando que “lo mejor es tener una mirada de posibilidad ante las cosas que nos pasan”.

Para muchos PAS, salir de la llamada “zona de confort” no es nada sencillo, sobre todo en un contexto de transformación digital que obliga a la re-evolución permanente. A veces, estamos esperando alguien que nos empuje a tomar decisiones para poder saltar del trampolín y dejar de plantearnos la historia de “no me animo, yo no puedo”. Esto, explicó, requiere de un camino de aprendizaje, que debe estar alineado con el propósito de la persona. Y es que, según el especialista, “lo que nos pasa nos puede cambiar la vida porque los estados de ánimo se configuran por sucesión repetitiva de emociones o por un hecho traumático o importante”.

Según Elhelou, hay sentimientos que pueden resultar positivos, como el miedo cuando

me previene de no hacer algo que me puede poner en riesgo, y otros, como el enojo que se repite una y otra vez, que no lo son. “Las emociones se configuran a través de lo que voy sintiendo y marcan el lugar desde donde observo el mundo y lo interpreto para actuar en consecuencia”, afirmó.

Por eso, subrayó la importancia de la confianza y la esperanza. Esto, nos lleva a plantearnos ¿para qué hago lo que hago? y eso permite agregar valor a mi actividad. “Para ello, se debe tener coraje e ir para adelante con disciplina y constancia y cultivar el interés, para lo cual es elemental la combinación de las capacidades que se tienen y el desafío que tengo por delante”, concluyó el coach ontológico. ■



La mejor calidad de servicio del mercado.



Plenaria Seguros S.A.

Florida 537, 21° piso - Galería Jardín (C1005AAK) Ciudad de Buenos Aires Tel./Fax (54 11) 4393-9850
info@plenariaseguros.com.ar www.plenariaseguros.com.ar



SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN

argentina.gob.ar/ssn 0800-888-8400 Nº de inscripción en SSN: 1588

PAS Móvil

Tu oficina en tu celular

Conocé la **App**
de Mercantil andina
para productores de seguros



- ✓ Cotizá al instante.
- ✓ Consultá estados de pólizas.
- ✓ Compartí con tus clientes cupones de pago y certificados de cobertura.
- ✓ Recibí notificaciones de pagos de siniestros, emisión y vencimiento de pólizas.
- ✓ Comunícate con tus asegurados.



www.mercantilandina.com.ar

[f mercantilandinaseguros](#) [@masegurostw](#)

0810.888.6262



La unión hace a la fuerza

Organizadores y Sociedades de Productores, con peso específico propio, conformaron una comisión de trabajo de AAPAS para debatir ideas, preocupaciones comunes y lograr mayor representatividad. Se da en un contexto de pandemia en donde se realza más que nunca la figura del PAS, potenciada por las herramientas digitales.



Qué mejor que el actual contexto para estar más unidos que nunca y demostrar la importancia del asesoramiento profesional y de estar cerca, muy cerca del asegurado. Si algo está demostrando esta pandemia, es que la tecnología no reemplaza ni debe ser vista como una amenaza para el Productor Asesor de Seguros, sino como una herramienta más para darle servicios, respuestas, contención...

Ante la recurrente desinformación que se generó en los medios de comunicación en el marco de la cuarentena por el coronavirus, se realza la importancia no sólo de asesorar y comunicar responsablemente, sino de trabajar juntos para defender los intereses del mercado asegurador y cada uno de sus participantes.

En ese marco, la presente nota de portada da cuenta de una novedad de relevancia en esa dirección: la reedición de la “Comisión de Sociedades de Productores” en el seno de la Asociación Argentina de Productores Asesores de Seguros, que busca coordinar y aunar esfuerzos para representar a los Organizadores y Sociedades del mercado, dándole así más fuerza al rol de AAPAS en la defensa de los intereses de los Productores Asesores de Seguros, tanto independientes -personas físicas- como aquellos que trabajan bajo el paraguas de una sociedad -personas jurídicas-.

En sendas columnas, Roberto Saba -presidente de AAPAS- y Mariano De Luca -uno de los coordinadores de la comisión- explican los orígenes, espíritu y objetivos de esta iniciativa. Por otro lado, en la nota central, opinan algunos de los Organizadores y Sociedades de Productores que conforman esta comisión de trabajo, quienes dan su mirada no sólo del porqué de su participación activa en la misma, sino que detallan cómo están trabajando en el actual contexto de pandemia, las implicancias operativas y comerciales, el rol de la tecnología y las lecciones que debe dejar esta crisis inédita que atraviesa a todos. Una crisis de la cual, debemos salir más fuertes y unidos que nunca... ■

ÍNDICE

AAPAS

Se relanza en AAPAS la Comisión de Sociedades de Productores, por Roberto Saba › 32

COLUMNA

Juntos, en busca de mayor representatividad, por Mariano De Luca › 36

BROKERS

El asesoramiento con respaldo digital, más importante que nunca en tiempos de cuarentena › 40

Se relanza en AAPAS la Comisión de Sociedades de Productores

Por ROBERTO SABA



Presidente de AAPAS

Desde que asumimos esta nueva conducción, hemos decidido acercarnos a las grandes Sociedades de Productores de nuestro mercado.

Cuando los citamos por problemas puntuales, nos dimos cuenta que muchos de ellos ya eran socios de la institución. Este año, hemos decidido dar un paso más, e invitarlos a que se acerquen como organizaciones, para reactivar una comisión de trabajo creada años atrás por el ex presidente de la Asociación, Jorge Vignolo.

Esperando lograr excelentes resultados con esta iniciativa, para mí en particular es un gusto anunciar que se ha reincorporado a AAPAS, la “Comisión de Sociedades de Productores”, la cual será dirigida por Francisco Fariña y Mariano De Luca.

Logramos así que nuestra Asociación, además de representar a una gran cantidad de Productores Asesores independientes, también sea la voz y defienda los intereses de las grandes sociedades que los congregan. Eso nos da mayor fuerza en nuestra representatividad.

El hecho de que hoy nos acompañen, es una demostración que estamos recorriendo el camino correcto.

“En AAPAS representamos la gran prima del mercado asegurador”

Antesala. En noviembre pasado, Saba fue convocado a una importante reunión de trabajo con los directores de Sociedades de Productores y Organizadores del mercado, donde dio a conocer las actividades que viene llevando adelante AAPAS. Del mismo participaron Juan Manuel Manganaro (Grupo GAMAN), Hugo Tito (National Brokers), Mariano De Luca (SMSV Broker), Luis Coviella (NetBroker), Hugo Yovino (Grupo Prima), Marcelo Montoya (Net Broker) y Gregorio Sánchez (Alea Broker). Hoy todos ellos forman parte de la comisión de Sociedades de Productores de AAPAS.



Sumate al Grupo OMINT y conocé nuestros productos para tus clientes.



ART



Medicina Prepaga



Seguro de Vida

Comunicate con nuestros
asesores comerciales al
0800 555 0278

GRUPO OMINT

Nº de inscripción en SSN
0862/0894

Atención al asegurado
0800-666-8400

Organismo de control
www.ssn.gob.ar



SSN

SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN

Superintendencia de servicios de salud. Órgano de control de las empresas de medicina prepaga - www.sssalud.gov.ar 0800-222-72583 R.N.E.M.P.: N° 1336

COMISIÓN DE SOCIEDADES DE PRODUCTORES - MIEMBROS

GRUPO GAMAN
LE FORTALECE DE UN EQUIPO



martínez sosa
asesoramiento en seguros



MGP
BROKER



Nationalbrokers



Netbroker



PRIMA



SeguCom



smsv
MISIÓN DE SEGURIDAD



TMG
TRANSACCIONES DE MERCADO



VISRED
ASOCIACIÓN DE SEGUROS

Como respuesta a esta iniciativa, y surgiendo de un grupo de organizadores, decidimos darle forma inmediata para comenzar a transitar un camino juntos, comprender las inquietudes del

sector más importante del mercado, conocer sus ideas para mejorar nuestra industria, atender sus necesidades y la de cada uno de sus Productores, siempre dentro del marco de nuestra Asociación. Fue algo muy gratificante y el entusiasmo de todos sus integrantes llevó a que esta comisión de trabajo se conformara con gran celeridad.

Con la intención de que se sigan incorporando otros organizadores a nuestro Plan Estratégico de Sociedades, realizaremos diferentes acciones -muchas de ellas virtuales, dado el contexto de restricciones por la pandemia- para mostrarles los beneficios de estar unidos a través de este espacio.

Un espacio que demuestra, cada vez más, que en AAPAS representamos la gran prima del mercado asegurador. ■

informe

operadores de mercado

Periodismo Independiente

Seguros • Economía • Salud • Finanzas • Política • Negocios

Expandiendo Nuestro Horizonte

Avda. Pte. Roque Sáenz Peña 720, Piso 6, DE. "E" y "F" (C1035AAP) Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina
Teléfono 4394-0018 (Líneas Rotativas) - www.informeoperadores.com.ar - [@InformeOperador](https://www.instagram.com/informeoperador)

¿CON QUÉ **TEMÁTICA** ESTÁS GENERANDO EL **CAMBIO**?

Inclusion y empleo Infancia y seguridad
Educacion y cultura Prevencion y proteccion
Sustentabilidad y ambiente Voluntariado y comunidad



POSTULÁ TU CASO

DECLARADO DE INTERES POR:



Buenos
Aires
Ciudad



PREMIO
CONCIENCIA
9º EDICIÓN

INSCRIBITE EN WWW.PREMIOCONCIENCIA.COM.AR



/PREMIOCONCIENCIA



/PREMIO CONCIENCIA



(011) 6064-6323



conciencia@solcomunicaciones.com.ar

COMISIÓN DE SOCIEDADES DE PRODUCTORES

Juntos, en busca de mayor representatividad

Por MARIANO DE LUCA



Coordinador de la Comisión de Sociedades de Productores de AAPAS
Gerente General en SMSV Asesores de Seguros

Desde hace algunos años, veníamos juntándonos de manera informal algunos de los brokers nacionales más importantes de la Argentina, intercambiando ideas, experiencias e inquietudes. Estos encuentros eran muy enriquecedores y nos dimos cuenta que, además de pasarla muy bien, aprendíamos mucho. Un día dijimos que debíamos formalizar estas reuniones, incorporar nuevos integrantes y poder hacernos más fuertes como grupo. A partir de allí, surgió la idea de crear una comisión, grupo u organización, en donde pudiéramos expresarnos, nos sintiéramos cómodos, unidos y representados. Luego de debatir mucho, por unanimidad, coincidimos en que el lugar en donde podíamos expresar esas ideas y estar bien representados, era a través de AAPAS.

Fue así que invitamos a Roberto Saba, presidente de la Asociación, a algunos encuentros y, entre todos, nos pusimos de acuerdo en crear este nuevo espacio, reeditando la Comisión de Sociedades de PAS dentro de AAPAS.

Esta comisión, en esta primera etapa, cuenta con 10 de los brokers más importantes de la Argen-

tina, medido en producción de primas intermedias. Estamos convencidos que, en el corto plazo, los principales Organizadores y Sociedades de PAS formarán parte de este grupo.

El objetivo de todos es poder tener un lugar en donde podamos expresar ideas, compartir experiencias, defender los derechos de los Productores como profesionales idóneos de seguros, sentirse respaldados, representados y valorados. También compartir ideas con compañías de seguros, las cuales respetan y defienden al Productor.

Los Organizadores y Sociedades de PAS son empresas que brindan servicios a los Productores y son el brazo comercial fundamental y más importante para algunas compañías del mercado. Invierten mucho dinero en tecnología y en recursos para brindar servicios que, en muchos casos, las compañías no pueden ofrecer. Brindan valor agregado y es por eso que son muy importantes para la industria. Algunos ejemplos de esos servicios son los espacios de *co-working*, el intercambio de ideas y experiencias que se da entre los Productores

“Estamos convencidos que si estamos juntos y alineamos las ideas y las fuerzas, seremos mejor valorados”





**Una ART que te acompaña.
Un PLUS para tu empresa.**

www.plusart.com.ar | 0800.333.4177



PERFIL

- › Junto a Francisco Fariña (AAPAS), Mariano De Luca coordina esta comisión.
- › Además de ser Gerente General en SMSV Asesores de Seguros, es Gerente General de SMSV Compañía Argentina de Seguros.
- › Es Lic. en Comercialización y Dirección de Empresas, MBA y PAA, con más de 25 años de experiencia en el mercado asegurador

de una misma organización, la capacitación que se proporciona, la tecnología que se pone a disposición, los incentivos adicionales, los servicios de medicina preventiva para las empresas, los servicios de seguridad e higiene para las empresas, etc., etc.

Los principales 30 Organizadores y Sociedades de PAS de Argentina, dan trabajo a más de 2.000 personas y agrupan a más de 7.000 Productores del mercado. Queremos que todos ellos se sientan más representados.

También nos interesa tener una mayor representación ante la Superintendencia de Seguros de Nación, la Superintendencia de Riesgos del Trabajo, las Asociaciones de Compañías, entre otros entes, instituciones y organismos. Estamos

convencidos que si estamos juntos y alineamos las ideas y las fuerzas, seremos mejor valorados.

Entendemos que esto recién comienza y queremos hacerlo de una manera seria, responsable y profesional. Este grupo debería ser una fuente de motivación para que todas las grandes organizaciones nos acompañen y trabajemos con el mismo fin común, brindando valor agregado a los clientes, a los Productores y alcanzando una fuerte valoración y representación entre las compañías de seguros y los entes oficiales.

AAPAS y esta comisión van a trabajar en conjunto para que todos los PAS puedan tener una fuerte representación en el mercado de seguros. Profesionalmente, con peso propio, a fin de defender sus derechos y que valoren su trabajo. ■

TODO LO QUE PASA EN EL MERCADO
PASA POR 100% SEGURO

100
SEGURO

TEMPORADA #14



Nueva estética
Nuevo formato



Filmado
totalmente
en exteriores



Cobertura de
principales
eventos del sector



100seguro.com.ar
El portal de referencia del sector



/100seguroTV



@100seguroTV



/100seguro



/100seguro

100%SEGURO
es un producto de:



CONTENIDOS & COMUNICACIONES
www.comunicacion.com.ar



TENÉ SIEMPRE EL CONTROL DE TU PÓLIZA EN TUS MANOS.

—
Descargá la App de **Provincia ART**
y manejá muy fácil desde tu celular
toda tu info, estés donde estés.
—

Encontrala en



App Store



Google Play



Grupo
Provincia 

Centro de atención al cliente:

☎ 0800.333.1278

Provincia
ART 



SSN

ORGANIZADORES Y SOCIEDADES DE PRODUCTORES

El asesoramiento con respaldo digital, más importante que nunca en tiempos de cuarentena

SEGUROS conversó con los principales integrantes de la comisión de Sociedades de Productores que se reeditó en el seno de AAPAS, buscando defender y potenciar la actividad de los Productores Asesores de Seguros. En esta nota, los ejecutivos detallan qué se busca específicamente con esta unión y cuáles son sus preocupaciones comunes, ponderando la importancia de la representatividad al ser actores clave en la industria aseguradora. El mix presencial-online, clave en el presente y en el post coronavirus.

El inédito contexto de pandemia realza la figura del PAS, la atención permanente a clientes, su asesoramiento y contención, su respuesta y profesionalismo. Es parte de lo remarcado

por los directivos consultados, quienes dada la cuarentena obligada por el COVID-19 han tenido que adaptar sus organizaciones desde el punto de vista operativo y comercial, manteniendo su labor sin interrupciones y canalizando sus canales de comunicación con foco en lo digital.

En esta nota, los entrevistados se refieren al impacto económico del coronavirus en el sector asegurador y las enseñanzas que debe dejar esta crisis. Todos coinciden en que será un golpe fuerte para ramos como Autos, ART y Caución, pero también perciben a la crisis como una oportunidad para apostar a otros riesgos, al teletrabajo, explorar la creatividad y poner en marcha herramientas digitales que dinamicen el mercado, combinando el formato no presencial con el asesoramiento personalizado que sólo el Productor puede brindar. ■

Antecedente. En septiembre pasado, AAPAS organizó una importante reunión en Pilar buscando llevar los temas de preocupación e interés de parte de la Asociación y de los intermediarios del sector al entonces Superintendente de Seguros, Juan Pazo. Representando a la Asociación estuvieron Roberto Saba, Sebastián Del Brutto, Nicolás Saurit Román, junto a Francisco Fariña, Martín Caeiro y Christian Castro. En ese entonces, entre los invitados del mercado, dijeron presente Diego Aguirre, Christian Bogni, Fernando Cinalli, Mariano Costa, Diego D'Antonio, Fabián Fioretti, Luis González, Horacio Inchaurre, Mariano Larreteguy, Jonathan Lew, Marcelo Mariani, Marcelo Montañez, Marcelo Rodríguez, Alcides Ricardes, Guillermo Salomón, Tomás Sinclair, Hugo Tito y Hugo Yovino.





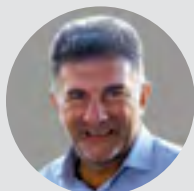
RESPONDEN



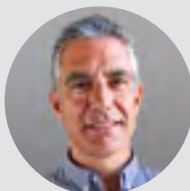
MARC HERZFELD
Director Comercial



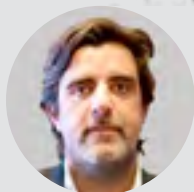
ARMANDO HUGO TITO
Presidente



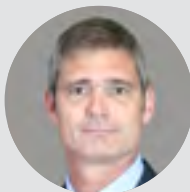
HUGO YOVINO
Presidente



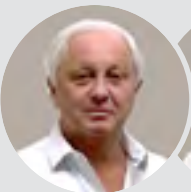
MARCELO MONTOYA
Presidente



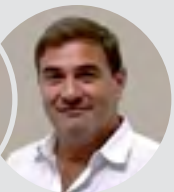
PABLO FEDERICO LUHNING
Presidente



GUILLERMO SALOMON
Gerente Comercial



HÉCTOR MARTÍNEZ SOSA
Presidente



GUILLERMO ALONSO
Vicepresidente



ÍNDICE

1. UNIDOS EN UNA COMISIÓN

AAPAS ha reeditado su comisión de Sociedades de PAS, de la cual Uds. forman parte. ¿Qué los llevó a integrar la misma y qué objetivos tienen? › 42

2. EL VALOR DE LA REPRESENTATIVIDAD

¿Qué importancia creen que tiene la representatividad y trabajar unidos? › 44

3. EL IMPACTO OPERATIVO DEL COVID-19

¿Cuál viene siendo el impacto del coronavirus y la cuarentena desde la parte operativa del negocio? › 46

4. EL NEGOCIO EN ÉPOCAS DE PANDEMIA

¿Cuáles son las implicancias del COVID-19 en materia comercial? ¿Hay nuevas contrataciones o todo se limita a retener cartera y minimizar baja de coberturas? › 48

5. RAMOS GOLPEADOS

¿Cuáles son los segmentos de negocios más perjudicados por el parate económico derivado del coronavirus? › 50

6. LA OLA DIGITAL EN LA INTERMEDIACIÓN

El aceleramiento obligado de los canales digitales a partir de la cuarentena, ¿qué consecuencias puede tener en el PAS? ¿Oportunidad o amenaza? › 52

7. BUSINESS PLAN, RECALCULANDO...

¿Qué planes tenían previstos como empresa para el 2020 y cómo se han visto modificados tras el nuevo e inesperado escenario? › 56

8. LECCIONES DE LA CRISIS

Finalmente, ¿qué enseñanzas para el mercado debería dejar esta pandemia una vez superada? › 58

1. UNIDOS EN UNA COMISIÓN

AAPAS ha reeditado su comisión de Sociedades de PAS, de la cual Uds. forman parte. ¿Qué los llevó a integrar la misma y qué objetivos tienen?

