#### **ACTIVIDADES**

ARPAS 2020, la "Re-Evolución" profesional del PAS en primera persona

#### **ACTUALIDAD**

El mercado asegurador, proactivo y preventivo para combatir la pandemia

#### **PROTAGONISTAS**

Rosana Ibarrart y los 75 años de Seguros Rivadavia

#### **FUERA DE FOCO**

Surf y seguros, dos pasiones "made in Mar del Plata"

# SEGUROS

Año LII . 2020 **Número 320** Editada por la Asociación Argentina de Productores Asesores de Seguros



El Productor Asesor de Seguros, actor protagónico en la pandemia

Los PAS han revalidado su rol como los verdaderos socios estratégicos de las aseguradoras y de los asegurados. Los principales referentes de las compañías de seguros, Sociedades de Productores y Organizadores reivindican la importancia del canal profesional, cuya relevancia se hizo más notoria que nunca en la cuarentena y se potenció gracias a las herramientas digitales.

# La medicina prepaga que se adapta







## Prevención Salud

de SANCOR SEGUROS

# Reinventarse para seguir siendo líderes



 Ya superamos holgadamente los 200 días de cuarentena y, en este período, hemos atravesado diferentes etapas.

El mercado asegurador en general respondió en forma estupenda a todas las consignas: las compañías de seguros y los Productores Asesores han atendido como corresponde, y los asegurados han sido atendidos en tiempo y forma.

El asegurado recibió la contención, el asesoramiento y la atención requeridas, mientras que las aseguradoras han podido reacomodar de alguna manera sus números, acompañados por la baja de siniestros y la rebaja en sus costos de comercialización.

El gran problema hoy es cómo salimos de esto los Productores Asesores de Seguros, quienes vimos disminuidos nuestros ingresos considerablemente: descuentos, anulaciones de pólizas, postergaciones de pagos en los contratos de ART, al tiempo que continuamos pagándoles a nuestros empleados, nuestros alquileres, etc. Incluso sin poder tomar créditos a tasas subsidiadas por estar mal encuadrada nuestra actividad.

Desde AAPAS y junto a todas las APAS de la provincia de Buenos Aires y FAPASA estamos trabajando arduamente por el re-encuadre de nuestra profesión y para lograr ser separados de la actividad financiera, a la cual no pertenecemos. Para que finalmente nos consideren como los verdaderos

profesionales que somos. Tenemos una ley que nos reglamenta, rendimos examen para obtener la matrícula, y nos capacitamos permanentemente.

Hemos logrado que dos legisladores de diferentes extracciones políticas confeccionaran los correspondientes proyectos de ley y que los mismos sean presentados en la Comisión de Presupuesto, donde aspiramos tener una resolución favorable.

Ahora viene el gran desafío de cómo nos reinventamos para poder superar esta etapa y mantenernos como líderes del mercado. Y entendemos que la respuesta es siempre la misma: más profesionalismo e incorporación de tecnología en nuestros procesos.

A la vez, desde AAPAS afrontamos los problemas de nuevos posibles competidores, por lo cual debemos mantenernos atentos y comenzar -más temprano que tarde- con las acciones necesarias para afrontarlos.

También realizamos nuevas presentaciones para liberar la comercialización de los seguros cuando se solicitan préstamos y planes de ahorro, avanzando en una nueva alternativa para lograrlo.

La pandemia no frena nuestro trabajo. Por el contrario, se han redoblado los esfuerzos en pos de la defensa del PAS y de nuestra actividad. Seguirá siendo así durante el resto del año y en la post pandemia.

**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** 



## El Productor Asesor, actor protagónico en la pandemia

#### VISIÓN INSTITUCIONAL

El mejor y más profesional canal de ventas del mercado, por **Roberto Saba** ) **44** 

#### **ASEGURADORAS**

Los Productores de Seguros, los verdaderos socios estratégicos de las aseguradoras y asegurados > 48

#### SOCIEDADES DE PAS

Asesoramiento, cercanía y tecnología, la fórmula ganadora en la pandemia ) 78











#### **ACTIVIDADES**

ARPAS
2020:
los testimonios
de los alumnos
avalan el camino
a la "Re-Evolución"
profesional del PAS

Pese a la cuarentena, más activos que nunca > 6

Rueda de prensa de la Comisión de Sociedades con los medios especializados > 12 Avanza la flamante Comisión de Diversidad e Inclusión Laboral ) 16

La Comisión de Comunicación impulsa acciones para fortalecer la imagen del PAS > 20