MARC HERZFELD

Nosotros nos caracterizamos por defender los intereses del Productor Asesor de Seguros. Estamos convencidos de su idoneidad para el asesoramiento, tanto en la prevención, como en la definición de las coberturas más adecuadas a las características de cada cliente. Teniendo en cuenta los riesgos a los que se encuentran expuestos una gran parte de nuestra sociedad, ya sea por la falta de conciencia aseguradora, o la falta de información fidedigna y el adecuado asesoramiento respecto a la protección de su patrimonio, **consideramos importante contribuir para darle una mayor transparencia al mercado, en procura de responder a una necesidad social que necesita una respuesta profesional.** La forma de realizar nuestro aporte es participando en la comisión que nos ha sido propuesta desde AAPAS.

ARMANDO HUGO TITO

Junto a otros representantes de brokers compartimos encuentros, cenas y charlas donde surgieron temas y situaciones en común. Allí fue que vimos la necesidad de generar un espacio formal de intercambio de conocimientos, experiencias e ideas entre nosotros, como así también con las compañías de seguros con las que trabajamos y hemos formado alianzas estratégicas a lo largo de estos años. **Con esta comisión buscamos tener una mayor representación ante los organismos reguladores. Es el momento de estar alineados, trabajar en conjunto y afrontar desafíos comunes.** Junto a AAPAS trabajaremos en los derechos y en la representación de todos los Productores Asesores de Seguros.

HUGO YOVINO

Las reuniones que veníamos teniendo entre nosotros nos permitieron conocernos y empezar a pensar acerca de cómo podíamos ir mejorando la industria de la intermediación de seguros. **El hecho de compartir ideas y soluciones a problemas que teníamos en común con otros brokers en la misma situación que la nuestra, nos llevó a pensar en un ámbito más amplio, donde otros colegas pudieran participar en pos de nuestra representatividad.** Decidimos que este ámbito sea AAPAS, siendo parte de una comisión de trabajo donde nos sintiéramos unidos y representados. Donde pudiéramos expresar con comodidad nuestras experiencias y debatir de las políticas de la industria del seguro. Y sobre todo, hacernos muy fuertes.

MARCELO MONTOYA

Somos un grupo de colegas que nos conocemos desde hace muchos años y que comenzamos tímidamente a compartir charlas, donde intercambiábamos problemáticas comunes, visiones de mercado y percepciones

sobre las estrategias de las aseguradoras hacia el canal PAS. En resumen, las inquietudes que todos tenemos por la responsabilidad que implica llevar adelante un negocio con empleados, PAS asociados y carteras de clientes grandes. **Fuimos ganando confianza mutua y valorando las opiniones de los colegas, lo que nos alentó a pasar de las charlas inorgánicas a la idea de formar un grupo, para trabajar en conjunto los desafíos de nuestra industria.** Fue entonces cuando nos acercamos a Roberto Saba quien rápidamente nos entendió y alentó a sumar nuestro trabajo desde dentro de AAPAS.

PABLO LUHNING

Lo más importante es que somos colegas, que constituimos sociedades para comercializar seguros, y que tenemos un bien común: el desarrollo del mercado asegurador. En ese marco, **tenemos responsabilidades y problemas comunes como por ejemplo en RR.HH., Capacitación, Financiamiento, Impositivos y Legales que deberíamos abordar en conjunto.**

GUILLERMO SALOMON

Nos interesa tener un espacio donde poder compartir experiencias, proyectos e ideas y tener nuestro grupo de pertenencia, ya que los Organizadores y las Sociedades de PAS, tenemos inquietudes diferentes a la de los PAS en particular, y consideramos que AAPAS es el mejor lugar donde establecernos.

H. M. SOSA & G. ALONSO

Nuestra idea de participar más activamente nació en junio de 2018, cuando Roberto Saba nos convocó junto a otras Organizaciones a raíz de dos nuevas resoluciones de ART que claramente entendíamos que perjudicaban al Productor Asesor de Seguros. Esa fue la primera de varias reuniones donde participamos diversas Organizaciones y nos pareció que entre todos podíamos intercambiar más ideas y juntos llevarlas adelante a través de AAPAS. En definitiva ese es el objetivo, aportar desde nuestro lugar con ideas y acompañar a una Comisión Directiva compuesta por Productores comprometidos con nuestra profesión.

“Junto a AAPAS trabajaremos en los derechos y en la representación de todos los Productores Asesores de Seguros”

ARMANDO HUGO TITO



Proteger te es estar cuando nos necesitás.

Provincia Seguros te brinda la tranquilidad de tener todo asegurado, para que solo pienses en concretar tus proyectos y disfrutar tu vida. Consultá a tu productor asesor de seguros, en nuestros centros de atención o en provinciaseguros.com.ar.

Provincia Seguros 

Grupo Provincia 

 **0810.222.2444**

 /pseguros

 @pseguros

2. EL VALOR DE LA REPRESENTATIVIDAD

¿Qué importancia creen que tiene la representatividad y trabajar unidos?

MARC HERZFELD

En un mercado cada vez más concentrado, entendemos que la unión entre los principales brokers nos permitirá liderar el rumbo hacia dónde pensamos que debe dirigirse la intermediación entre los clientes y las aseguradoras, haciendo prevalecer el asesoramiento profesional, que comprende poder detectar las necesidades y sus potenciales riesgos, la forma de prevenirlos, resolverlos o minimizarlos. También será importante la distinción de aquellas aseguradoras que se identifiquen con un crecimiento conjunto con nuestro canal, ya que entendemos que es la mejor forma -desde el punto de vista profesional- de amparar las cambiantes necesidades del mercado.

ARMANDO HUGO TITO

Creemos en la importancia del respaldo de AAPAS y su representación frente a los distintos organismos de control, como la Superintendencia de Seguros de Nación y la Superintendencia de Riesgos del Trabajo, entre otros. Queremos que todos los brokers y Productores Asesores de Seguros puedan tener una fuerte representatividad en el mercado asegurador. Seguiremos trabajando en conjunto, invitando también a otros Organizadores y Sociedades de PAS a sumarse a este proyecto que nos permitirá a todos seguir creciendo y brindando servicios de valor a nuestros clientes.

HUGO YOVINO

En otras épocas prevalecía la fuerza individual, se desconfiaba del otro colega y las compañías se encargaban de promover una competencia entre nosotros y generar diferencias: ese tiempo cambió. La nueva generación de brokers nacionales tenemos una visión más amplia del negocio y del mercado, donde todos los días se nos pone a prueba con nuevas situaciones y cambios de las reglas de juego que adopta el Estado en forma inconsulta y esto ocurre por no tener representatividad. Desde que asumió esta Comisión Directiva en AAPAS con Roberto Saba como presidente, vimos un cambio importante en la conducción. Todos coincidimos que es un momento donde debemos trabajar en forma conjunta y concatenada para demostrar que nuestras empresas representan una participación muy importante del mercado, y de esta manera tener logros para la industria de la intermediación que nos beneficien a todos y no a unos pocos.

MARCELO MONTOYA

Trabajar unidos bajo el paraguas gremial de AAPAS es clave, ya que implica una pluralidad organizada que supera las acciones de nuestras sociedades actuando individualmente. Y la reemplaza por un accionar colectivo que es fundamental para lograr eficacia en el objetivo de defender nuestros intereses económicos y profesionales como Productores Asesores.

PABLO LUHNING

La importancia de esto pasa por darle fuerza al canal. Nosotros representamos la intermediación a través de nuestra red de PAS, por lo que tenemos doble responsabilidad con nuestros empleados y nuestros Productores Asesores. Al tener representatividad podemos hacernos escuchar mejor y más claro.

GUILLERMO SALOMON

Esta comisión tiene que trabajar en la construcción y fortalecimiento de la identidad de los Organizadores de Seguros, compartir valores y formas de actuar en la problemática específica de las Sociedades de PAS. Debemos buscar soluciones, defender los derechos de los PAS como profesionales de seguros y en ese marco los brokers deben sentirse respaldados, representados y valorados.

H. M. SOSA & G. ALONSO

Siempre escuchamos críticas al individualismo que se nos adjudicó a los Productores y Organizaciones, pero honestamente siempre estuvimos convencidos que para cambiar algo hay que involucrarse. Si fuésemos varios los que lo hiciéramos, seguramente los resultados serían otros. Por eso es importante que primero exista gente que esté dispuesta a resignar gran parte de su tiempo para dirigir, y que las Sociedades, Organizadores y Productores nos unamos para nutrir con nuestras experiencias y dar un espectro más amplio con el objetivo de ayudar a fijar las políticas y entender las problemáticas que nos aquejan.

“El combo de caída brutal de las cobranzas, inversiones ‘reperfiladas’ que perdieron valor y obligaciones de pago que no se detienen, luce explosivo”

MARCELO MONTOYA



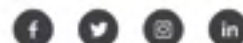
INNOVACIÓN PARA ASEGURAR TUS VALORES.

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

PRUDENCIA
Seguros 



www.prudenciaseguros.com.ar » prudencia@prudenciaseguros.com.ar
Palacio Houder, 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

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

3. EL IMPACTO OPERATIVO DEL COVID-19

¿Cuál viene siendo el impacto del coronavirus y la cuarentena desde la parte operativa del negocio?

MARC HERZFELD

En nuestro caso particular, **todo nuestro personal se encuentra activo operando a través de sus notebooks desde sus casas, por lo que nuestros servicios no se han visto resentidos**, ni en la Ciudad de Buenos Aires ni en el interior del país.

ARMANDO HUGO TITO

Respecto a la situación actual, **es un orgullo que hoy nuestra organización se encuentre 100% operativa en forma remota, dando soporte a sus clientes y prospectos. Esto es posible debido a la prioridad que pusimos hace algunos años a la inversión en tecnología**, tanto para el desarrollo de sistemas de gestión, como para mejorar la conectividad y adquirir equipamiento para todos nuestros colaboradores. El hecho de trabajar con plataformas de almacenamiento “en la nube”, nos permite estar conectados en forma remota -hoy desde nuestros hogares- y mantener el mismo nivel de atención y servicios, como lo hacíamos desde nuestras oficinas centrales y sucursales en el interior del país. Para garantizar la eficiencia fue fundamental estandarizar procesos y disponer de indicadores claves para la medición de cada uno.

HUGO YOVINO

Esta pandemia puso de manifiesto en qué condiciones tecnológicas y operativas se encuentra la industria aseguradora. Muy pocas compañías pueden decir que están operativas a través del teletrabajo o la atención virtual. **La emisión de ciertos riesgos como Automotores, Caución y Accidentes Personales funcionan con plena tecnología, pero el resto de los riesgos como sucede con Hogar, Comercio o Todo Riesgo Operativo, todavía necesitan de la intervención humana para su emisión**. Ni hablar de los siniestros, donde todo el proceso es manual y hasta la confección de una denuncia se hace a mano. Los brokers que invertimos en tecnología hace muchos años, pudimos “desenchufar” la oficina y “enchufarnos” desde casa, sin que se resienta el servicio hacia nuestro cliente y brindando las mismas soluciones que dábamos desde la oficina.

MARCELO MONTOYA

Rápidamente nos pusimos en “modo teletrabajo”, ajustando nuestros procesos y sistemas para continuar ofreciendo nuestros servicios desde casa. Las aseguradoras también adaptaron sus circuitos y la tecnología para permitirnos interactuar con razonable eficacia. En concreto, **no tuvimos inconvenientes para atender las consultas, gestiones y reclamos de nuestra red de Productores y de la cartera de clientes, que por efecto del aislamiento bajaron sensiblemente**.

PABLO LUHNING

Nosotros ya veníamos invirtiendo en sistemas y plataformas digitales. De hecho, **desde hace dos años invertimos hasta un 5% de nuestra facturación en IT, por lo cual la tecnología nos permite estar todos conectados con los sistemas internos de cada área, cada uno con su notebook desde su casa**. También tenemos un callcenter con tecnología omni-canal, al cual se conectan a la plataforma desde sus casas.

GUILLERMO SALOMON

El impacto ha sido grande. En una semana nos cambió la forma de trabajar, de relacionarnos con nuestros Productores, con nuestros socios estratégicos, proveedores y clientes. **Tenemos una mirada optimista respecto al teletrabajo, ya que se adelantó la forma que pensábamos que íbamos a desempeñarnos en un par de años**. La tecnología actual nos ayudó a acomodarnos rápidamente. Muchas compañías también lo hicieron, por lo cual operativamente el impacto no fue tan traumático. En estas semanas tuvimos que estar muy conectados, ya que se están recibiendo muchas consultas de parte de Productores y sus asegurados. Por otro lado, tomamos algunas decisiones postergadas o demoradas respecto a la adquisición de tecnología.

H. M. SOSA & G. ALONSO

Al tener oficinas en Río Grande y en Ushuaia desde hace 45 años, nosotros comenzamos un poco antes con el aislamiento, ya que el 16 de marzo/2020, el Gobierno de Tierra del Fuego lo decretó para la provincia, y eso también nos hizo decidir que la mayoría del personal trabajara bajo la modalidad “home office”, dejando sólo guardias en las oficinas y pidiendo a nuestros Productores y clientes que traten de evitar las visitas presenciales. **Entre todos entendimos que nuestra respuesta en este contexto debía ser mucho más rápida de lo habitual, para que no sintieran la diferencia**. También establecimos un cronograma de videollamadas, que con el paso del tiempo se fueron transformando en algo muy necesario para muchos.

“Siempre estuvimos convencidos que para cambiar algo hay que involucrarse”

HÉCTOR MARTÍNEZ SOSA & GUILLERMO ALONSO



**La tranquilidad
de conocernos
de toda la vida.**
80 años cumpliendo.



Nº de inscripción en SSN
0192

Atención al asegurado
0800-666-8400

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

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

4. EL NEGOCIO EN ÉPOCAS DE PANDEMIA

¿Cuáles son las implicancias del COVID-19 en materia comercial? ¿Hay nuevas contrataciones o todo se limita a retener cartera y minimizar baja de coberturas?

MARC HERZFELD

Si bien hemos tenido algunas consultas sobre reducciones de coberturas, la mayoría han sido originadas por informaciones falsas o incorrectas, por lo que nuestro margen de retención ha sido prácticamente óptimo. Independientemente de eso, no solamente hemos concretado nuevos negocios, sino que hemos incorporado nuevas Organizaciones y Productores a nuestra red. Desde el primer día nos enfocamos en no perder contacto con nuestra red de PAS, diseñando, además, contenidos de interés para sobrellevar la sensación de incertidumbre que generaba la cuarentena, proponiendo la búsqueda de nuevos negocios a pesar del escenario hostil que se comenzaba a avizorar. Por otra parte, es destacable el desarrollo que venimos teniendo con la concreción de negocios de Vida Individual.

ARMANDO HUGO TITO

Tenemos los equipos de ventas y desarrollo trabajando al 100%. Si bien las primeras 48 horas de la cuarentena la contratación fue más compleja, con el correr de los días el flujo de trabajo comenzó a normalizarse paulatinamente. Estamos en contacto con nuestros clientes para ayudarlos y asesorarlos. Continuamos buscando oportunidades de ahorro para nuestros prospectos, volviéndose clave en este tipo de contextos el diseño de “soluciones a medida” a costos competitivos. Somos un equipo comercial dinámico y creativo, que a lo largo de estos más de 30 años de trayectoria aprendimos reaccionar a tiempo ante cambios de escenarios.

HUGO YOVINO

Lamentablemente estamos abocados a la retención de cartera. Nuestro primer objetivo es ir logrando rebajas comerciales del 20/30% sobre las cuotas de abril, mayo y quizás junio. Si eso no prospera, tratamos de retener ofreciendo bajas de cobertura de Todo Riesgo a terceros completos, o de Robo e Incendio en garaje, tratando de que el PAS retenga al cliente.

MARCELO MONTOYA

Nosotros nos especializamos en ART y coberturas asociadas, como AP y Vida Colectivo. En la última semana de marzo cerramos las ventas que veníamos trabajando, por lo que fue un mes casi normal en materia de nuevos clientes. En abril casi no hubo nuevas ventas, el freno fue abrupto.

PABLO LUHNING

Intentamos retener lo más posible y ponemos todas las herramientas para que nuestros PAS sigan comercializando. Lanzamos la posibilidad que cada PAS se arme rápidamente su web en pocos clics y tenga el multi-cotizador publicado. A su vez, todos los días desarrollamos placas de productos para que ellos publiquen en sus redes con promociones y nuevos productos.

GUILLERMO SALOMON

El objetivo primordial es no perder cartera y dar contención a nuestros Productores y asegurados, el esfuerzo está puesto ahí. Recibimos diariamente muchas consultas y cada caso es analizado en particular, intentando darles solución. Debemos muchas veces ser creativos, ya que los cierres de algunas operaciones puntuales que se están dando son anteriores a la cuarentena.

H. M. SOSA & G. ALONSO

Sin dudas los nuevos negocios no tienen el mismo ritmo de crecimiento que venían teniendo. Si bien se concretaron varios, evidentemente no es lo mismo. Con respecto a la cartera vigente, desde un principio nuestra prioridad fue estar al lado de los Productores y clientes, escuchando sus necesidades y apoyándonos en las herramientas que nos brindaron las aseguradoras con las cuales operamos, buscando las mejores opciones de acuerdo a las actividades, donde algunas fueron más afectadas que otras. En momentos como este, es donde el Productor Asesor de Seguros toma un rol fundamental, porque el cliente necesita asesoramiento, ya que de todas las herramientas con las que uno puede contar, algunas son aplicables a unos y a otros no. Si bien seguramente todos estemos trabajando para retener cartera, también tenemos que ser conscientes que un mal asesoramiento puede repercutir contra el patrimonio del cliente.

“La combinación entre lo presencial y digital, es a mi criterio perfecta”

GUILLERMO SALOMON



Hacé tu **consulta médica desde tu casa**



Ponemos a tu disposición nuestro servicio de **LLAMANDO AL DOCTOR**, una aplicación que te permite recibir atención médica gratuita en tu celular, desde cualquier lugar, a cualquier hora.

Servicio disponible con tu seguro de:
**AUTO, HOGAR, SALUD, ACCIDENTES PERSONALES
y VIDA CON CAPITALIZACIÓN.**

DESCARGÁ LA APP



Llamando al
Doctor



sancorseguros.com.ar /    

#SegurosEnCasa

#SomosResponsables



5. RAMOS GOLPEADOS

¿Cuáles son los segmentos de negocios más perjudicados por el parate económico derivado del coronavirus?

MARC HERZFELD

Si bien no hemos sufrido bajas significativas, los riesgos vinculados al turismo y a la gastronomía fueron los de mayor impacto. Seguramente el mercado habrá sufrido sus principales bajas en Riesgos del Trabajo y Autos. Si bien la construcción con sus riesgos inherentes también se encuentra afectada, pensamos que será una de las primeras actividades que retomará su ritmo habitual y de esa forma podrán recomponerse los ingresos.

ARMANDO HUGO TITO

Todos los seguros que pueden comercializarse de manera online, junto con las obligaciones patronales son los menos perjudicados. El resto se verán más afectados. Es decir, todo riesgo que requiera de alguna intermediación por parte de un proveedor de servicios para el análisis de su suscripción, o todo riesgo asociado a aquella actividad que producto del aislamiento haya tenido que pausar su desarrollo, imposibilitando su contractibilidad para recibir asesoramiento y configuración de alguna propuesta, se estaría viendo perjudicado.

HUGO YOVINO

A nuestro entender, los ramos más afectados son los contratos de ART, Integrales de Comercio, el Todo Riesgo Operativo, y las Cauciones de obra pública o privada.

MARCELO MONTOYA

El aislamiento social generó que se reduzcan las cobranzas a niveles ridículos. Algunas ART verán caer su flujo de fondos a menos de la mitad en abril, como consecuencia de que se estaría rompiendo

la cadena de pagos. En paralelo, el Gobierno habilitó la cobertura del COVID-19 como enfermedad profesional no listada para los trabajadores de actividades esenciales (exceptuados de la cuarentena). El combo de caída brutal de las cobranzas, inversiones 'reperfiladas' que perdieron valor de mercados y obligaciones de pago que no se detienen, luce explosivo.

PABLO LUHNING

Sin lugar a dudas, el ramo más perjudicado va a ser ART, porque ya venía muy golpeado y ahora las PyMEs van a tener serios problemas económicos. En nuestro caso, nos afecta ya que asesoramos a más de 6.000 PyMEs, en su gran mayoría con menos de 50 trabajadores.

GUILLERMO SALOMON

Sin lugar a dudas, Caucción y ART. Y un tema sensible adicional es la morosidad, que se va a ir incrementando mes a mes. Ya estamos viendo cómo se está rompiendo la cadena de pagos. En las carteras de autos, flotas y demás riesgos, va a haber reducción de coberturas, pedidos de baja y demás, propios de la caída de la actividad, más allá de algunas compañías que han salido a reducir primas.

H. M. SOSA & G. ALONSO

Creemos que en general todos los ramos por una razón u otra se van a ver perjudicados, ya que esto irá llevando a un menor ingreso en general. En esta primera etapa, todos los riesgos relacionados a las PyMEs y aquellas personas que dejaron de usar sus vehículos, fueron los primeros en reclamar alternativas. Aunque esto es muy dinámico y día a día nos vamos encontrando con nuevos escenarios.

“Esta es una oportunidad para que los PAS cambien el paradigma de atención, puedan transformarse e intenten complementar el servicio de atención personal con el virtual”

HUGO YOVINO



**Su negocio puede crecer.
Somos especialistas en
seguros para las Fuerzas
Armadas y de Seguridad.**

**Conozca los beneficios de unirse
a SMSV Seguros.**

**Súmese a nuestra
Red de Productores
y amplíe su cartera.**

0 8 1 0 - 9 9 9 - 7 3 4 8

comercial@smsvseguros.com.ar

Av. Córdoba 1345 - Piso 12 (CABA)



Pensamos como Usted, estando junto a Usted.



www.smsvseguros.com.ar



www.smsvasesores.com.ar

6 . LA OLA DIGITAL EN LA INTERMEDIACIÓN

El aceleramiento obligado de los canales digitales a partir de la cuarentena, ¿qué consecuencias puede tener en el PAS? ¿Oportunidad o amenaza?

**MARC
HERZFELD**

No hay dudas que la cuarentena ha acelerado la utilización del canal digital, no obstante la tecnología ya hace varios años que se ha instalado en nuestra economía, tanto desde el punto de vista de la oferta como del consumo. Si bien nosotros vemos al canal digital como una oportunidad para la comercialización y prestación de determinados productos y servicios- sobre todo de consumo masivo- consideramos que para ciertos segmentos de clientes, **la comunicación digital debe complementarse con un trato personal, ya que para el análisis de determinados riesgos se requiere de un nivel de información que por sus características, sea por su sensibilidad o grado de detalle, no son sencillas de procesar de forma automática.**

**ARMANDO
HUGO TITO**

El mercado se vio expuesto de un día para el otro, a una nueva realidad que obligó a un cambio en los hábitos de consumo, especialmente para aquellos que se resisten a la utilización de los canales digitales. A través de nuestras plataformas digitales, tenemos la posibilidad de generar interés y ofrecer múltiples propuestas sobre cualquier riesgo en forma online, ofreciendo el correcto asesoramiento según las necesidades que se presenten y con la inmediatez que lo requiere. Como intermediarios, tenemos la responsabilidad de estar presentes a través de todos los medios disponibles, para acompañar lo que para muchos significó una nueva dinámica de contacto. **Es un desafío para todos, que no hizo más que adelantar un camino que tarde o temprano todos íbamos a transitar. La cuarentena no creó nada nuevo, solo hizo un atajo.** Sin duda esta es una oportunidad. En nuestro país hay un grupo que todavía sigue prefiriendo el contacto presencial para concretar sus operaciones, pero ya desde el último tiempo se viene flexibilizando y se desarrollan diferentes estrategias para alcanzar a todos los públicos. De todas formas, de ninguna manera va a detenerse el avance de los canales digitales, sobre todo porque las generaciones que día a día se incorporan como consumidores, nacieron con la idea de que todo se encuentra a un clic de distancia.

**HUGO
YOVINO**

No hay duda del incremento en los canales digitales para la comercialización en cualquier rubro, su distribución y, sobre todo, para las empresas de delivery. En la industria aseguradora se ha acelerado la decisión de compra de un seguro a través de un canal digital

(broker online) pero limitado a seguros de autos, motos, bolso protegido, ATM y quizás algún producto de asistencia. Para otros tipos de cobertura más completas y de otros riesgos, la industria todavía no está preparada. Quizás esta pandemia acelere los tiempos para que productos no tradicionales puedan ser vendidos y también administrados en una plataforma digital. **Muchos PAS van a tener que pegar un salto para cambiar su modelo de venta y de atención, hacia una versión más tecnológica, utilizando más herramientas digitales que le permitirán ganar más negocios y administrar mejor su tiempo.** Sin dudas, esta es una oportunidad para que los PAS cambien el paradigma de atención, puedan transformarse e intenten complementar el servicio de atención personal con el virtual.

**MARCELO
MONTAYA**

Producto de los problemas y la ansiedad que el aislamiento social está generando, la gente no está predispuesta para recibir propuestas de nuevos seguros en forma digital-telefónica, razón por la cual es difícil decir si este mayor vuelco de gente a gestionar sus trámites en forma digital, va a rebotar en un futuro próximo como mayores operaciones por el canal digital. **Me inclino a creer que no tendrá gran impacto.**

**PABLO
LUHNING**

Desde mi lado veo oportunidades, ya que es mi forma de actuar desde que me levanto. Estoy convencido que la forma de comunicarnos cambiará. Es importante para nosotros como Productores, empezar a pensar en digital. **Creo mucho en las alianzas digitales y en que podemos replicar los puntos de ventas y desarrollar para nuestros PAS el ecosistema digital de cercanía,** es decir, en el entorno de su oficina.

**GUILLERMO
SALOMON**

Nosotros comercializamos un producto intangible, por lo que el relacionamiento presencial siempre ha sido uno de nuestros pilares. Hoy la pandemia nos obliga a relacionarnos sólo en lo digital y a adaptarnos rápidamente. He participado en estos últimos días en varias reuniones comerciales, y si bien al principio me parecía raro, día a día me fui acomodando. Por momentos se hacen mucho más productivas las reuniones, y creo que a medida que se vaya flexibilizando la cuarentena, muchos de estos hábitos que tuvimos que incorporar se quedarán en nuestro día a día laboral. La combinación entre lo presencial y digital, es a mi



UN PRODUCTO para cada necesidad

Vida y Retiro + Seguros Patrimoniales + ART

Todas las coberturas que tus clientes necesitan, en una compañía joven que día a día suma más herramientas para ayudarte a crecer. Además, contás con el respaldo de Swiss Medical Group.

Hacemos las cosas **más simples.**

www.swissmedicalseguros.com



SMG COMPAÑÍA ARGENTINA DE SEGUROS S.A. CUIT 30-50003196-0. AV. CORRIENTES 1865 PLANTA BAJA (C1045AAA) BUENOS AIRES, ARGENTINA | SMG LIFE SEGUROS DE VIDA S.A. CUIT 30-68584340-0. ARENALES 1826 (C1124AAB) BUENOS AIRES, ARGENTINA | SMG LIFE COMPAÑÍA DE SEGUROS DE RETIRO S.A. CUIT 30-70096480-5. ARENALES 1826 (C1124AAB) BUENOS AIRES, ARGENTINA | SWISS MEDICAL ART S.A. CUIT 33-68626286-9. AV. CORRIENTES 1891 5° PISO (C1045AAA) BUENOS AIRES, ARGENTINA.

Nº de inscripción en SSN
0002/0580/0710/0605

Atención al asegurado
0800-666-8400

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



criterio perfecta. En muchas ocasiones para asistir a una reunión se pierde mucho tiempo en el traslado y ha quedado demostrado que se puede avanzar desde lo tecnológico, más allá que la visita del PAS a sus asegurados en forma presencial es muchas veces primordial. Lo mismo ocurre cuando pretendemos analizar o incorporar nuevas carteras.

**H. M. SOSA &
C. ALONSO**

Sin lugar a dudas, esta es una oportunidad para entender no sólo lo que se viene, sino lo que ya está. La ola digital puede ser muy positiva si la sabemos aprovechar, y no podemos negar que hoy las comunicaciones en muchos casos son a través de redes sociales, WhatsApp, etc. El aislamiento, por ejemplo, aceleró la entrega de póliza en formato digital, si bien todas las compañías venían llevándola a ese formato, hoy el 100% de las pólizas no tienen otra forma de entregarse si no es a través de herramientas digitales, y entendemos que va a ser muy difícil que

las aseguradoras vuelvan al papel al terminar la cuarentena. En cuanto a la venta online, nosotros estamos convencidos que si bien se llevará una parte del mercado, creemos que en nuestra actividad, el contratar una póliza a través del Productor de Seguros siempre va a ser la opción más elegida, lo que no implica que los PAS brinden esta herramienta desde sus plataformas y la nutran con el asesoramiento.

“Estoy convencido que la forma de comunicarnos cambiará, es importante para nosotros como Productores, empezar a pensar en digital”

PABLO FEDERICO LUHNING

POOL económico

UN PROGRAMA
SOBRE SEGUROS,
BANCOS Y ECONOMÍA.



CONducEN: GABRIELA BARBEITO Y RAÚL VEIGA
15 AÑOS EN EL AIRE

WWW.POOL-ECONOMICO.COM.AR



MARTES 23.00

METRO
NOS VEMOS.

CANAL 8 CABLEVISIÓN

¡LLEGO VIDEO PERITACIÓN!

Con **Video Peritación** tus clientes simplifican sus gestiones y vos crecés con nosotros.

Somos la primera compañía del mercado en convertir la inspección de un siniestro de auto y hogar en un proceso sencillo, ágil e innovador.

Hacemos las cosas **más simples.**

www.swissmedicalseguros.com



 **SWISS MEDICAL**
SEGUROS

¡BIENVENIDO A VIDEO PERITACIÓN!

Presioná el ícono cuando se encuentre en color verde para comenzar la transmisión desde tu dispositivo.




SWISS MEDICAL
SEGUROS

SMG COMPAÑÍA ARGENTINA DE SEGUROS S.A. CUIT 30-50003196-0. AV. CORRIENTES 1865 PLANTA BAJA (C1045AAA) BUENOS AIRES, ARGENTINA

Nº de inscripción en SSN
0002

Atención al asegurado
0800-666-8400

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



SSN

SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN

7. BUSINESS PLAN, RECALCULANDO...

¿Qué planes tenían previstos como empresa para el 2020 y cómo se han visto modificados tras el nuevo e inesperado escenario?

**MARC
HERZFELD**

En nuestro caso continuamos con los objetivos de crecimiento, tanto de primas administradas como márgenes de rentabilidad definidos a principios de año. También hemos considerado entre nuestros objetivos prioritarios, lograr una mayor penetración en el Interior, por lo que estamos llevando a cabo un programa de federalización en las principales ciudades del país. **Cuando advertimos el escenario que estamos atravesando, hemos adecuado nuestro plan de trabajo, convencidos que en todas las crisis surgen oportunidades,** y creemos contar con la suficiente inteligencia para superar los inconvenientes que se nos puedan presentar. Permanentemente nos preocupamos por planificar diferentes escenarios, por eso, entre otras medidas, hemos acelerado la terminación de la remodelación total de nuestro Edificio GAMAN de 10 pisos en microcentro, donde compartimos espacios con Productores “In House”. Estamos analizando expandirnos ediliciamente en Zona Norte, hemos continuado con la incorporación de nuevas carteras en CABA y el Interior, obtenido nuevos contratos para el desarrollo de tecnología, y creado QUORE, una sociedad dedicada a la comercialización de Seguros de Vida, Retiro y Salud.

**ARMANDO
HUGO TITO**

Haciendo honor a nuestra filosofía de identificar en situaciones complejas oportunidades de crecimiento y desarrollo, a principios de 2019 involucramos a todos los miembros de nuestras unidades de negocios en dos objetivos esenciales para afrontar el futuro de la actividad. **Con el propósito de hacer más eficiente nuestra labor, revisamos y mejoramos todos los procesos internos, logrando este año el certificado en el Sistema de Gestión de Calidad de acuerdo a Normas ISO 9001:2015,** y seguimos enfocados en mejorar continuamente nuestros procesos con el propósito de alcanzar la mayor calidad y confiabilidad en nuestros servicios. Por el otro, invertimos fuertemente en tecnología para profundizar nuestro proyecto de transformación digital. No sólo creamos un comité para conducir el proyecto, sino que a la vez conformamos un equipo de “guías” -con representantes de todas las gerencias- y diseñamos un sitio destinado a tal fin, para que gracias a esa sinergia podamos mejorar la experiencia de uso. Precisamente este trabajo, aún sin poder predecir la situación que nos toca atravesar, posibilitó que de un día a otro, todos nuestros colaboradores pudieran continuar con su labor desde sus hogares, si bien en un contexto atípico, en condiciones de cumplir con cada una de sus responsabilidades habituales, sin resentir la calidad de servicio.

**HUGO
YOVINO**

Nuestro plan de negocio estratégico y presupuesto de venta para el 2020 se vio totalmente afectado por esta pandemia. Cuarentena mediante, estamos abocados a no perder cartera, y no a ganarla como teníamos previsto en el presupuesto original. Nuestra rentabilidad se va a ver seriamente afectada. También es cierto que **quizás ciertos proyectos que no estaban maduros para lanzarse al mercado, ahora lo estén, se aceleren los tiempos y tengamos que poner mucho foco en nuevas formas de comercializar nuevos productos** que el consumidor necesite debido al cambio económico que ha sufrido.

**MARCELO
MONTÓYA**

Este 2020 será un año muy difícil, donde nos enfocaremos a retener y cuidar nuestra cartera de clientes y de Productores. **Serán tiempos de honrar las coberturas y acompañar a los clientes con planes de pago alineados con la posibilidad que el nuevo escenario económico permita.**

**PABLO
LUHNING**

Lo que vamos a modificar va a ser la forma de ver la rentabilidad en su conjunto, y esto nos obliga a entrar en cada área de manera distinta. Por ejemplo, el 30% de nuestro negocio es Agro, y el seguro de Granizo no se vio afectado en nada y en ese sentido los proyectos siguen igual. Distinto es lo que sucede en Patrimoniales y ART, donde vamos a trabajar en retener y ser creativos en reconvertirnos rápidamente.

**GUILLERMO
SALOMON**

El escenario planteado era hacer los esfuerzos necesarios para crecer por arriba de la inflación y mantener la cartera, incorporando nuevos productos para comercializar. En Seguros de Vida detectamos muchas oportunidades. Por otro lado, apuntamos a formar nuevos Productores y dotar a los existentes con nuevas herramientas digitales que faciliten el trabajo. Nada ha cambiado, pero obviamente que hoy la situación está complicada.

**H. M. SOSA &
G. ALONSO**

Este año nos habíamos fijado metas muy ambiciosas, teníamos planificado un crecimiento importante, y nos habíamos preparado con recursos y herramientas para lograrlo, que obviamente se verán afectados con este nuevo escenario. **Seguramente nos replanteemos algunas estrategias e iremos viendo cómo se va desenvolviendo todo.** Imaginamos que esta es una crisis de “cola larga” que nos va a obligar a reinventarnos en algunas cuestiones.

Gestioná con



TPClick Auto

en 3 simples pasos

Ingresa en nuestra web:
www.tpcseguros.com
y descargá el instructivo
para el uso de nuestro
nuevo servicio.