#### **PROTAGONISTAS**

#### Rosana Ibarrart

Gerente General de Seguros Rivadavia

75 años de trayectoria, entre las líderes del mercado de seguros patrimoniales



#### **FUERA DE FOCO**

Mundo App: Sebastián Aicardi, Vicepresidente de MGP Broker ) 128

Lado B: Camilo Ignacio Oribe Surf y seguros, dos pasiones "made in Mar del Plata" > 130

#### Placeres:

Protocolo y paciencia: empanadas de carne braseada, por **Anabella Carpenito** ) 134



Una "Comunidad de Productores" que crece y se potencia año a año

Entrevista a

Horacio Inchaurbe

Director de SeguCom > 86



#### **ACTUALIDAD**

#### Jorge Klein

60 años en el mercado, medio siglo como Productor ) 96



El mercado asegurador, proactivo y preventivo para combatir la pandemia > 90

#### **Grupo Gaman:**

Un 2020 de construcción, ampliación y crecimiento > 100

**AGENDA** 

# Pese a la cuarentena, más activos que nunca

La pandemia y cuarentena, lejos de restringir el accionar de AAPAS, ha potenciado las iniciativas en pos del Productor Asesor de Seguros y el desarrollo del mercado. En esta nota, como antesala de otras actividades que se detallan en esta primera sección de SEGUROS, un compilado resumido de las tareas llevadas a cabo en las últimas semanas.

MESA DE TRABAJO

#### GESTIONES CON LA SSN PARA DESARROLLAR EL SECTOR

En los primeros días de agosto/2020, AAPAS presentó una carta a la Superintendenta de Seguros de la Nación Argentina, Mirta Adriana Guida, para hacerle llegar un detalle con algunos ejes temáticos con la clara intención del crecimiento y mejora del sector asegurador. La Asociación propuso constituir una mesa de trabajo conjunta con los distintos sectores del mercado asegurador, a fin de no sólo acordar estrategias para el momento actual, sino también analizar líneas futuras de trabajo que permitan afrontar la crisis económicosocial y recomponer el PBI en seguros.



IGJ

#### POR LA LIBRE ELECCIÓN DE CONTRATACIÓN

El 21 de septiembre/2020, AAPAS ingresó una nota en la Inspección General de Justicia sobre la elección de compañías de seguros de los bienes adjudicados en los contratos de planes de ahorro. En la misma, se solicitó una entrevista para poder poner en conocimiento la situación y establecer posibles soluciones. Luego del dictado de la Resolución 8/15 de la IGJ en la que se incluyó la elección de cinco compañías de seguros para asegurar el bien adjudicado, la Comisión de Defensa del Productor de AAPAS recibió consultas de los PAS respecto de las inquietudes que tienen sus clientes en la contratación de dichas pólizas. En muchos casos, los asegurados solicitan cotizaciones que mejoran, considerablemente, las ofrecidas por las administradoras de los planes.



AAPAS

#### CELEBRACIONES POR EL DÍA DEL PAS Y DÍA DEL SEGURO

AAPAS participó de varios eventos en ocasión de las dos celebraciones tradicionales del sector. El 28 de septiembre, Día Internacional del Productor de Seguros, y el 21 de octubre, Día del Seguro. En ambas oportunidades, a su vez, realizó encuentros abiertos al público por Facebook Live y YouTube, con entrevistas y charlas junto a importantes directivos del mercado asegurador. Algunos de los invitados fueron Daniel Salazar de Victoria Seguros; Carolina Otero de Allianz Argentina; Aníbal López de Berkley; Eduardo Estrada de Sancor Seguros; Juan Carlos Mosquera de La Segunda; y Juan Contreras de La Holando.





#### VÍA ZOOM

#### PRESENTE EN ASAMBLEA GENERAL ORDINARIA DE ADIRA

Roberto Saba, presidente de AAPAS y Nicolás Saurit, Secretario de la Asociación, junto a Jorge Zottos -presidente de FAPASA- participaron de la Asamblea General Ordinaria de Aseguradores del Interior de la República Argentina (ADIRA) que se realizó el 22 de octubre. El encuentro se realizó por Zoom y contó con la participación de los ejecutivos de las compañías que conforman la entidad, representantes de otras cámaras, invitados especiales y medios del sector. Juan Carlos Mosquera, Director de Operaciones del Grupo Asegurador La Segunda,



fue designado presidente de ADIRA, quién reemplaza a Alejandro Simón, CEO del Grupo Sancor Seguros. El nuevo titular de ADIRA destacó la gestión de su predecesor, quien por su parte reflexionó sobre el presente del mercado y de la economía local en este año tan particular, destacando los avances de la entidad en el plano nacional e internacional. AAPAS felicitó a la nueva comisión directiva, deseando que continúen los logros en pos del beneficio de todo el mercado asegurador.