1. Ingresá a:
www.tpcseguros.com



2. Hacé click en:
TPCLICK AUTO



3. Hacé tu
Denuncia online



8. LECCIONES DE LA CRISIS

Finalmente, ¿qué enseñanzas para el mercado debería dejar esta pandemia una vez superada?

MARC HERZFELD

Lo que creemos es que se va a profundizar la concentración del mercado, tanto de parte de los brokers y Productores, como de aseguradores, donde los actores de origen nacional contarán con la ventaja de no depender de casas matrices -donde seguramente estarán sufriendo consecuencias a causa de esta crisis mundial-, pudiendo tomar decisiones de inversión mucho más ágiles y apropiadas para las características particulares de nuestro mercado. Respecto a posibles nuevas tendencias, no hay duda que el mercado asegurador, como la economía en general, se verá fuertemente afectada por un desequilibrio entre ingresos y egresos, principalmente por el impacto de los gastos fijos y por la caída en la rentabilidad de las inversiones, por lo que se deberán extremar las medidas en cuanto al control y administración de los fondos, perfeccionar los modelos de atención y optimizar la calidad en la prestación de productos y servicios. No tenemos dudas que el teletrabajo se irá incrementando en la actividad económica y financiera en general, tanto desde el punto de vista de la oferta de productos y servicios, como de la demanda. **Otra de las posibles consecuencias que dejará esta crisis, es que la sociedad vaya tomando mayor conciencia de la necesidad de protegerse y proteger sus activos, y en eso vemos una oportunidad para el desarrollo de los seguros de vida, sobre todo en el segmento etario de 35 a 50 años.**

ARMANDO HUGO TITO

A mi entender, este proceso contribuirá a perderle el miedo a la labor en forma remota, a comprender que el tiempo o la presencia física no son los que garantizan la productividad y los buenos resultados, sino el compromiso y la responsabilidad, y estos dependen de la motivación y el sentido de pertenencia que los colaboradores muestren hacia la empresa. Porque aquellos que se auto perciben privilegiados de formar parte de una organización que les ofrece diferentes alternativas para balancear el tiempo destinado al

“Se va a profundizar la concentración del mercado, tanto de parte de los brokers y PAS, como de aseguradores”

MARC HERZFELD

trabajo, con el que invierten en el resto de sus actividades cotidianas -en su mayoría- cuidarán y harán un uso racional y consciente de cada libertad que les ofrezcan. **Es imperioso que quienes conformamos los cuerpos directivos de las empresas nos atrevamos a salir de nuestra zona de confort y aceptemos, no sólo que tenemos mucho camino por recorrer, sino que para evolucionar debemos cambiar de paradigma** y comenzar a asimilar que en breve la nueva dinámica empresarial será incompatible con ese modelo al cual nos hemos acostumbrado.

HUGO YOVINO

Esta pandemia va a dejar muchas enseñanzas. Va a cambiar la forma de comercializar seguros masivos como autos, motos y hogar. Se deberá adaptar el producto a la necesidad del cliente, cosa que hoy no ocurre. A partir de ahora, el consumidor verá el seguro de personas como más importante en referencia a los seguros de los bienes. A su vez, creo que el seguro va a tener que volcarse más a la asistencia que al resarcimiento, es decir, que **el cliente va a necesitar más productos donde el seguro le solucione pequeños problemas de todos los días, y no solamente esperar una indemnización por la desaparición o rotura de un bien.**

MARCELO MONTOYA

Es posible que una de la enseñanza que nos deje esta pandemia -con sus lamentables pérdidas de vidas y con las secuelas respiratorias- sea una **mayor conciencia aseguradora en Vida, Salud y ART.**

PABLO LUHNING

La enseñanza principal es que debemos trabajar más en equipo y mejorar la comunicación de la cadena 'compañía, PAS, cliente', ya que eso mejoraría mucho las relaciones personales y laborales.

GUILLERMO SALOMON

Creo que desde lo interno de las organizaciones se realizarán inversiones en sistemas y en IT, para poder tener información más precisa y conectividad respecto al teletrabajo. **Sin lugar a dudas esta pandemia nos deja enseñanzas: la toma de conciencia de poseer un seguro de vida, y contar con coberturas para cubrir la pérdida de beneficio.** En este sentido las PyMEs y grandes empresas demandarán nuevas coberturas en relación al lucro cesante, y las compañías de seguros deberán avanzar rápidamente en el diseño de estas nuevas coberturas y sus sistemas. Por ejemplo, a la fecha, la gran mayoría de compañías de Vida han lanzado la posibilidad

INNOVAR ES CREAR. Y TAMBIÉN CREER.
Las mejores ideas necesitan el mejor respaldo.



Solo un Productor entiende la necesidad de una garantía accesible, económica y confiable.
La nueva **Póliza Digital de Afianzadora** es la herramienta de trabajo más moderna
y el próximo paso en innovación tecnológica para la gestión de Seguros de Caución.
Sin papeles, sin demoras y más seguridad.

Escaneá para
conocer más.




AFIANZADORA
SEGUROS DE CAUCIÓN

El Producto se encuentra respaldado por la Ley N° 25.506 de Firma Digital, por el art. 288 del Código Civil y Comercial y por la Resolución SSN 219/2018.



/afianzadora



/afzcaucion



www.afianzadora.com.ar



@afianzadora



/afianzadora

N° de inscripción en SSN
0755

Atención al asegurado
0800-666-8400

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



SSN

SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN

de que el Productor de Seguros realice una venta y canalice la operación online.

**H. M. SOSA &
C. ALONSO**

De las crisis se pueden sacar muchas conclusiones y capitalizarlas. La mayoría entendió que gran parte de la gente puede realizar sus labores desde la casa, aunque también el gran desafío para empresas como la nuestra, es encontrar el equilibrio para no despersonalizar el negocio, y seguir construyendo relaciones personales y comerciales a largo plazo. Por supuesto que el cambio de hábitos viene de la mano de nuevos riesgos y de cambios en los riesgos existentes como puede ser en el caso de las ART, por eso también va a ser muy importante la prevención, haciendo foco en costumbres que no son las que teníamos hasta ahora. Para que podamos enfrentar los nuevos escenarios, primero tenemos que tener salud, por eso es importante que respetemos las medidas y que nos quedemos en casa. ¡Ya tendremos tiempo para reinventarnos!

RAMOS MÁS AFECTADOS



ART



AUTOS



CAUCIÓN

Si bien son varios los segmentos impactados, como Integrales de Comercio y TRO, esos tres ramos son los más perjudicados en general por la cuarentena.



**CAFE
FINANCIERO**

con Alejandro Liska

SEGUÍ LA EVOLUCIÓN DEL #CORONANOMICS
Y SU IMPACTO EN LA ECONOMÍA,
LOS SEGUROS Y LAS FINANZAS.

METRO

MIE 20.30 hs VIE 19.30 hs





**Estamos donde
tus proyectos
nos necesitan**



ALBA CAUCION

ALBA COMPAÑÍA ARGENTINA DE SEGUROS S.A.

Especialistas en Seguros de Caución

Línea Comercial Exclusiva
0810-999-ALBA (2522)
www.albacaucion.com.ar

BUENOS AIRES | LA PLATA | CORDOBA | NEUQUEN | POSADAS | TUCUMAN
SGO.DEL ESTERO | RESISTENCIA | MENDOZA | ROSARIO | SANTA FE

Nº de inscripción en SSN:
0329

Atención al asegurado
0800-666-8400

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



SSN

SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN

FAKE NEWS

Bonificaciones de tarifas: la pandemia y el artículo 34 de la Ley de Seguros

Por RODRIGO PUÉRTOLAS



Abogado. Miembro de la
Comisión Directiva de AAPAS

Desde el 20 de marzo/2020, nuestro país se encuentra atravesado por el Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio. Las consecuencias de la decisión presidencial generan efectos en todos los órdenes de nuestra vida diaria. Nuestra circulación, la actividad económica, ver a nuestros afectos, la relación con nuestro grupo familiar. Todo se ha visto afectado.

Por supuesto, la actividad aseguradora se ve impactada por la dinámica económica, la valuación de los activos financieros, la cadena de pagos y las tensiones inflacionarias, entre otras, que inciden de sobremanera sobre el mercado y sus agentes. También las restricciones sobre la circulación de vehículos y personas han generado, en lo inmediato, alteraciones en el mercado asegurador, especialmente en el ramo de Automotores.

En los últimos días hemos escuchado varias notas e informes periodísticos, así como información que ha circulado en redes sociales, que refieren a descuentos generalizados en el mercado asegurador. Algunas de estas informaciones provienen de algunos importantes comunicadores sociales o legisladores.

En este contexto de fake news, la Superintendencia de Seguros de la Nación ha emitido una serie de comunicaciones oficiales, donde informa que nada se ha resuelto en relación a regulaciones de tarifas ni obligaciones de rebajas, y destaca la existencia de información falsa. Se ha dicho, en alguna de estas supuestas recomendaciones, que el pedido generalizado de rebaja encuentra fundamento en lo establecido en el art. 34 de la Ley de Seguros.

La idea de esta columna es plantear que en el estado de situación actual, resulta apresurado desde el punto de vista técnico, promover una baja generalizada e inmediata de premios en función de lo que dice la Ley de Seguros en el artículo 34.

LA TARIFA COMO PRECIO SUFICIENTE

Las primas de seguros deberían ser suficientes para que el plano técnico del negocio permita al asegurador cubrir integralmente la siniestralidad y obtener un rédito por el negocio. A los fines del cálculo de la prima, se utilizan antecedentes estadísticos que procuran entender la probabilidad media teórica de que haya un siniestro de determinada clase. Para su cálculo, se requiere un historial de siniestros que ayuden a configurar el número que determina la cuota.

Para encuadrar la tarifa, se necesita historia. Y llevamos una historia corta, de apenas algo más de un mes, para la construcción de esta tarifa especial. Además, dentro del entorno de aislamiento social preventivo y obligatorio nos encontramos con distintas realidades a lo largo del país, con personas que utilizan el auto más que antes -para evitar trans-

“Para encuadrar la tarifa, se necesita historia. Y llevamos una historia corta, de apenas algo más de un mes, para la construcción de una tarifa especial”



CORAJE ES CREAR *TU PROPIO FUTURO*

En Allianz brindamos confianza y tranquilidad a nuestros clientes, sustentados en sólidos indicadores financieros que afirman nuestra solvencia.

Un grupo asegurador comprometido con la innovación, y el desarrollo de soluciones para hacer frente a los desafíos del futuro. Un equipo enfocado a la eficiencia y la calidad, para brindar siempre el mejor servicio a nuestros asegurados y productores.

Consultá a nuestro equipo comercial para más información.



Allianz 

“La inexistencia de una tarifa específica hace que no se pueda pretender basarse en el artículo 34 para exigir, jurídicamente, la reducción en el precio del seguro”



porte público- y otras que lo tienen guardado en un garage desde el 20 de marzo/2020.

Sin lugar a dudas, todo este cambio de comportamiento tendrá impacto sobre la siniestralidad del mercado. Según podríamos entender, la siniestralidad seguramente baje, pero esta conclusión parece ser una hipótesis que no podríamos cuantificar con un tiempo tan corto de historial siniestral en el contexto de pandemia y aislamiento.

EL ARTÍCULO 34:

REAJUSTE POR DISMINUCIÓN DEL RIESGO

Este apartado de la Ley de Seguros dispone que cuando el asegurado ha denunciado erróneamente un riesgo más grave, tiene derecho a la rectificación de la prima por los períodos posteriores a la denuncia del error, de acuerdo a la tarifa aplicable al tiempo de la celebración del contrato. Cuando el riesgo ha disminuido, el asegurado tiene derecho al reajuste de la prima por los períodos posteriores, de acuerdo a la tarifa aplicable al tiempo de la denuncia de la disminución.

Resulta interesante que repasemos y analicemos la letra de la norma, para poder entender si resulta de aplicación al presente contexto. Podríamos entender, de acuerdo a lo que referimos como hipótesis, que nos hallamos frente al supuesto de que “el riesgo ha disminuido”. Entendemos que eso es probable.

Así, podríamos hallarnos frente al supuesto, previsto en la ley, de que el asegurado se encuentra con

derecho a solicitar el reajuste, a la baja, de la prima. Sin embargo, la ley propone como solución frente a la disminución del riesgo, que se aplique como nueva tarifa para el cálculo de la prima la “tarifa aplicable al tiempo de la denuncia de la disminución”.

Como hemos mencionado, no existe “tarifa” prevista para el nuevo marco que determina el Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio. No hay planes técnicos que puedan encuadrar, por lo menos por ahora, el estado de situación actual y definir la tarifa correspondiente.

Esta inexistencia de tarifa específica, hace que no pueda pretender basarse en el artículo 34 para exigir, jurídicamente, la reducción en el precio del seguro.

CONCLUSIONES

Como corolario, y en función de lo expuesto hasta el momento, podemos resumir el estado actual de la cuestión de la tarifa de seguros con estos puntos destacados:

- › Cada riesgo asegurado tiene sus particularidades que deben ser analizadas, para poder determinar el precio a pagar por el cliente.
- › Los aseguradores se encuentran con realidades económico-financieras bien diferentes.
- › No hay experiencia siniestral suficiente ni tarifa específica para el contexto de la pandemia.
- › Esta inexistencia de tarifa específica hace que no resulte posible exigir, en términos jurídicos fundados, una rebaja en el precio del seguro basada en el art. 34 de la Ley de Seguros. ■

Hacemos más fácil
tu trabajo.



¿Qué servicios diferenciales te ofrecemos?



Plataformas de gestión on line y app mobile, para cotizar y efectuar el seguimiento de tus negocios.



Acompañamiento permanente, te asignamos un Ejecutivo para atender tus requerimientos y la gestión de tu cartera de clientes.

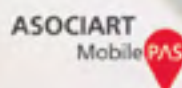


Capacitación permanente, brindamos actividades y herramientas para tu desarrollo y formación profesional.

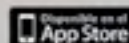


Premiamos tu esfuerzo, a través de incentivos, invitaciones a eventos y obsequios del Club Asociart.

Te ofrecemos ser parte de una Compañía líder que te permitirá crecer y ampliar tu horizonte comercial.



Descargá nuestra app



LANZAMIENTO

Orange Time, un seguro por uso que se adapta a los nuevos tiempos



Recientemente, Libra Seguros lanzó al mercado *Orange Time*, un seguro automotor de pago por uso que le ofrece al asegurado la posibilidad de pagar de acuerdo al tiempo que utilice mensualmente su vehículo. La innovadora cobertura ya es ofrecida por su canal de Productores Asesores de Seguros en la zona AMBA y el próximo paso será extenderlo a las principales ciudades del país. Una propuesta que se dio a conocer en tiempos de cuarentena, donde ha bajado sustancialmente el uso del auto, y que busca no sólo darle una opción al PAS de cara a sus clientes en

este contexto, sino alinearse a los nuevos hábitos de consumo en la era post pandemia, con usuarios que además de estar bien asesorados, buscan un buen servicio a un precio justo.

Para conocer más sobre este lanzamiento, conversamos con **Nicolás Cofiño, Gerente General de Libra Seguros:**

—¿Qué es *Orange Time* y cómo se enmarca el lanzamiento dentro de la estrategia comercial de Libra?

—En los tiempos que corren, los consumidores buscan productos y servicios de calidad, y al mismo

“Entramos al mercado para ser transformadores y entendemos que a partir de Orange Time cambiará la manera de asegurar los vehículos en Argentina”





Assekuransa

LA INVERSIÓN
DE SU CLIENTE
REALMENTE ASEGURADA

COMPAÑÍA DE SEGUROS

- TRANSPORTE DE MERCANCÍAS NACIONAL E INTERNACIONAL
- CAUCIONES
- GARANTÍAS IATA

www.assekuransa.com/productores



SSN



tiempo pretenden pagar por ellos un precio justo. Eso es *Orange Time*, una cobertura de seguros justa, donde el asegurado va a pagar por lo que consume. Ni un centavo más. Es un producto innovador, que toma las experiencias exitosas de los países desarrollados y las pone a disposición de los Productores Asesores a los efectos de brindarles servicios diferenciales a sus asegurados, contemplando a su vez los cambios en los hábitos de estos.

—¿A qué público apunta?

—Entendemos que el público objetivo que se verá atraído por este producto es muy amplio. La pregunta es: ¿todos los asegurados son iguales? ¿Todos los asegurados usan su vehículo la misma cantidad de horas por mes? Sin lugar a dudas, no todos le damos al auto el mismo uso, ni manejamos la misma cantidad de tiempo. Entonces, si cada conductor es único, ponemos a disposición un seguro único.

Ahora bien, nuestro verdadero público es el Productor Asesor, que es nuestro socio estratégico y entendemos que siempre ha necesitado una propuesta diferencial en un mercado automotor commoditizado. Además, en un contexto como el actual es cuando más requiere contar con productos que le permitan fidelizar o retener a su cartera de clientes, o bien tener una propuesta diferencial para captar nuevos. En ellos está pensado *Orange Time*.

—¿Cuáles son sus diferenciales y cómo se potencian en este contexto inédito?

—El principal diferencial de *Orange Time* es el precio justo y, por consiguiente, el ahorro que un asegurado puede obtener; el cual puede alcanzar al 40% del valor de una póliza tradicional para el mismo vehículo y las mismas condiciones de cobertura.

No se trata de una bonificación, promoción o descuento circunstancial, algo que se ha visto mucho en tiempos de aislamiento social obligatorio. Se trata de tecnología al servicio de los asegurados y de un producto sustentado en la posibilidad de ahorro.

El actual contexto exige ser innovadores como empresa y nos obliga a brindar respuestas rápidas a las demandas de los clientes. Exige también acompañar las dificultades económicas que atraviesa gran parte de nuestra sociedad, y qué mejor que hacerlo con un producto como *Orange Time* donde pueden tener el seguro con la cobertura que requieren y a una tarifa justa.

—¿Cómo funciona desde lo tecnológico, en cuanto al dispositivo y a la App que tendrá el usuario para ver sus consumos?

—Desde lo tecnológico, una vez que un asegurado contrata *Orange Time* – vale aclarar que su Productor podrá calcularle, al momento de la cotización, un aproximado de cuánto ahorrará en su seguro de acuerdo al tiempo que el cliente indique que usa el auto –, simplemente debe instalar un pequeño dispositivo en su auto que solamente mide el tiempo de uso y que no afecta la garantía del vehículo ni el consumo de la batería.

En función de ese dispositivo se alimentará una aplicación que el asegurado tendrá en su celular para ir controlando no sólo el tiempo que lleva utilizando su vehículo, sino también lo mantendrá informado de cuánto dinero lleva ahorrado en el período comparado con una cobertura tradicional, como así también su póliza y servicios adicionales.

De esa forma, un asegurado *Orange Time* estará abonando una suma fija – equivalente al 60% del valor de un seguro tradicional – y el 40% restante se dividirá en 80 horas. El tiempo proporcional que use el vehículo será el que se le facture por este segundo tramo. Si llegara a excederse en las horas de uso, no pagará más que el precio de un seguro estándar. Y vale destacar que en todo momento el asegurado tendrá la cobertura completa que ha contratado, esta mecánica de

Ampliar tus límites te asegura un futuro mejor

Conocé nuestros seguros
bbvaseguros.com.ar

Creando Oportunidades



Aseguradora: BBVA Consolidar Seguros S.A. CUIT 30-50006423-0
Av. Leandro N. Alem 728/732 (C1001AAP) - C.A.B.A.



“No todos le damos al auto el mismo uso ni manejamos la misma cantidad de tiempo; si cada conductor es único, ponemos a disposición un seguro único”

tarificación no implica en momento alguno una reducción en su cobertura.

—El producto tiene una lógica bajo cuarentena ¿una vez superada la pandemia, la misma se mantendrá y hasta se potenciará?

—Se trata de pagar por el tiempo que se usa el auto y, por ende, el tiempo en el cual se encuentra expuesto a riesgo. Este contexto ha generado en el inconsciente colectivo que las compañías de seguros debían aplicar bonificaciones generalizadas a todos los seguros de automóviles, por el simple hecho de no circular.

Orange Time, en base al uso de tecnología de punta, puede calcular el seguro para cada asegurado en función de si usa o no su vehículo y, en caso de que lo use, durante cuánto tiempo. ¿Si una persona obtuvo una bonificación de su compañía durante la pandemia porque el auto no se usaba, por qué no podría acceder a pagar menos cuando la situación se normalice y normalmente no utilice mucho su vehículo? Justamente, con este producto le damos una respuesta y una solución.

—¿Qué coberturas trabajarán bajo este concepto?

—*Orange Time* tendrá dos tipos de cobertura, Terceros Completo y en muy poco tiempo estará disponible Todo Riesgo.

—¿Sólo será comercializada a través de PAS?

—Al igual que todos los productos de LIBRA Seguros, esta gama *Orange Time* está pensada y será comercializada por los Productores Asesores, quienes vale destacar en muchos casos han participado del desarrollo final del mismo y han recibido esta novedad con gran satisfacción, dado que estaban necesitando una oferta verdaderamente diferenciada para acercarle a sus asegurados. Para el actual contexto, y para el que vendrá una vez superada la pandemia.

—¿Qué objetivos tienen con el producto y en qué zonas se comercializará?

—La puesta a disposición del producto va a ser gradual. Ya se encuentra disponible en la zona AMBA, en donde incluso estamos haciendo instalaciones a domicilio en este contexto de aislamiento social obligatorio – tomando los recaudos en materia de seguridad sanitaria que hagan falta por supuesto –, para luego extendernos a las principales ciudades del interior. El siguiente paso será que esté presente en todo el país.

Con relación al objetivo de LIBRA Seguros, el mismo no está puesto en un producto determinado, sino en una visión acerca de qué pretendemos del futuro del mercado asegurador. Creemos que el sector debe trabajar en la innovación y en poner al cliente en el centro, que es de lo que se habla en todas partes del mundo. Nosotros lo hicimos, lo estamos haciendo con *Orange Time* y lo seguiremos haciendo con todos los proyectos que tenemos. Lo hemos dicho en varias oportunidades, entramos al mercado para ser transformadores y entendemos que a partir de *Orange Time* cambiará la manera de asegurar los vehículos en Argentina. ■



Boston Seguros

Accidentes Personales



Elegí la **mejor**
opción para cuando
más lo **necesitas**



DIRECTOR GENERAL DE PROF GRUPO ASEGURADOR



PROF se posiciona como alternativa innovadora y low cost

En el marco del 60° aniversario de PROF Grupo Asegurador, *SEGUROS* conversó con Marcelo Larrambehere, que a comienzos de este año fue designado Director General de la compañía, para conocer los objetivos trazados en el corto y mediano plazo. En un contexto de pandemia que desconcierta al mundo entero, donde el mercado asegurador se ve afectado como la mayoría de los sectores, el ejecutivo asegura que el

proceso de digitalización e innovación que la compañía viene desarrollando, posibilita que hoy puedan continuar brindando todos sus servicios con normalidad a través del teletrabajo y los canales digitales. Según nos cuenta, esta situación inédita los impulsa más que nunca a trabajar junto al Productor Asesor, acelerando su complementación entre la utilización de herramientas digitales y la atención personalizada.

— **Sos parte de PROF hace poco tiempo y en un cargo de alta responsabilidad ejecutiva. ¿Cómo se da tu llegada y por qué se eligieron mutuamente?**

—Me entusiasmo mucho el desafío que representa ser parte de un equipo que está dispuesto a potenciar un grupo asegurador que este año celebra 60 años de historia, que opera en todas las ramas de seguros y se encuentra decidido a posicionarse entre los líderes del mercado. Encontré una empresa que posee todas las condiciones para seguir cimentando un grupo bien posicionado, que preste un servicio de calidad para todos sus clientes.

—**PROF Grupo Asegurador tiene una compañía de seguros generales y una ART, dos segmentos que conoces muy bien, al igual que el ADN cooperativista, que vos también viviste. ¿Cómo se puede potenciar todo ello en un mercado tan competitivo?**

—La clave está en potenciar la sinergia entre nuestras dos unidades de negocio y en capitalizar la economía de escala, de manera de consolidar el crecimiento que venimos logrando en el último tiempo. Por otro lado, creo que es fundamental continuar apuntando al desarrollo del valioso capital humano que hemos conformado durante los últimos años, el cual hace posible que brindemos un servicio de calidad, y que podamos llevar adelante el proceso de innovación y reconversión tecnológica que hoy nos permite contar con procesos e implementaciones más ágiles.

—**Al asumir, ¿qué objetivos te trazaste para PROF pensando en el corto y mediano plazo?**

—En el año 2017, el presidente de PROF Grupo Asegurador, Carlos Rosales, asumió la gestión de la empresa y comenzó un proceso de reestructuración para posicionarla entre las líderes del mercado. En ese entonces, el grupo se organizó en dos unidades de negocios bien definidas: PROF Seguros y Plus ART.

Hoy, el principal objetivo de la compañía es seguir desarrollando una cartera sustentable, operando en todas las ramas de seguros y prestando un servicio de calidad para sus asegurados. Vamos a seguir trabajando fuertemente en la profesionalización de nuestro capital humano y en la ampliación de la red comercial de la empresa, diversificando la red de Productores Asesores en nuestras 11 agencias distribuidas en el país.

—**Sin dudas, todo ello se ha visto alterado por una pandemia que viene haciendo estragos.**

—**¿Cuál es el impacto del COVID-19 y la cuarentena desde el aspecto operativo del negocio?**

—La empresa viene llevando adelante un proceso de reconversión e innovación tecnológica muy importante desde hace varios años. Todo ese trabajo previo nos permitió reaccionar a esta coyuntura de manera muy rápida. Por ejemplo, implementamos un protocolo de contingencia, adaptado a este particular momento, que hizo posible que, una semana antes de que se decretara el aislamiento social obligatorio, ya estuviésemos en condiciones de operar en remoto la totalidad de la compañía.

Se diagramó el trabajo y se efectuaron pruebas de funcionamiento, priorizando a las personas en situación de riesgo y acompañando a los empleados en el proceso de cambio. El jueves 12 de marzo toda la empresa estaba funcionando en forma remota. Es decir, que todos los pasos previos nos permitieron lograr que nuestros más de 170 colaboradores pudieran operar en su totalidad desde sus domicilios en menos de 72 horas desde que activamos el protocolo de contingencia.

Estamos muy satisfechos de poder brindar todos nuestros servicios con normalidad bajo la modalidad de teletrabajo. A su vez, estamos diseñando nuevos productos que acompañen la coyuntura económica y social del país. Para PROF todo esto representó un desafío enorme que pudimos abordar exitosamente con una labor impecable de las gerencias de Innovación tecnológica, Capital Humano y Comunicación Institucional.



BIO

- › **Nombre:** Marcelo Larrambebere
- › **Estudios:** Contador Público y MBA
- › **Cargo actual:** Director General de PROF Grupo Asegurador
- › **Experiencia previa:** Gerente Corporativo del Grupo San Cristóbal, Gerente General de Reunión RE, Director Comercial de La Holando, y Gerente Comercial de Sancor Seguros
- › **Edad:** 51 años
- › **Hincha de:** Boca Juniors
- › **Conformación familiar:** Divorciado, 2 hijas
- › **Hobbies:** Lectura y Running

Marcelo Larrambebere, en cuarentena, utilizando las videollamadas como reemplazo de las reuniones tradicionales.



“Vamos a seguir trabajando en la profesionalización de nuestro capital humano y en la ampliación de la red comercial, diversificando la red de Productores”



—¿En materia comercial tienen nuevas contrataciones o todo se limita a retener cartera y minimizar la baja de coberturas?

—Actualmente, seguimos desarrollando el plan de expansión de nuestra red comercial y de ampliación de nuestra cobertura geográfica, adaptándolo al nuevo contexto. Nuestros productos low cost para Casas, Autos y Motos apuntan a dar el mejor servicio al menor precio.

—Pensando en los asegurados y en el canal comercial, ¿qué medidas han tomado a partir de la pandemia?

—Estamos trabajando para adaptarnos de manera continua a las respuestas que requiere este nuevo contexto, atentos a las necesidades de nuestros clientes, Productores y colaboradores. Hemos añadido nuevos canales de atención, para que nuestros asegurados puedan mantenerse informados, y hemos incorporado diversos medios de pago electrónicos, para facilitar las gestiones de los clientes de la empresa.

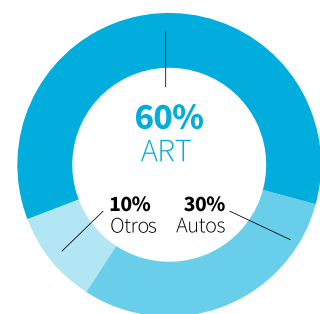
Asimismo, se han prorrogado los vencimientos de pago de las pólizas, con el objetivo de brindarles tranquilidad a los asegurados que encontraban dificultades para realizar el pago de las mismas. Por otro lado, estamos implementando descuentos importantes en nuestros productos de líneas personales (autos, hogar, etc.). También potenciamos nuestro Club de Beneficios con promociones para quienes realicen compras online.

—¿Cuáles son los ramos más perjudicados? ¿Hubo caída marcada de la siniestralidad como para amortiguar el impacto?

En general el impacto negativo en la economía repercute de inmediato en el sector asegurador, siendo los ramos más representativos de la industria los más perjudicados.

Creemos que habrá una caída en las primas y en los siniestros. No obstante, existen componentes de los costos de las aseguradoras que son fijos y deberán ser soportados con el capital de las mismas.

DATOS PROF





*La tranquilidad
es una decisión,
la trayectoria también*

Horacio Pagani
Periodista

Confianza y Experiencia



Caledonia Seguros cuenta con la experiencia de
más de **85 años** en el mercado de seguros,
ofreciendo coberturas a su medida, con el mejor
servicio de atención y respuesta inmediata.

Línea de atención al cliente

(011) 5252.1010

www.caledoniaseguros.com.ar



Entre sus diferentes acciones, PROF acompaña como sponsor al piloto de automovilismo Juan Scoltore (TC Pista)



“Venimos llevando adelante un proceso de reconversión e innovación tecnológica muy importante hace años, y eso nos permitió reaccionar muy rápido a esta coyuntura”



—¿Qué consecuencias crees que puede tener en el canal de PAS el aceleramiento obligado de la ola digital a partir de la cuarentena?

—Creo que este contexto constituye un desafío y una oportunidad, que impulsa a los Productores Asesores de Seguros y a las compañías a acelerar la complementación entre la utilización de herramientas digitales y la atención presencial. Esta complementación estratégica, que ya se venía plasmando, puede significar una gran oportunidad para ambas partes, con vistas a potenciar el desarrollo de los negocios.

—Vienen auspiciando el fútbol profesional, pero también segmentos no tradicionales como competencias de eSports. ¿Están apuntando a un público joven o un target en particular?

—Desde PROF siempre hemos apoyado el deporte, haciendo énfasis en el espacio de encuentro que constituye y en la competencia sana. Actualmente estamos acompañando a deportistas que compiten en distintas disciplinas, por los valores que resaltan, su esfuerzo y profesionalismo, y la conexión que generan con la gente.

Hace poco también firmamos un acuerdo con la Liga de Videojuegos Profesional (LVP) para patrocinar competencias de eSports. Hoy el mundo

PROF también acompaña como sponsor al piloto santafesino Manuel Luque (Campeonato Argentino de Turismo Nacional Clase 3).

NUEVO

Conocé el seguro de robo de moto más completo para tus clientes.

Contamos con estas coberturas diferenciales:

- Pérdida parcial y total por incendio sin franquicia.
- Robo o hurto parcial al amparo del total sin franquicia.
- Daños por granizo.

Para más información sobre el Seguro de Robo para Moto, **comunicate al 0810 222 6566.**

Somos una compañía innovadora que trabaja para crear nuevos productos que impacten en el mercado asegurador.

Sumate a nuestra Red de Productores.

📍 Alicia Moreau de Justo 170 C1107AAD - CABA - Argentina

✉ comercialpas@colonseguros.com.ar

🌐 www.colonseguros.com.ar

 **COLÓN**
COMPAÑÍA DE SEGUROS

 **COLÓN**
ASISTENCIAS



PROF selló un acuerdo con la Liga de Videojuegos Profesional y se convirtió en la primera aseguradora en patrocinar esta liga de deportes electrónicos, conocida como eSports.

72

Es la cantidad de horas que necesitaron para que su personal pueda operar en su totalidad desde sus domicilios tras activar el protocolo de contingencia por la cuarentena

“Este contexto constituye un desafío que impulsa a los PAS y a las compañías a acelerar la complementación entre el uso de herramientas digitales y la atención presencial”

está cambiando y los deportes electrónicos ganan cada vez más seguidores. Hay profesionales que realizan un gran esfuerzo para competir en estas disciplinas y es un orgullo poder acompañar su desarrollo. Encontramos en los deportes electrónicos conceptos y valores que para Grupo PROF son centrales, como el espíritu deportivo, la innovación y la competencia en equipo.

—¿La idea es seguir posicionados como una empresa innovadora y low cost?

—Sí, este inédito escenario nos ha encontrado con un importante posicionamiento en los ejes del low cost (bajo costo), que nos permite acompañar a muchos asegurados con productos que se adaptan especialmente a esta coyuntura social y económica.

Además, seguimos desarrollando nuestro plan de innovación y reconversión digital, lo cual nos ha

permitido responder con gran agilidad y rapidez a este nuevo contexto.

Más allá de este momento particular, proyectamos continuar llevando adelante nuestro plan estratégico, apuntando a ampliar la red comercial de la empresa, fortalecer su expansión geográfica y continuar cimentando un grupo asegurador protagonista que brinde un servicio de calidad.

—¿Finalmente, qué enseñanzas para el mercado debería dejar esta crisis una vez superada?

—Creo que este escenario particular que estamos viviendo como país y a nivel mundial, va a dejar numerosas enseñanzas para el mercado asegurador.

En primer lugar, la convicción de que la inversión en tecnología nunca es ociosa y que resulta fundamental para todas las empresas desarrollar un proceso continuo de innovación, que sumado a una gestión profesional y un buen equipo de capital humano, hace la diferencia en la prestación de un servicio de calidad.

En segundo término, la certeza de que desarrollar planes estratégicos con una mirada de largo plazo, que impliquen una comunicación fluida entre todas las partes de una compañía, permite una mejor adaptación a circunstancias no previstas.

Por último, la conclusión de que el “teletrabajo” es una forma que será necesaria de cara al futuro, que llegó para quedarse y que, articulada de la manera adecuada, puede redundar en una calidad de trabajo superior. ■



ESCUDO SEGUROS



una buena
decisión.

- | | | | |
|----------------------|------------------------|-------------------------|-----------------------------------|
| ✓ Automotor | ✓ Transportes | ✓ Responsabilidad Civil | ✓ Integral de Consorcio |
| ✓ Caución | ✓ Cascos | ✓ Robo | ✓ Cristales |
| ✓ Combinado Familiar | ✓ Integral de Comercio | ✓ Seguro Técnico | ✓ Transporte Público de Pasajeros |



ESCUDO SEGUROS

📍 Corrientes 330, 4º Piso, CABA
✉️ escudo@escudoseguros.com.ar
☎️ 0810 888 3728

WWW.ESCUDOSEGUROS.COM.AR



UNIVERSO
ESCUDO

Tu comunidad de seguros
WWW.UNIVERSOESCUDO.COM.AR

Nº de inscripción en SSN
0746

Atención al asegurado
0800-666-8400

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



SSN

SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN

GERENTE GENERAL DE AFIANZADORA LATINOAMERICANA



Creatividad, tecnología y capacitación, las claves del negocio de caución post pandemia

SEGUROS dialogó con Mariano Nimo, Gerente General de Afianzadora Latinoamericana, para conocer el funcionamiento del negocio pre, durante y post pandemia. Después de un 2019 con resultados satisfactorios, el COVID-19 impactó en todos los segmentos de caución. En este contexto, el ejecutivo habló sobre las medidas que tomaron desde la compañía para operar y brindar canales digitales a sus asegurados y PAS, incluyendo las capacitaciones brindadas por su Escuela de Caución. Se viene un mundo que para el ejecutivo deberá virar para el lado colaborativo, enfocándose en el bien común.

——— ¿Cómo se venía desempeñando el negocio de caución hasta la pandemia y cómo ha afectado en términos generales el coronavirus al segmento?

A pesar de que no tener datos oficiales del 2020, percibimos una fuerte ralentización del negocio en el primer trimestre. Los últimos datos oficiales, que datan del 31 de diciembre/19, reflejan un

volumen de negocios en el nicho de caución satisfactorios, con un avance nominal varios puntos por encima del comportamiento de la industria de seguros en general y algunos por debajo de la inflación imperante.