#### ASOCIACIONES DE DDODIICTODES

#### UNIDAS POR EL RE-ENCUADRE DE LA ACTIVIDAD

AAPAS, junto a otras APAS de Provincia de Buenos Aires y La Pampa, continúan las gestiones por la situación de los Productores frente a IIBB. Luego de diversas reuniones con legisladores y referentes del ejecutivo provincial, ingresó un proyecto de ley solicitando la rebaja del impuesto a la cámara de diputados bonaerense. En el proyecto presentado se solicita reducir el impuesto a los Ingresos Brutos de 7% a 3,5% anual. El fundamento reside en que los servicios facturados por los Productores Asesores de Seguros son por asesoramiento. Por consecuencia, corresponde una carga impositiva similar a la de otros profesionales como abogados, contadores, médicos y otros comisionistas. Además, la actividad de los PAS está regulada por la Ley 22.400 y cuenta con un órgano de control propio como lo es la SSN. Además, la disparidad frente a otras provincias es de aproximadamente el doble, desalentando así la actividad en la jurisdicción.

#### TEXTOS DE PÓLIZAS

#### ADECUACIÓN AL NUEVO CÓDIGO CIVIL Y COMERCIAL

En el mes de septiembre, AAPAS realizó una presentación ante AACS, ADEAA, AACMS y ADIRA, con el objetivo de invitar a las aseguradoras a revisar los textos de pólizas para la cobertura de Responsabilidad Civil, que están incluidos en productos de integrales de comercio, consorcio e incendio. La Comisión de Defensa del Productor de AAPAS, de manera conjunta con la Comisión Técnica, han realizado un análisis de las distintas pólizas vigentes donde se encuentra presente



la cobertura de Responsabilidad Civil, como accesoria integrante del contrato. En varias ocasiones, de distintas aseguradoras se detectaron casos en los cuales no se adaptaron sus textos al nuevo Código Civil y Comercial de la Nación.

#### DELEGACIÓN OESTE

#### CAPACITACIÓN DE RC PROFESIONAL

El miércoles 7 de octubre/2020, se realizó un webinar sobre RC Profesional/Práxis Médica dictada por el Dr. Horacio Canto, Gerente de Servicios Médicos de Swiss Medical. El encuentro fue organizado por la Delegación Oeste de AAPAS y contó con una alta participación de Productores Asesores de Seguros, que se mostraron interesados en incorporar nuevos productos a su cartera.



#### **ENCUENTRO VIRTUAL**

#### DÍA DEL PRODUCTOR ASESOR DE SEGUROS

El pasado 28 de septiembre se celebró, como cada año, el Día del Productor Asesor de Seguros. Entre las diferentes acciones realizadas por AAPAS con motivo de esa fecha tan especial, el presidente de la Asociación, Roberto Saba, participó de un encuentro virtual del Camino a la Conferencia Anual 100% SEGURO. Lo hizo junto a Jorge Zottos, Presidente de FAPASA, por streaming, en una escenografía digital y respondiendo todas las consultas formuladas por los Productores Asesores de Seguros.



#### DELEGACIÓN AAPAS OESTE

#### WEBINAR SOBRE SEGURO DE TRANSPORTE

El miércoles 19 de agosto/2020, se dictó una charla sobre Seguro de Transporte, que estuvo organizada por la Delegación AAPAS La Plata. El responsable de brindar el contenido fue Mariano Olhagaray, jefe de

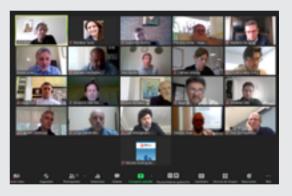


sección Transporte de Mercadería y Cascos de Federación Patronal. La presentación la realizó Maximiliano Pérez, delegado de AAPAS La Plata, quien hizo un repaso de las actividades que lleva adelante la asociación y principalmente la delegación, como capacitaciones, encuentros con legisladores, el Municipio, el Ministerio de Transporte, la web de denuncias para abusos bancarios, entre otros.

#### **ENCUENTRO**

#### LA COMISIÓN DE SOCIEDADES SE PRESENTÓ ANTE ASEGURADORA

El lunes 10 de agosto/2020, la Comisión de Sociedades de AAPAS se reunió con una aseguradora, en el marco de los encuentros que viene haciendo con los operadores del sector. Daniel Arias, CEO de SMG Seguros y SMG ART, y Julio Diez, director comercial corporativo estuvieron del lado del Grupo SMG. Por AAPAS participó Francisco Fariña, por sociedades: Mariano De Luca (SMSV), Jorge Menéndez (Grupo



TMG), Hugo Tito (National Brokers), Clarisa Luhning y Pablo Luhning (Vis Red), Jonathan Lew y Alejandro Bleuzet (Grupo ABSA), Marcelo Montañez (MGP Broker), Nicolás Rodríguez (Risk Group), Hugo Yovino (Grupo Prima), Marcelo Montoya (Net Broker), Luis González (ARTAI), Juan Manuel Manganaro (Grupo Gaman), Guillermo Alonso (Martínez Sosa y Cía.), Gregorio Sánchez (ALEA), Mariano Acosta (SeguCom), Valentín Guas (ARG Broker).

#### ENTREVISTA

#### LAS CÁMARAS DE PRODUCTORES, JUNTAS

En septiembre, Jorge Zottos, presidente de FAPASA, y Roberto Saba, presidente de AAPAS, fueron entrevistados por Gabriela Barbeito, conductora de POOL Económico. En la nota, ambos realizaron un análisis sobre la situación actual del mercado asegurador a raíz del contexto de pandemia.









Especialistas en Seguros de Caución

Centro Comercial Online 0810-220-9411 www.albacaucion.com.ar

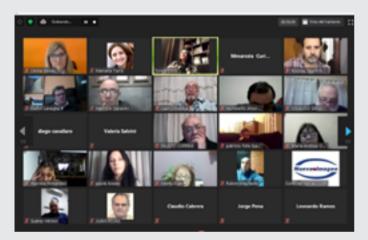
BUENOS AIRES | LA PLATA | CORDOBA | NEUQUEN | POSADAS | TUCUMAN SGO.DEL ESTERO | RESISTENCIA | MENDOZA | ROSARIO | SANTA FE



#### WFBINAR

#### **TU MARCA PERSONAL EN REDES**

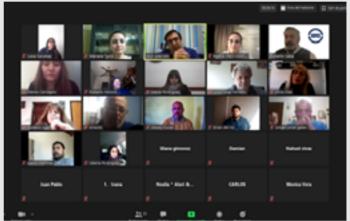
El miércoles 29 de julio/2020, la Comisión de Diversidad e Inclusión Laboral de AAPAS se presentó formalmente brindando una capacitación sobre marca personal en redes. Marcela Curi, realizó la presentación de la flamante comisión que coordina. "Tenemos todo un reto por delante, queremos crecer en socias mujeres en AAPAS y en inclusión, que abarca todo". En el encuentro realizado por la plataforma Zoom estuvo presente Celina Selvas, Productora Asesora de Seguros y miembro de la comisión. "Esta comisión se trata de abrir espacio para todos", aseguró.



#### ROBERTO SABA

#### **REUNIÓN CON PAS DE ALORI & ASOCIADOS**

Marcelo Alori junto a más de 30 PAS de su organización mantuvieron un encuentro por la plataforma Zoom con el presidente de AAPAS, Roberto Saba. Durante la charla se trataron temas de la actualidad aseguradora. Además, Saba expuso sobre todas las actividades que está realizando la Asociación, sobre todo el desarrollo de las comisiones de trabajo. El objetivo del encuentro es acercarse a los PAS/Brokers e invitarlos a participar activamente de AAPAS. La Asociación tiene proyectado seguir realizando otras reuniones para fortalecer el vínculo con los diversos sectores del mercado asegurador.