La contrapartida se manifestó en la siniestralidad, una variable que viene ganando representatividad en los últimos ejercicios y que ha puesto en jaque a los históricos resultados técnicos superavitarios del ramo. Resumiendo, un primaje más que aceptable teniendo en cuenta la coyuntura de estanflación durante el 2019 y un comienzo del 2020 con una pronunciada desaceleración y un nuevo protagonista en el negocio llamado “siniestralidad”.

Con respecto al inesperado evento que significa el COVID-19, aún es prematuro medir su impacto, aunque será de grandes dimensiones. Esperamos una contracción de casi 15 puntos del PBI en abril, lo cual habla por sí solo del efecto que tendrá en nuestro ramo, íntimamente vinculado al termómetro de la economía.

—¿Y desde el punto de vista operativo?

—Afianzadora se encuentra operando normalmente, con un esquema 100% remoto y digital que permite seguir atendiendo las necesidades de todos nuestros Productores y sus clientes. Hace 14 años fuimos la primera compañía en operar las “pólizas aduaneras electrónicas”, misma vocación que nos llevó a lanzar en el 2019 la “Póliza Digital de Caución”, un instrumento que hoy nos permite operar a distancia con total normalidad y con las más altas medidas de seguridad disponibles.

Asimismo, contamos con una oficina virtual 24hs., donde nuestros aliados estratégicos eligen cuándo y cómo operar con nosotros. Un abanico de alternativas para que, a pesar de esta distancia física circunstancial, estemos más cerca que nunca.

—¿En materia comercial hay nuevas contrataciones o todo se limita a retener cartera y minimizar baja de coberturas?

El impacto económico claramente será profundo. En las primeras semanas de la pandemia, se manifestó una fuerte baja (-50%) en el volumen de negocios. Siempre existen oportunidades y puntuales nichos que tienen su circunstancial auge, pero el balance claramente va a ser negativo. Son tiempos de aplicar la máxima creatividad para seguir acompañando a los clientes en sus negocios, sin poner en riesgo las debilitadas estructuras técnicas golpeadas por una siniestralidad en franco ascenso.

—Y en base a eso que contás, ¿qué medidas han tomado, pensando en asegurados y en el canal comercial?

Las medidas siempre están relacionadas con estar muy cerca del PAS, como portavoz de las necesidades de sus clientes. Esta coyuntura excepcional nos exige decisiones del mismo tenor, con lo cual trabajaremos codo a codo con nuestro socio estratégico para intentar buscar soluciones creativas, equilibradas y realizables, teniendo en cuenta el complejo escenario en el cual nos hallamos. El canal comercial seguirá recibiendo las capacitaciones de rigor, adoptando el modelo de home office como una opción más de operación. Canales alternativos como el chat de la compañía, nuestra oficina virtual 24hs. y póliza digital son algunas de las propuestas para atender esta particular situación, con una operación normalizada y remota al 100%.

—¿Cuáles son los segmentos más perjudicados dentro de caución? ¿Hay alguno que haya salido indemne?

El impacto viene siendo fuerte y generalizado, afectando absolutamente todos los eslabones de la cadena productiva nacional. Ahora bien, dentro de las actividades exceptuadas de cuarentena se encuentra el Comercio Exterior, actual responsable de una demanda que permite cierto movimiento en la operación caucionera, pero que también redujo drásticamente su volumen. El impacto ha sido general y muy fuerte para todos los nichos de nuestro negocio, aunque la rueda empieza a girar lentamente en la medida que se va flexibilizando la cuarentena, con su resultado inmediato en la demanda de nuestro producto.

—Respecto a la siniestralidad, que en este período de cuarenta se ha visto reducida a partir del parate económico, ¿terminará “amortiguando” de alguna manera el impacto negativo general?

“Son tiempos de aplicar la máxima creatividad para seguir acompañando a los clientes sin poner en riesgo las estructuras técnicas golpeadas por una siniestralidad en ascenso”



BIO

- › **Nombre:** Mariano Nimo
- › **Estudios:** Contador Público Nacional, Lic. en Administración y PDD IAE
- › **Cargo actual:** Gerente General de Afianzadora Latinoamericana Compañía de Seguros
- › **Experiencia previa:** Responsable del Departamento Corporativo de Caución y Programas Mundiales en MAPFRE Argentina y Auditor de Estudios Contables “Big Five”
- › **Edad:** 44 años
- › **Hincha de:** Boca Juniors
- › **Conformación familiar:** Dos hijos, Catalina e Ignacio
- › **Hobbies y otras actividades:** Deportes varios, cine, teatro, gastronomía y viajes. Remisero oficial de sus hijos (y amigos)



Mariano Nimo, en formato cuarentena, respondiendo por videollamada desde su departamento.

—Desde hace algunos ejercicios la variable de siniestros viene sorprendiendo al mercado de caución con valores que el nicho no estaba acostumbrado a lidiar. Al mismo tiempo, las reservas de las compañías crecieron a un ritmo acelerado, lo cual redobló la preocupación sobre esta variable, que raramente estuvo entre las principales preocupaciones en la historia reciente de nuestro negocio. Entendemos que en esta coyuntura se generará una mayor complicación en el cumplimiento de los contratos, ya que podrán existir razones de fuerza mayor que activen mecanismos de compensación determinados con el fin de buscar el mayor equilibrio posible en un contexto anormal e inesperado.

Tal vez se activen resortes semejables a los vividos en el 2001, en relación a la salud de los contratos (Ley de Esfuerzo Compartido) y en cómo restablecer una nueva vinculación jurídica equilibrada. Es un escenario incierto que requerirá seguramente decisiones gubernamentales para devolver cierta normalidad a esta explosión sin precedentes.

—¿Qué consecuencias crees que puede tener en el canal de PAS el aceleramiento obligado de la ola digital a partir de la cuarentena?

—Estamos convencidos que este “aceleramiento digital” es una gran oportunidad para todos los interlocutores del negocio. Vemos en la asociación “PAS + Tech” el futuro del mundo del seguro, donde se bajarán drásticamente los costos transaccionales y se potenciará la cultura preventiva, utilizando los infinitos brazos de la internet. La empatía y el asesoramiento personalizado serán atributos irremplazables del rol del PAS, que acompañados de buena tecnología puede hacer avanzar el negocio al menos un punto del PBI sin mayores esfuerzos. Creemos que la principal amenaza es no darnos cuenta de la tremenda oportunidad de la comunidad caucionera en su conjunto, donde el PAS seguirá liderando la comercialización del negocio de las tres patas, con un socio estratégico llamado tecnología que será determinante para su correcta realización como profesional.

—Siempre han puesto énfasis en la educación y la capacitación en temas de caución. ¿Qué balance hacen y qué acciones piensan a futuro?



“Dentro de las actividades exceptuadas se encuentra el Comercio Exterior, actual responsable de una demanda que permite cierto movimiento en la operación caucionera”



EVOLUCIONAMOS comprometidos con vos

Desarrollamos un **Sistema de venta digital directa** en nuestra página web,
que beneficia a nuestros productores asesores de seguros

► DIGITALIZÁ A TUS CLIENTES

► ADHERILOS AL DÉBITO AUTOMÁTICO

y hacé más simple y ágil tu gestión comercial



**FEDERACION PATRONAL
SEGUROS SA.**

Acercate a nuestras agencias y organizaciones en todo el país, y trabajá online.

www.fedpat.com.ar





Es la caída estimada en el volumen de negocios de caución en las primeras semanas de la pandemia

—La educación en Afianzadora es una prioridad, por esa razón tanto los recursos internos como nuestros PAS seguirán recibiendo los programas comprometidos. La Escuela de Caución, donde ya pasaron más de 4.000 Productores, ya cuenta con su versión virtual. Los Ciclos Internacionales, a cargo de funcionarios de primera línea del mundo del reaseguro, fueron adaptados al formato de videoconferencia para poder seguir compartiendo con nuestros PAS la visión global de los reaseguradores. Se anexaron a la escuela nuevos contenidos de *management*, como así también los jóvenes desafíos asumidos por la compañía. Uno de ellos es certificar “Empresa B” para buscar no sólo la necesaria rentabilidad del negocio, sino también generar impacto positivo tanto social como ambiental en nuestro ámbito de influencia. Tenemos un enorme desafío en este aspecto: la mejor educación posible para los nuestros y sus familias, sustentado en un completo plan de becas de escolaridad (hijos) y universidades (empleados). Seguir construyendo “Cultura Afianzadora” a través de la Escuela de Caución nos pone en la responsabilidad de seguir invirtiendo y apostando por esta prioridad fundacional de la compañía, que es la educación. Una sociedad más educada, es una sociedad más consciente, más protegida.

—¿Qué planes tenía previsto Afianzadora para el 2020 y cómo se han visto modificados tras el nuevo e inesperado escenario?

—Afianzadora continuará con su Plan Quinquenal 2018-2022, tomando las acciones correctivas cuantitativas necesarias en esta inusitada

coyuntura. Seguiremos caminando muy cerca del PAS para subirlo lo más pronto posible a la ola digital y compartirle nuestra tecnología para lograr una administración de cartera más efectiva. Además, buscaremos las mejores prácticas empresariales, para que la rentabilidad genere a su vez impacto social y ambiental, buscando alternativas de producto para poder ofrecer coberturas a nuevos intereses asegurables aún sin protección en nuestra sociedad.

—¿Y en ese marco en qué segmentos harán foco?

—Tenemos la convicción de que esta situación excepcional cambiará los “drivers” de nuestro negocio. Estar muy cerca de la “voz” del PAS será fundamental para realizar la más rápida lectura de lo que se viene. Entendemos que las primeras reacciones del mercado, estarán orientadas a productos ortodoxos pero con modalidad de última generación, como la póliza digital. Un mundo que se cerrará aún más, un capitalismo en crisis y una sociedad que parece rescatar valores olvidados, pregonan un cambio fuerte tanto en las relaciones personales como en las transacciones económicas. Negocios que parecen cambiar en forma acelerada, cerrando fronteras y profundizando el proteccionismo, con menos negocios *off-shore*. El riesgo ambiental seguirá su avance pero con serios problemas de penetración en el corto plazo por lógicas prioridades de simple supervivencia de la PyME. Los PPP quedarán para un país más normal desde el punto de vista del acceso al financiamiento, mientras que la caución general en el 2020 verá reducido drásticamente su volumen por lo menos a la mitad en valores constantes.

“La empatía y el asesoramiento personalizado serán atributos irremplazables del PAS, que acompañados de tecnología puede hacer avanzar el negocio al menos un punto del PBI”





*Participá
y volá!*

**Sos Productor?
Participá del
Programa de
Incentivos de
La Equitativa.**

**Podés ganarte viajes
internacionales con
todo incluido, viajes
nacionales y órdenes
de compra.**

**Todavía estás
a tiempo!!!**



☎ +54 11 4328 2267

✉ comercial@laequitativa.com.ar

En La Equitativa la capacidad para escucharte es tan importante como la capacidad de resolverte el problema.

La Equitativa. Nosotros, nuestros productores y vos.

www.laequitativa.com.ar | (011)5070 3000



LA EQUITATIVA
COMPAÑÍA DE SEGUROS



DATOS AFIANZADORA



—¿Qué mercado de caución imaginas en la era post pandemia?

—Proyectamos un negocio muy intervenido por el Estado, único inversor de fuste que quedará luego del tremendo impacto que generará este párate en la actividad privada. Creemos que la apuesta será una obra pública federal y atomizada buscando un inmediato impacto social en el empleo. Muchas micro-obras, de montos bajos pero en todo el país, asegurando una actividad que probablemente será

A fines del año pasado, Afianzadora Latinoamericana firmó un acuerdo de colaboración empresaria con Río Uruguay Seguros (RUS), para beneficiar las potencialidades de ambas compañías.

tomada por cooperativas y empresas de pequeño porte. Vemos una actividad privada expectante, cediéndole el protagonismo al Estado, sin entrar en grandes riesgos. Una recuperación lenta que nos pondrá a todos a prueba, buscando optimizar estructuras que quedarán sobredimensionadas en el corto plazo por el acotado volumen del negocio y la digitalización del negocio en general.

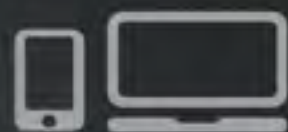
—Finalmente, ¿qué enseñanzas para el mercado asegurador en general debería dejar esta crisis una vez superada?

—Si bien es prematuro hablar de aprendizajes, sin dudas que van a ser muchos y enriquecedores. De lo que sí puedo hablar, es de la movilizadora experiencia de estos días y del valor excepcional de nuestro principal activo, la gente. Afianzadora respondió de una manera extraordinaria ante esta contingencia, poniendo la compañía 100% remota y operativa en tiempo récord para que nuestros PAS y sus clientes sigan adelante con sus proyectos. Una coyuntura única que exigirá de nosotros lo mejor, y un mundo que deberá virar para el lado colaborativo enfocado en el bien común, definiendo prioridades de supervivencia básicas y saliendo de los egoísmos que han monopolizados nuestras vidas ejecutivas. Un momento para quedarnos en casa, repensar más que nunca lo que viene, construyendo una comunidad más colaborativa y un esquema de negocio donde predominen prácticas para un mundo mejor. Una situación que seguramente generará un punto de inflexión en la raza humana, y que llegó para cambiarnos para siempre. ■



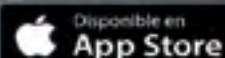
**Contratá On Line tu
seguro automotor
ingresando a nuestra web**

DESDE 1933
Honestidad para asegurar
Solvencia para responder



PORTAL ASEGURADOS

Ingresá a la web o descargá la aplicación. Podrás realizar nuevas cotizaciones, consultar los datos de tu póliza, descargar cupones de pago y certificados.



MEDIOS DE PAGO

PagoMisCuentas



CobroExpress



VISA **VISA**
Débito



mercado
pago



Nº de inscripción en SSN
0163

Atención al asegurado
0800-666-8400

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



SSN

SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN

Teléfono: 0800 333 4455
Web: www.lanuevaseguros.com.ar
Dirección: Bartolomé Mitre 4062 - CABA

Novedades en cuarentena

Las aseguradoras, más activas que nunca durante la pandemia

SURA

Lleva el teatro a tu casa junto a Grupo La Plaza

Con el objetivo de ofrecer una alternativa de entretenimiento en el marco del Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio, SURA, en conjunto con el Grupo La Plaza, anunció el lanzamiento de la temporada teatral La Plaza Online. Desde el 11 de abril y durante cada sábado de abril y mayo a las 20:30 horas, se presentará una función teatral grabada de una selección de los grandes éxitos de los últimos 15 años del Teatro Metropolitano Sura y Paseo La Plaza.



SAN CRISTÓBAL

Telemedicina, capacitaciones online y apoyo solidario

San Cristóbal Seguros lanzó un servicio de telemedicina disponible para sus asegurados, a fin de evitar traslados innecesarios en tiempos de cuarentena. Asimismo, lanzó el ciclo de capacitaciones llamado "Digital Tour Virtual", ofreciendo talleres virtuales sobre el negocio digital para apoyar al PAS y colaborar con la continuidad de sus servicios durante esta coyuntura. Y por otro lado, sumó su apoyo al proyecto "Un Respiro" para la fabricación de respiradores de emergencia, con una inversión inicial de \$1 millón.



SANCOR SEGUROS

Beneficios, videollamadas y videoconferencias

Para los asegurados de sus productos de Vida con Capitalización, la empresa anunció que podrán realizar Retiros Parciales de hasta un 50% de su saldo, sin quitas. También, para facilitar la cuarentena obligatoria, Sancor Seguros ofrece a quienes hayan contratado estas coberturas, en forma gratuita a los servicios de "Llamando al Doctor", un consultorio virtual por videollamada. Lo mismo para sus casi 9.000 PAS. Por otro lado, planificó un ciclo de conferencias virtuales a cargo de especialistas y a realizarse en el mes de mayo, dirigidas a más de 1.200 Productores.



ORBIS SEGUROS

Opera digitalmente y da beneficios a PAS y clientes

A raíz de las medidas preventivas para combatir el coronavirus, Orbis Seguros opera con sus aplicaciones y Orbis net, que les permite gestionar todos los trámites que los clientes necesiten realizar. Además, durante la cuarentena los seguros de autos y motos de sus clientes tendrán un 20% de descuento en sus cuotas sin afectar las coberturas. Por otro lado, capacita online a sus PAS y realiza videos con clases de yoga y otros entretenimientos para fomentar la vida sana en casa.





LA PERSEVERANCIA SEGUROS

Desde 1905 tu compañía de confianza

ESTAMOS PARA RESPALDARTE

con más y mejores
servicios para los
asegurados.

ATENCIÓN PERSONALIZADA

ASISTENCIA 24/7

APP (Android - IOS)

Y MÁS!



DESCARGA NUESTRA APP
Y GESTIONA TODO EN UN SOLO LUGAR



Download on the
App Store



Available on the
Google Play

OSSN
ORGANISMO DE CONTROL
DE SEGUROS DE LA NACIÓN
www.osn.gob.ar

ORGANISMO DE CONTROL
WWW.ARGENTINA.GOB.AR/SSN

ATENCIÓN AL ASEGURADO
0800-666-6400

NÚMERO DE INSCRIPCIÓN 0157
LA PERSEVERANCIA SEGUROS S.A.

WWW.LPS.COM.AR

Novedades en cuarentena

GALENO

Llamando al Doctor, app clave en estos momentos



Llamando al Doctor, la app de telemedicina de Galeno lanzada el año pasado, está creciendo exponencialmente durante la pandemia de COVID 19, y se ha convertido en la opción más efectiva para consultas en tiempos de cuarentena obligatoria. Tal es así, que aumentaron en 10 veces más las consultas que se recibían antes de la pandemia y la app tuvo casi 3000 nuevas descargas en menos una semana, cuando lo habitual eran entre 1500 y 2000 por mes.

ATM SEGUROS

Lanzó seguros de autos y garantiza sus operaciones durante el COVID-19



En medio de un clima atípico y virtualmente paralizado por la pandemia del COVID-19, ATM Seguros confirmó su desembarco en el rubro seguro de autos, los cuales se sumarán a los ya conocidos seguros de motos. En lo vinculado a las coberturas vigentes, la compañía garantizó el normal desempeño de su equipo de trabajo durante la pandemia.

ALBACAUCIÓN

Con el servicio de siempre desde casa



Albacución informó a sus clientes y Productores Asesores que la compañía sigue operando en forma online para poder prestar sus servicios de manera habitual, poniendo a disposición diferentes vías de contacto como whatsapp o mail según la agencia más cercana. Además, los empleados de la compañía realizaron un divertido y creativo video para promover la responsabilidad de cada uno para colaborar con este momento desafiante que vive nuestra sociedad, promoviendo la campaña #YoMeQuedoEnCasa.