#### EN LOS MEDIOS

#### LA CULTURA ASEGURADORA, MÁS IMPORTANTE QUE NUNCA

AAPAS sigue trabajando en un tema central, que se potencia en tiempos de pandemia, como es la cultura aseguradora y llevar a la sociedad un mensaje claro y contundente respecto a la importancia de la prevención, el seguro y el asesoramiento profesional. En el marco del "Bloque de Cultura Aseguradora" presentado por AAPAS en el programa 100% SEGURO, la Productora Asesora de Seguros Graciela Valentino, explicó en detalle todo lo que hace al seguro del hogar, una cobertura que gana relevancia en este contexto. En otro programa, y tras la aprobación de la nueva Ley de Alquileres, el PAS Julián Niccoló, comentó todas las novedades y en particular lo que hace a la figura de la caución para alquileres. A su vez, Jorge Rapan enumeró las coberturas y todo lo que tienen que tener en cuenta los comercios y PyMEs, que sin dudas son de los más afectados por esta cuarentena. Finalmente, Marcela Curi, PAS especializada en seguros cibernéticos, detalló todo lo que hace a ciberriesgos, su mayor protagonismo a partir de la hiperconectividad por la cuarentena, y las coberturas que ofrece hoy el mercado para individuos y PyMEs.







MÁS DE

# 2Millones

DE PÓLIZAS ADUANERAS DIGITALES

> En los últimos 15 años



MÁS DE

PÓLIZAS DE CAUCIÓN CONTRACTUALES

> Durante la pandemia



MÁS DE

JUDICIALES

En formato digital



SU ACCESO A LA VIVIENDA

Con cauciones de alquiler

#### **FUIMOS PIONEROS** EN CERTIFICACIÓN DIGITAL

Y EN ENTERDER QUE EL MUNDO ESTABA CAMBIANDO

NADIE PUEDE DETENER EL FUTURO













PRESENTACIÓN FORMAL

## Rueda de prensa de la Comisión de Sociedades con los medios especializados

El pasado lunes 19 de octubre, AAPAS realizó una reunión vía Zoom con los medios de prensa especializados del sector para presentar formalmente ante ellos a la Comisión de Sociedades de la Asociación e intercambiar opiniones con sus integrantes.

"Esta es una comisión integrada por Sociedades de PAS y Organizadores que representa a casi 4.000 Productores de Seguros, es decir, más del 10% de los PAS activos del mercado", destacó Mariano De Luca, quien junto a Francisco Fariña (moderador de encuentro) coordinan esta Comisión de Sociedades de AAPAS.

En esta charla se destacó que se dará especial apoyo a aquellas compañías que prioricen la intermediación de brokers y Productores Asesores de Seguros, haciendo énfasis en la importancia de trabajar en equipo: compañía de seguros, broker y el PAS.

Naturalmente, se resaltó la contención y asesoramiento de brokers y Productores en el proceso de pandemia y su rol clave en la retención de las pólizas. "Si bien el tema de la venta online avanza, la idea de las compañías de seguros, por lo que nos vienen comentando en el transcurso del año donde hemos realizado diferentes reuniones con CEOs de compañías, es que la venta y postventa sea derivada al Productor Asesor y broker afín, bajo una menor comisión", completó De Luca.

Roberto Saba, presidente de AAPAS, fue otro de los presentes, y sostuvo que "se empoderó mucho el rol del Productor ante su presencia real y concreta en estos momentos de pandemia y siendo algunos



#### **QUIÉNES PARTICIPARON**

De parte de los medios

Hernán Fernández y Leonardo Redolfi (100% SEGURO), Horacio Lachmann (Todo Riesgo), Pedro Zournadjian (Mercado Asegurador), Gabriela Barbeito y Raúl Veiga (Pool Económico y Estrategas).

De parte de la Comisión de Sociedades Mariano De Luca (SMSV Asesores de Seguros), Hugo Tito (National Brokers), Clarisa Luhning y Pablo Luhning (Vis Red), Marcelo Montañez (MGP Broker), Jonathan Lew (Grupo ABSA), Guillermo Alonso (Martínez Sosa y Cía.), Marcelo Rodríguez (Risk Group), Hugo Yovino (Grupo Prima), Valentín Guas (ARG Broker), Jorge Menéndez (Grupo TMG), Álvaro Otazu (New Leaders), Juan Manuel Manganaro (Grupo Gaman), Luis Coviella (Net Broker), Luis González (ARTAI), Martín Campos (Norden Brokers), Gregorio Sánchez (ALEA) y Horacio Inchaurbe (SeguCom).

De parte de AAPAS Roberto Saba, Francisco Fariña y Mariana Turró

brokers también que comercializan seguros por vía digital, es un canal donde los intermediarios tienen gran injerencia". Respecto a la multiplicidad de canales, los presentes fijaron su posición, resaltando que deben privilegiar a las





# EN EL MOMENTO QUE NOS NECESITE, NOSOTROS RESPONDEMOS.

En Assekuransa buscamos brindarle el mejor respaldo en todo momento, y eso abarca también nuestros canales de comunicación, por eso ahora sumamos una nueva manera para estar en contacto las 24 horas, los 365 días del año.