RUS

Junto con universidades, en medio de la pandemia

En conjunto con la Universidad Autónoma de Entre Ríos, la Universidad Tecnológica Nacional de la Facultad Regional de Concepción del Uruguay y la Universidad Nacional de Entre Ríos, Río Uruguay

Seguros forma parte de un equipo colaborativo a través del cual se organizó la impresión 3D de viseras para la protección de personal de la salud. También se envió al Hospital Justo José de Urquiza de Concepción del Uruguay (Entre Ríos) y al Sanatorio Güemes de Buenos Aires, una serie de boquillas especiales para su testeo que permitirán conectar a varios pacientes internados a un mismo respirador.





LO PRIMERO SOS VOS

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

Atención al asegurado
0800-666-8400

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



SSN | SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN

Novedades en cuarentena

INTÉGRITY SEGUROS

Digitaliza las altas de los PAS y lanza academia virtual

La digitalización del alta de los Productores es una iniciativa que comenzó a trabajarse en 2019, con el objetivo de optimizar metodologías fundamentales. Así, el PAS atraviesa el proceso sin necesidad de realizar trámites tediosos ni apersonarse a las oficinas de la compañía. También pensando en sus socios estratégicos, continúa con sus Jornadas de Capacitación para sus Productores, en este caso online, lanzando "Integrity Academy Virtual" bajo la plataforma TEAMS.



GRUPO SANCOR SEGUROS

Las Fundaciones de Sancor Seguros, Favaloro e INECO, unidas



La Fundación INECO y la Fundación Grupo Sancor Seguros, junto a INECO, el Centro CITES INECO y la Fundación Favaloro, elaboraron una guía de recomendaciones con el objetivo de proveer a la comunidad de información válida sobre el manejo de la ansiedad y el estrés y la generación de bienestar.

FUNDACIÓN MAPFRE

Dona 5 millones de euros para batallar contra el COVID-19

Con esa donación, la Fundación apoya la creación de la plataforma Salud Global, una iniciativa del CSIC que agrupa 12 proyectos científicos para abordar la pandemia del coronavirus. Esta plataforma reúne a 150 equipos de investigación que tienen el objetivo de realizar un estudio integral de esta pandemia, profundizar en el conocimiento del virus y sus mecanismos de transmisión, y propiciar no sólo una vacuna frente al mismo, sino también base científica para proteger mejor a la población frente a futuras pandemias.



CNP SEGUROS

Acompaña a los Productores con capacitación digital

Hace cuatro años CNP Seguros implementó su Plan Anual de Capacitación (PAC) para Productores de manera 100% online, con contenidos mensuales dictados por



oradores externos e internos sobre temáticas relevantes para la actividad. Hoy, esta estrategia que significó una apuesta grande en su momento, cobra más relevancia que nunca en el contexto del aislamiento impuesto a partir del brote de coronavirus.

BBVA



Millonaria donación y beneficios a clientes

BBVA aportó \$20 millones de pesos a las campañas que llevan adelante Cruz Roja y "Seamos Uno", con un aporte de \$10 millones para cada uno de ellos. Por otro lado, se sumó a las iniciativas de apoyo a las PyMEs otorgando un 50% de descuento en la cuota del mes de mayo de forma automática en todos los seguros integrales de Comercio.



LoJack te abre código para que turnes a tus clientes y comercialices nuestros productos.

EL MUNDO ESTÁ CAMBIANDO,

Te acompañamos en esta transformación digital.



Contactate con nosotros al
1121606620 o al mail: **anegri@lojack.com.ar**
y conocé los beneficios pensados para vos.



www.lojacklatam.com / strix.com.ar

Novedades en cuarentena

CHUBB

Destina 10 millones de dólares para el combate al COVID-19



Chubb anunció la asignación de 10 millones de dólares para mitigar las afectaciones causadas por la pandemia del coronavirus COVID-19 a nivel mundial. El apoyo se destinará a individuos y programas que brinden servicios de primera línea de emergencia, así como a las personas más vulnerables de la comunidad que, desde el punto de vista financiero, hayan sido los más afectados por la pandemia.



TRIUNFO SEGUROS

Importantes novedades en RC Mala Praxis Médica

Triunfo Seguros informó a sus asegurados que son profesionales de la salud que las pólizas de Responsabilidad Civil para Profesionales Médicos y Auxiliares otorgan cobertura al ejercicio de la profesión médica por medio de la Telemedicina. Asimismo, sus pólizas de Praxis Médicas fueron adecuadas para otorgar cobertura frente a reclamos de terceros a consecuencia de daños y/o perjuicios derivados del COVID-19, durante las prestaciones o prácticas médicas dispensadas.

ALLIANZ



Medidas de apoyo a sus empleados, PAS y la sociedad

Allianz comenzó a operar de manera remota desde el martes 17 de marzo/20, organizándose rápida e integralmente de manera virtual, sin disrupción alguna en su actividad. Entre las medidas instrumentadas de cara a sus empleados se encuentra el adelanto de salarios, un plan de *Work Well* que incluye clases de gimnasia, consejos cotidianos para enfrentar la cuarentena y servicio de telemedicina, como también la oportunidad de capacitarse a distancia a través de la herramienta de LinkedIn E-Learning.

LIBRA SEGUROS



Acciones y descuentos en el contexto del coronavirus

La compañía dispuso las medidas necesarias para extremar los cuidados en sucursales, programó tareas de Home Office asegurando el habitual desenvolvimiento de todos los canales y servicios de atención tanto a clientes, como a Productores Asesores. Además, avanzó en bonificaciones especiales en las tarifas del seguro para motos y autos "guardados" por la cuarentena y para los médicos, a fin de premiar su labor.

SEGUROS RIVADAVIA

Redobra su compromiso social frente a la emergencia sanitaria



Seguros Rivadavia se sumó a la lucha para combatir la pandemia con diversas acciones solidarias a través de su Fundación, destinando más de \$2 millones. Dentro del cronograma de donaciones, se destacan dos importantes contribuciones consistentes en la dotación de materiales de construcción, sanitarios y griferías para la restauración integral de vestuarios de uso exclusivo del personal médico y trabajadores de la salud. También donó un monitor multiparamétrico y dos oxímetros de pulso, indispensable para la atención de pacientes en estado de salud crítico.

SIMPLICIDAD
TRANSPARENCIA
EXCELENCIA
EN EL SERVICIO
CONFIANZA



**Con vos en
cada momento**

 **Meridional**
SEGUROS

Para más información, escribinos a comercial@meridionalseguros.com.ar o ingresá a nuestra web www.meridionalseguros.com.ar

Nº de inscripción en SSN
0244

Atención al asegurado
0800-666-8400

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

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

INFORMACIÓN ÚTIL



Dengue: al no existir una vacuna, lo más importante es la prevención

El coronavirus llegó a América Latina después de la grave epidemia de dengue de 2019 que causó en toda la región más de tres millones de casos. Si bien hoy todo gira en torno al COVID-19, lo cierto es que actualmente nos enfrentamos a tres epidemias, cuyos síntomas pueden confundirse: coronavirus, sarampión y dengue.

En todos los casos, prevenir es un aspecto fundamental. Así lo destaca OSSEG, la Obra Social del Seguro, que se interesa por difundir información útil, en este caso, en la lucha contra el dengue. Se trata de una enfermedad viral transmitida por la picadura del mosquito Aedes Aegypti, el cual se cría y se reproduce en el agua acumulada en recipientes y objetos en desuso. No existe una vacuna, por ese motivo -como en el caso del COVID-19- es necesario tomar medidas de prevención para evitar la enfermedad.

El virus del dengue tiene cuatro variedades (serotipos): Den-1, Den-2, Den-3 y Den-4. La primera vez que una persona es inoculada con

cualquiera de estos cuatro serotipos, desarrolla el dengue clásico quedando inmune para este tipo exclusivamente. Si fuera picada nuevamente por un mosquito portador de cualquiera de los 3 tipos restantes, podría contraer dengue hemorrágico, de forma más severa, con riesgo de muerte.

SÍNTOMAS DEL DENGUE CLÁSICO

Cuando una persona padece dengue por primera vez, tiene dos o más de los siguientes síntomas:

- › Fiebre alta repentina;
- › Dolor intenso de músculos, articulaciones, huesos, cabeza, y ojos;
- › Erupciones o manchas rojas en la piel;
- › Náuseas y vómitos;
- › Cansancio intenso;
- › Posible sangrado en encías y nariz.

Estos síntomas comienzan a presentarse entre los 5 y 8 primeros días posteriores a la picadura y pueden durar entre 3 a 7 días. Si alguien padece dengue debe evitar ser picado nuevamente, para evitar de esta

manera la propagación y las complicaciones de la enfermedad. **Es fundamental saber que el dengue no es contagioso.**

¿CÓMO EVITAR LAS PICADURAS DEL MOSQUITO?

- › Aplicar repelente contra insectos en la piel expuesta y en la ropa con frecuencia de 4 horas;
- › Usar ropa de colores claros al estar al aire libre;
- › Colocar mosquiteros en ventanas y puertas en las viviendas;
- › Proteger cunas y cochecitos de bebés con mosquiteros de tul;
- › Tener en cuenta que el mosquito suele estar más activo al amanecer y al atardecer;
- › Eliminar la maleza en el patio de toda vivienda o terreno baldío próximo a su hogar;
- › Tapar depósitos de agua;
- › Tirar latas, botellas, neumáticos y otros objetos en desuso que se acumulen agua;
- › Colocar hacia abajo recipientes que no estén en uso: baldes, frascos, tachos, macetas, etc.;
- › Cambiar diariamente el agua de los bebederos de los animales y floreros;
- › Mantener limpias, cloradas o vacías las piletas de natación durante todo el año;
- › Mantener destapados los desagües de lluvias de los techos.



CON
ORBIS
SEGUROS
SIEMPRE GANÁS

DIEGO SCHWARTZMAN

SERVICIO DE ASISTENCIA AL ASEGURADO: La compañía de seguros dispone de un Servicio de Atención al Asegurado que atiende 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 su adición 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@ssn.gob.ar o por formulario web. El servicio de Atención al Asegurado está integrado por: RESPONSABLE: (Raul Normando Moreno) SUPLENTE: (Sebastian Roberto Garcia Sturzemegger y Sergio Muñoz Corti).

WWW.ORBISEGUROS.COM.AR



Nº de inscripción en SSN
0293

Atención al asegurado
0800-666-8400

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

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

MAYOR INFORMACIÓN

🌐 www.osseg.org.ar

☎ 0800-777-67734

🏠 CASA CENTRAL:
Carlos Pellegrini 575, CABA.

OSSEG
OSIMLA NACIONAL EN RESOLUCIÓN

EMERGENCIA SANITARIA

GUARDA MÉDICA: (011) 4322-0210/0456

CORONAVIRUS: 📞 11-6157-3527

OTRAS CONSULTAS POR WHATSAPP 📞

AUTORIZACIONES MÉDICAS: 11-4438-6026

REINTEGROS: 11-2358-5334

MEDICAMENTOS: 11-50545-402

RECOMENDACIONES

Quienes estén en provincias en donde se hayan presentado casos de dengue deberán tener en cuenta los siguientes consejos:

- › Evitar exponerse al aire libre durante las primeras horas de la mañana y al atardecer;
- › Usar pantalones largos y mangas largas si se desarrollan actividades al aire libre;
- › Utilizar espirales o tabletas.

En el caso de la aplicación de repelentes, tener en cuenta la importancia de:

- › No utilizarlo en bebés menores de dos meses de edad;
- › Aplicar a los niños mayores de dos meses aquellos que contengan contracciones de 10% de DEET;

- › Renovar su aplicación cada 3 horas;
- › No aplicar en las manos de los niños, ya que éstos podrían poner sus manos en sus bocas, ni en la piel irritada, cortada o quemada;
- › No utilizar aquellos asociados a protectores solares en la misma fórmula;
- › Leer las etiquetas de los productos.

¿QUÉ HACER FRENTE A LA APARICIÓN DE LA ENFERMEDAD?

- › No tomar aspirinas ni ibuprofeno;
- › Hacer reposo;
- › Ingerir abundante líquido;
- › En este contexto de cuarentena, hacer consultas online a profesionales médicos, y/o consultar telefónicamente en las sedes de OSSEG. ■



Conducción: Fernando G. Tornato y Marcelo E. Deve

¡Elegidos por los colegas! *Premio Prestigio Seguros 2014, 2015 y 2016 a la Prensa Especializada Online*



RADIO ARGENTINA AM 570



TIEMPO DE SEGUROS

El programa radial del sector asegurador

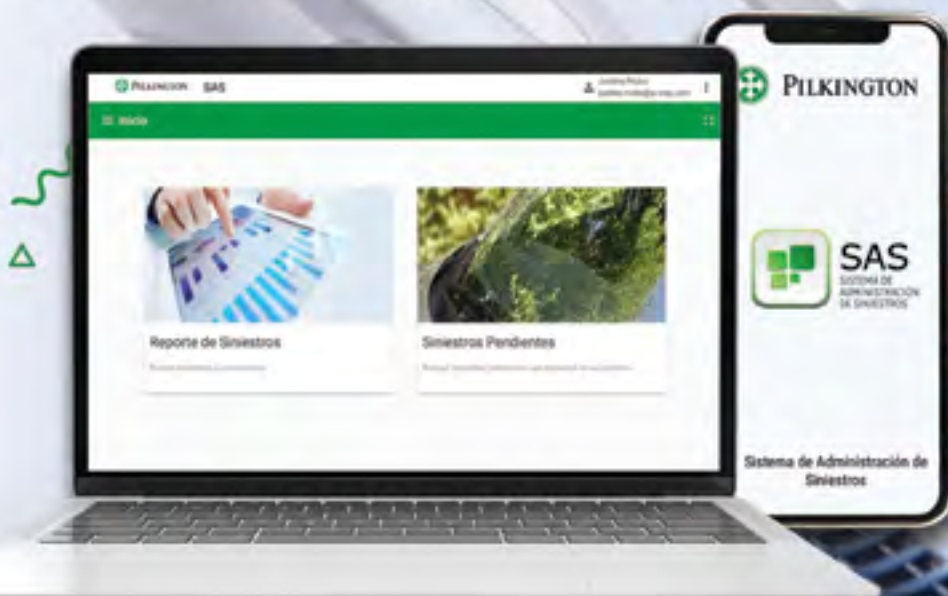
*Un equipo
con experiencia
y trayectoria*

Sábados de 11.00 a 12.00 hs.
por Radio Argentina (AM 570)
y por internet a través de
www.am570radioargentina.com.ar



Suscribase a nuestro newsletter semanal:
info@tiempodeseguros.com.ar
Visite www.tiempodeseguros.com.ar

Pioneros en la **Red** especializada en reposición de cristales originales del automotor



Abastecimiento con productos calidad original: proveemos a las principales terminales automotrices

Adaptabilidad al Sistema de las Compañías: nos adaptamos a tu necesidad

Agilidad en la gestión del siniestro: resolvé el siniestro sin moverte!

Alcance nacional: más de 400 talleres en todo el país

Call center con atención personalizada

Listas de precios pre-establecidas

Soporte técnico a disposición

Transparencia: auditoría para compañías

Trayectoria: más de 15 años en el mercado asegurador

Trazabilidad: conocé los movimientos desde la derivación hasta la colocación del cristal

LÍDER MUNDIAL EN CRISTALES PARA LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ





Co-fundador y CEO de 123Seguro

Martín Ferrari

— Muestrame tu celular y te diré quién eres... En esta nueva sección, conocemos el mundo digital de aquellos que forman parte del mercado asegurador, en este caso uno de los fundadores y a la vez máximo responsable ejecutivo de un broker digital líder, que conoce de primera mano la importancia de la innovación tecnológica y la creciente avidez de los consumidores por canalizar sus hábitos y necesidades a través de sus dispositivos móviles... ■



› **Organización:** 123Seguro
› Cargo: Co-fundador y CEO
› Edad: 39 años
› Hinchade: Boca Juniors
› Conformación familiar:
Casado con Irene, y padre de Emilia y Joaquín

¿Qué modelo de celular usas?

Samsung Galaxy S10 (foto)

¿Cómo qué tipo de usuario te auto-definis?

Entre moderado y altamente dependiente

¿Cuántas app tenes bajadas?

Cerca de 100

¿Cuántas app usas con frecuencia?

10 (10% de las que tiene bajadas)

Perfiles personales en redes sociales  @maroferrari  @maroferrari

Perfiles laborales en redes sociales  @123Seguro  @123Seguro

La pantalla de inicio dice mucho del usuario...



¿De cuántos grupos sos parte? 20 grupos

¿Cuáles son los emojis que más usas?

¿App de navegación y tránsito que más usas? Waze

¿Grado de dependencia? Alto

Mejor lugar para vacacionar Cualquiera donde realmente me pueda desconectar

¿Ciudad del mundo que más te gustó? Berlín

¿País que te queda pendiente conocer? Japón

Un vino para recomendar Cualquiera de Clos de los Siete

¿Usas algún juego desde el celu para tus momentos de ocio? No

Comida para cocinar en casa: Asado

Comida que soles pedir por delivery: Pizza

Comida ideal al salir a comer afuera: Asiática

Si pedís helado, ¿qué gustos elegís? Dulce de leche, granizado, y algún frutal

Si tendrías que armar un podio con las redes que más usas, ¿en qué orden las pones?

Las mejores series que viste... Breaking Bad, Game of Thrones, Succession

Serie que estás viendo actualmente... Ozark

¿Cuál es el solista o la banda que más escuchas? Escucho listas, me cuesta engancharme con una sola banda

¿Un tema musical que te identifique? That's Life

Un podcast para recomendar... JPV Podcast (de Juan Pablo Varsky)

Si tendrías que armar un podio con las medios que más lees desde el celular, ¿cuáles son?

¿Haces algún deporte? Empecé hace un tiempo con funcional

¿Utilizas alguna app para alguno de esos deportes/actividades físicas? No por el momento

Fuera de la actividad laboral, ¿qué hobby tenés? Leer y, principalmente, participar en distintas ONG para emprendedores

GUSTOS PERSONALES EN BASE A APPS

FUERA DE FOCO

LADO

B



JAVIER JÁCOME
Ecuador

Seguros y automovilismo: manejando riesgos fuera y dentro de la pista

— AAPAS no detiene su marcha y sigue explorando el “Lado B” de los Productores Asesores de Seguros, tanto de nuestro país como fronteras afuera...

Buscando descubrir facetas menos conocidas y saber cómo combinan sus experiencias de vida con sus actividades dentro del mercado asegurador, en este caso “viajamos” hasta Ecuador para conversar con Javier Jácome. Además de asesor de seguros, es un fanático de los “fierros” que desde chico se imaginaba conquistando las grandes pistas.

A los 24 años pudo cumplir su sueño. Compró su primer auto de competencia y entró en el campeonato nacional de Ecuador. Ha participado en distintas categorías del automovilismo y más de una vez festejó la victoria desde el podio.

Javier lleva 28 años en el mercado asegurador. Comenzó a los 19 y nunca dejó de ejercer la actividad. Su broker de seguros se llama “Jácome Álvarez Compañía Limitada Agencia Asesora Productora de Seguros” y está ubicado en la ciudad de Quito. Además,

en la actualidad preside la Asociación Nacional de Asesores Productores de Seguros del Ecuador (ANACSE). Y hace no mucho estuvo en Argentina, dado que en octubre pasado asistió a BUESEG 2019, el Congreso Regional de COPAPROSE -organismo del cual es miembro del Consejo Directivo- organizado por AAPAS que tuvo lugar en la ciudad de Buenos Aires.

Aquí, ponemos primera y damos un recorrido sobre la vida de Javier, un experto en riesgos, dentro y fuera de la pista...

—**¿Cómo fueron tus inicios en el mercado asegurador?**

“Mi afición comenzó desde pequeño. Mientras mis amigos jugaban al fútbol, yo jugaba con carritos de juguete”

—Mi vinculación con el mundo asegurador fue de casualidad. Yo estaba terminando mi primer año en la Facultad de Comunicaciones y un amigo me propuso vender pólizas de automóviles, ya que su padre trabajaba en una compañía de seguros. La idea original era que yo me quede con una parte de la comisión, pero luego pensé que sería mejor trabajar por mi cuenta, ganando la comisión completa y no sólo una parte.

Así que en ese momento decidí dejar la Facultad de Comunicaciones y comencé en la Facultad de Ciencias Económicas, donde cursé la carrera de seguros y la completé. Luego decidí hacer vínculos con una compañía de seguros de Ecuador y comencé trabajar por mi cuenta.

—**¿En qué se especializa tu broker de seguros?**

—Nos dedicamos a todos los ramos, tanto Generales como de Personas, con clientes tanto personales como corporativos. Trabajamos con varias compañías de seguros del mercado y tratamos de seleccionar las mejores rankeadas según las autoridades, para brindarles

Disfrutá de la vida,
del resto nos
encargamos nosotros.





PERFIL

- › B.A. Seguros por la Universidad San Francisco de Quito.
- › Master en Gestión y Técnica de Seguros por la Universidad Pontificia de Salamanca.
- › Gerente General de Jácome Álvarez Asesores de Seguros.
- › Presidente de la Asociación Nacional de Asesores Productores de Seguros.
- › Miembro del Consejo Directivo de COPAPROSE.
- › Miembro del Consejo Directivo de Picaval Casa de Valores.
- › Gerente General de Jaconsult Holding.

a nuestros clientes la mayor seguridad en cuanto a la calidad de la compañía con la que emitimos sus pólizas. El broker no comenzó siendo familiar, pero actualmente tengo vinculado a mi hermano en este negocio y hemos crecido mucho hasta la fecha.

—Y pasando a tu otra pasión...

¿cómo comenzaste a incursionar en el automovilismo?

—Mi afición comenzó desde pequeño. Mientras mis amigos jugaban al fútbol, yo jugaba con carritos de juguete. Pasé toda mi vida soñando que alguna vez iba a poder participar en carreras, hasta que cumplí 24 años. En ese momento pude comprar mi primer auto de competencia y entrar en el campeonato nacional, en la modalidad de pista.

Al año siguiente apareció en Ecuador una categoría monomarca con automóviles Mazda 323. Llegamos a ser 36 autos en pista, con automóviles que estaba prohibido modificar. Usábamos inclusive los mismos neumáticos,

Tres imágenes de Javier Jácome, ganador en diferentes competencias.

para que la única diferencia sea la conducción del piloto y no el vehículo en sí. Esa creo que fue una de las mejores escuelas porque nos exigía mucho como pilotos. Y al final del segundo campeonato de esa monomarca logramos un tercer puesto. Yo compartía el auto con César Bamonde, un gran amigo mío.

—Y tu experiencia en monomarcas no termina ahí...

—Tal cual. Después tuve una participación en otra categoría monomarca con un Volkswagen Gol. Ese vehículo ya no era mío, sino que era de un piloto y yo hacía de coach. La anécdota es que este piloto tuvo un problema de salud y por la mitad del campeonato tuve que reemplazarlo. Esta fue otra de las casualidades de la vida que me puso en las pistas.



El ecuatoriano, en su faceta laboral, participando como orador del BUESEG 2019 organizado por AAPAS (foto central).

Después de competir en esas dos monomarcas, mi participación fue menos activa por los costos que implica tener un auto propio de carreras. Por este motivo es que me he unido a otros pilotos que necesitan de apoyo, sobre todo para las competencias de larga duración, como es el caso de la carrera de 6 horas de Yahuarcocha, una pista que está en Ibarra.

Esta carrera es muy exigente porque el reglamento indica que cada piloto puede conducir únicamente por dos horas seguidas, entonces se necesitan por lo menos dos relevos. En esa carrera he participado todos los años, y la primera vez que gané fue en el año 2010 con un Alfa Romeo. Luego ganamos en dos oportunidades con un auto pequeño como es el Chevrolet Spark. Al año siguiente ganamos la categoría de esa carrera en un Nissan y en 2019 participamos con un Toyota Yaris de la categoría 1600. Creo que fue el año que más dura estuvo la competencia, con 20 vehículos compitiendo y quedamos en quinto lugar.



ASEGURAMOS TODO
LO QUE **QUERÉS**

www.riouruguay.com.ar

Nº de inscripción en SSN
0360

Atención al asegurado
0800-666-8400

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



SSN

SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN



Jácome, levantando uno de los tantos trofeos ganados.

—¿Contás con sponsors que te ayudan a participar de las carreras?

—Siempre es complicado conseguir sponsors, porque no son actividades populares

“Es importante saber manejar el riesgo tanto en la pista y como en la suscripción de seguros”

como el fútbol, entonces me ha tocado hacer un poco de esfuerzo personal en el sentido económico. Hemos conseguido algún que otro sponsor que ha ayudado con algún gasto, los cuales suelen ser bastante altos. Pero finalmente en el automovilismo siempre es necesario poner del bolsillo de los pilotos, ya que los premios son simbólicos y al ganar

no llegas a pagar ni la mitad de los gastos que tuviste que hacer para afrontar la carrera.

—¿Crees que tu profesión tiene puntos de contacto con tu actividad como piloto?

—Tengo una personalidad bastante tranquila y un carácter poco explosivo, que dista de lo que la mayoría de la gente podría pensar de un piloto de carreras. Las personas se sorprenden de que yo esté en el mundo del automovilismo, porque no va con la personalidad que proyecto.

Creo que los seguros y las carreras pueden tener alguna relación. Estamos hablando de dos actividades que implican riesgos. A veces el riesgo es un poco más alto y otras es un poco menor, y es importante saber manejar el riesgo tanto en la pista y como en la suscripción de seguros... ■

nuevo sitio
www.todoriesgo.com.ar



Nuevo portal con actualización diaria de noticias nacionales e internacionales del mercado asegurador.

 @TodoRiesgoWeb  @TodoRiesgoWeb



**Protegemos aquello
que más te importa**



0810 999 3200
www.segurosriবাদavia.com

Seguinos en:  



Descargá nuestra
aplicación.



Disponible para iOS
y Android.

En el Vermú de la edad



Por **ANABELLA CARPENITO**
Escritora que cocina. Cocinera que escribe. Acumulo buenas intenciones en Google Drive. Me enamoro de canciones.
@anicarpenito

Riego las plantas, no sé bien el momento, pero sucedió. Me convertí en una señora que recibe soda y riega las plantas, después de las siete, para que el sol no las queme y sus estomas estén más receptivos. Todo un ritual. Un disco de **boleros**, un vaso de **soda** y agarrar el balde porque la edad la resisto evitando el uso de la regadera.

Además, un toque de vermiculito porque si la hacemos, la hacemos bien, dicen por ahí. Mientras escribo esto el mundo está en cuarentena, lo más cerca del contacto con el exterior, la naturaleza y otros organismos vivos son mis plantas. Aparentemente, mientras yo les charle y ellas no respondan, todo está bien.

MUSAS de Natalia Lafourcade, se trata de dos discos, no son íntegramente de boleros, es más bien, un homenaje al folclore latinoamericano en manos de Los Macorinos con un espíritu calmo ideal para dejar caer el día, la semana o ponerse en plan melodrama.

El vermut ó vermiculito, ó “dale, armate un vermiculito con unos

quesitos antes de comer”, porque bien se sabe que el diminutivo baja el valor calórico de la picada, no es más que vino blanco infusionado a base de botánicos. Del alemán *wormut*, que significa ‘ajeno’ o ‘absente’, ya que es uno de sus compuestos. Los botánicos son hierbas, raíces y otro tipo de especias que se utilizan en la maceración. Además, lleva agregado alcohol vínico, se trata de algún destilado que aporta valor alcohólico. Estos vinos son típicamente europeos y los más populares son el rojo y el blanco. El primero es dulce y proviene de Italia, mientras que el segundo es francés y más seco. ■

¿Cómo beberlo?

- **Solo**, con hielo y una o dos rodajas finitas de naranja.
- **Con soda**: En una copa larga o copón con vermouth, hielo y bastante soda.
- **Con tónica**: Hay que usar un copón o copa de vino. Primero, llenarlo de cubos de hielo, verter una medida de 5 cl de vermut rosso, rellenar el vaso con tónica y agregarle una rodaja de naranja o de limón.
- **Negroni**: La receta original combina partes iguales de Campari, vermut y gin con cubos de hielo y una rodaja de naranja.

¿Cuáles?

- **Lunfa** es un vermut tipo Torino elaborado respetando las recetas más antiguas de Italia, y aportándole toda la riqueza del suelo argentino.



- **Cynar** es elaborado según una fórmula secreta que incluye alcachofas y 13 hierbas distintas. Su nombre deriva justamente del nombre de la alcachofa en latín botánico.



- **Aperol** es un clásico aperitivo amargo italiano hecho de genciana, ruibarbo y cinchona, entre otros ingredientes.





TESTIMONIO
Compañía de Seguros S.A.

Líderes en Caución



- Tenemos la mayor capacidad de reaseguro del mercado
- Contamos con el respaldo de las reaseguradoras con mejor calificación a nivel mundial

www.testimoniosegueros.com

Testimonio Compañía de Seguros S.A.
Florida 537 – Piso 9°
C1005AAF – Buenos Aires, Argentina
Tel.: 5272-0750

Retratados

VIDRIERA PRE-CUARENTENA



A mediados de enero/2020, La Caja realizó un campus de básquet en la ciudad de Comodoro Rivadavia como parte del Final Four del Super 20. De esta manera, la aseguradora acompañó el evento, en la que técnicos, nutricionistas, kinesiólogos y jugadores, compartieron técnicas de básquet, tácticas y consejos de entrenamiento, alimentación y nutrición, dirigidos a chicos que juegan o desean jugar este deporte y buscan oportunidades en clubes reconocidos.



La última semana de enero/2020, Zurich organizó «Innovation Championship», un evento que reunió a startups de diversas temáticas que tienen un objetivo común: proteger a las personas, basándose en la sustentabilidad. La startup Deep Agro fue la ganadora a nivel local, y competirá a nivel regional en el concurso global que invita a startups a presentar sus proyectos.



A finales de febrero/2020, RUS estuvo presente en el show de cierre de Espacio Clarín, con la presencia de unas 35 mil personas en la Plaza del Agua de Mar del Plata, donde se realizó el show cierre de la séptima edición del Espacio Clarín. Un evento que contó con la participación de diferentes artistas, figuras del deporte, de la cultura y el espectáculo. Río Uruguay Seguros fue sponsor oficial.



UNA MÁQUINA DE CONSEGUIR CLIENTES

CON VICTORIA DIGITAL NUESTROS PRODUCTORES ESTÁN EN CONTACTO
CON MÁS CLIENTES PARA ASESORARLOS ONLINE Y CONTRATAR
SU SEGURO EN EL ACTO.



Grupo Bagó

Retratados

VIDRIERA PRE-CUARENTENA



A mediados de febrero de 2020, se realizó el ATP 2020 y Experta Seguros acompañó el evento, que ya se convirtió en un clásico de la aseguradora. Un encuentro en donde grandes figuras del deporte dijeron presente para disputarse el primer puesto en el torneo con más historia y prestigio de Sudamérica. En el marco de este encuentro, Experta Seguros invitó a clientes y socios estratégicos de todo el país a vivir jornadas a pura adrenalina en su palco preferencial, quienes además contaron con acceso a la carpa VIP.



En el marco de su 60° aniversario, PROF Grupo Asegurador acompaña como sponsor al piloto de automovilismo Juan Scoltore, en la categoría TC Pista. Scoltore, que forma parte del equipo Coiro Dole Racing, debutó en la categoría abordo de un Chevrolet.



Sancor Seguros marcó una fuerte presencia en la Fiesta Nacional de la Vendimia. Como desde hace 23 años consecutivos, la compañía organizó la Serenata a las Reinas en Mendoza junto al Park Hyatt Hotel. Durante el evento, que contó con la presencia de clientes de la zona, personalidades destacadas e invitados especiales, se rindió homenaje a las reinas departamentales, quienes luego compitieron por la corona de Reina Nacional de la Vendimia 2020.



**COMO
PRODUCTOR ASESOR,
TENÉS QUE ESTAR
EN LAS PEQUEÑAS Y
GRANDES COSAS.
COMO COMPAÑÍA,
HACEMOS
EXACTAMENTE
LO MISMO.**

En Zurich sabemos que todos vivimos asegurándonos muchas cosas, desde las más pequeñas hasta las más grandes. Por eso a tus clientes necesitás ofrecerles una compañía que los acompañe siempre en cada una de ellas.

**CONOCÉ MÁS SOBRE
NOSOTROS EN
zurich.com.ar**

**EN LAS PEQUEÑAS
Y GRANDES COSAS.**


ZURICH®

Nº de inscripción en SSN
0039, 0228 y 0541

Atención al asegurado
0800-666-8400

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

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

ZURICH ASEGURADORA ARGENTINA S.A., CUIT 30-50003639-3, AV. DEL LIBERTADOR 6350, CABA. ZURICH ARGENTINA COMPAÑÍA DE SEGUROS S.A., CUIT 30-50004977-0.
ZURICH INTERNATIONAL LIFE LTD. SUC. ARGENTINA, CUIT 30-67965715-8, CERRITO 1010, CABA.



Comisión Directiva



PRESIDENTE
Roberto Saba



VICEPRESIDENTE
Sebastián Del Brutto



SECRETARIO
Nicolás Saurit Román



PROSECRETARIO
Osvaldo Gutiérrez



TESORERA
María Julia
García Vilariño



PROTESORERO
Alejandro Carrá



**DIRECTOR EJECUTIVO
GERENTE GENERAL**
Nilo Sidero



GERENTE
Pedro Busum

VOCALES

Titular 1°:

Franco Luis Cavicchia

Titular 2°:

Mario Isidro Turkenich

Titular 3°:

Rodrigo Javier Puértolas

Titular 4°:

Juan Manuel Grieco

Suplente 1°:

Pablo Gabriel Tavella

COMISION DE FISCALIZACION

Titular 1°:

Fabián Lavieri

Titular 2°:

Maximiliano Alberto Pérez

Titular 3°:

Christian Maximiliano Fernández

Suplente 1°:

Christian Elia Castro

Suplente 2°:

Rubén Jorge Mazziotti

COMISIONES DE TRABAJO

Coordinador de Comisiones y Delegaciones: Alejandro Carrá

Técnica y Jurídica:

Marcelo Garasini

Defensa del PAS:

María Estela D'Amelio

Jóvenes:

Franco Cavicchia

Asociados:

Ignacio Sammarra

Sociedades:

Francisco Fariña y

Mariano De Luca

Formación

Profesional:

Daniel González Girardi

Capacitación:

Julián Niccoló

Seguridad

Vial:

María Julia García Vilariño

Inclusión y

Diversidad

Laboral:

Marcela Curi

DELEGACIONES

Delegación La Plata:

Delegado:

Maximiliano Pérez

Delegación Oeste:

Delegado:

Andrea Benedetti

Delegación Norte:

Delegado:

Claudio Feliu-Badaló

CONSULTE TODA LA INFORMACIÓN DE AAPAS Y DEL MERCADO ASEGURADOR EN: WWW.AAPAS.ORG.AR

A la hora de chequear tu estado de salud



¿A quién elegís?

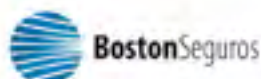
Es *más seguro* con un **Productor Asesor de Seguros**

Define un contrato de seguro en relación a tus necesidades específicas.
El **Productor Asesor de Seguros** es un técnico especializado que cuenta con matrícula.

www.aapas.org.ar • aapas@aapas.org.ar • Tel.: 54 11 4343 . 7780

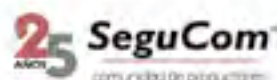


LAS SIGUIENTES ASEGURADORAS, REASEGURADORAS
Y BROKERS VALORAN Y APOYAN EL PLAN ESTRATÉGICO
DE LA ASOCIACIÓN ARGENTINA DE PRODUCTORES ASESORES DE SEGUROS.



LAS SIGUIENTES SOCIEDADES PAS, PROFESIONALES
Y EMPRESAS DE SERVICIOS VALORAN Y APOYAN EL PLAN ESTRATÉGICO
DE LA ASOCIACIÓN ARGENTINA DE PRODUCTORES ASESORES DE SEGUROS.

SOCIEDADES PAS



EMPRESAS DE SERVICIOS



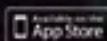
Somos Berkley Argentina futuro + seguro

Crecemos: tecnología + oportunidades

Avanzamos: estrategia + innovación

Cumplimos: compromiso + valores

BiSmart
La app de Berkley



Berkley International ART S.A.

www.berkley.com.ar

Berkley International Seguros S.A.

b | Berkley Argentina ART
| a Berkley Company

b | Berkley Argentina Seguros
| a Berkley Company

Nº de inscripción en SSN
025

Atención al asegurado
0800-666-8400

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

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