Acceda al nuevo chat automático cuando lo desee, a través de nuestra web, WhatsApp, Facebook o simplemente escaneando el código QR.





"Esta es una comisión integrada por Sociedades de PAS y Organizadores que representa a casi 4.000 Productores de Seguros, es decir, más del 10% de los PAS activos del mercado"

MARIANO DE LUCA

aseguradoras que privilegian a los PAS. "Las aseguradoras deben vender al mismo costo que los brokers, y el valor agregado se lo da el asesoramiento que podemos ofrecer desde nuestro lado", opinó Guillermo Alonso, de Martínez Sosa y Cía. Para Hugo Yovino de Grupo Prima, "los bancos están saliendo de forma muy agresiva con costos diferenciales pero no pueden resolver el tema asesoramiento, la contención, la solución postventa, por lo que el rol del PAS o broker es fundamental en el mercado. Incluso las compañías que no trabajaban con Productores hoy los están incorporando, por ese mismo motivo: el acompañamiento".

"Respecto a los bancos que ejercen presión a sus clientes para la venta de seguros, me comentan que en España este mercado está mermando, ya que se ha generado mucha denuncia y juicios a los bancos por la mala venta y asesoramiento", agregó Hugo Tito de National Brokers.

Esto fue parte de lo conversado en una hora y media de reunión virtual, abierta y con todo tipo de tema planteado por todos los presentes.

- 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)
- Garantias para Agentes de Turismo IATA



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





COMISIONES DE TRABAJO

## Avanza la flamante Comisión de Diversidad e Inclusión Laboral

SEGUROS conversó con Marcela Paula Curi, coordinadora de la Comisión de Diversidad e Inclusión Laboral creada este año por AAPAS. Nos cuenta cómo nació la idea, qué diagnóstico hacen de la situación en materia de equidad de género, igualdad de oportunidades e inclusión laboral en el país y en el seguro en particular. También hablamos sobre las acciones que se llevarán a cabo desde la comisión y las expectativas a futuro.



¿Cómo nace la idea de crear una comisión de esta naturaleza en AAPAS?

—La comisión nace con el espíritu de tener un espacio que integre todas las miradas. La diversidad es entendida como el aporte de todos a la construcción de un ideal común. Luego de 22 años de recorrer esta hermosa profesión, me encontré con una AAPAS renovada y moderna, que es administrada por colegas de mi generación, y que tienen dentro de sus objetivos, lograr que la institución sea un espacio de puertas abiertas en donde todos podamos presentar nuestras ideas y ser escuchadas. Así, nació esta comisión, que es fruto de la lógica, necesidad y mirada actual.

—¿Qué diagnóstico haces respecto a la situación en materia de equidad de género, igualdad de oportunidades e inclusión laboral en nuestro país en general?

—En realidad, me gusta hablar de diversidad y no sólo específicamente de género. Creo que como país estamos enfrentando un gran cambio, las nuevas generaciones llevan consigo una inclusión natural sin importar género, etnia, religión o capacidades y nos están enseñando a poder mirar al otro con igualdad y sin discriminar.

"La comisión nace con el espíritu de tener un espacio que integre todas las miradas" −¿Y en el seguro en particular?

—En el seguro todavía al igual que en otras profesiones hay mucho por recorrer y madurar. Hoy escuchamos y vemos que cada vez más compañías y organizaciones crean políticas activas sobre la diversidad. No olvidemos que uno de los beneficios más importantes del "poder ser" como persona, logra que las empresas se vuelvan más sólidas, creativas e innovadoras.

-¿Crees que se tiene que trabajar en iniciativas conjuntas entre el sector público y privado?

—Sí, hay bastante que articular entre lo privado y lo público. Ambos deben estar alineados para evitar falsas expectativas y hacer más fácil la implantación de objetivos concretos.

Hoy incluso hay muchos aspectos regulados que ambos sectores todavía no cumplen por diversos motivos. Un ejemplo puede ser el tema de los cupos a personas con capacidades diferentes, y esto sucede aun existiendo beneficios impositivos para las empresas o entidades que los contratan.

La dirección debería ser la formulación de políticas activas concretas. Trabajar en diversidad debe ser constructivo y lógico. El camino, en mi opinión, es hacer acciones reales. Hay que discutir y evaluar cómo impulsar y generar medidas posibles, que excedan una simple u oportuna declaración de derechos.

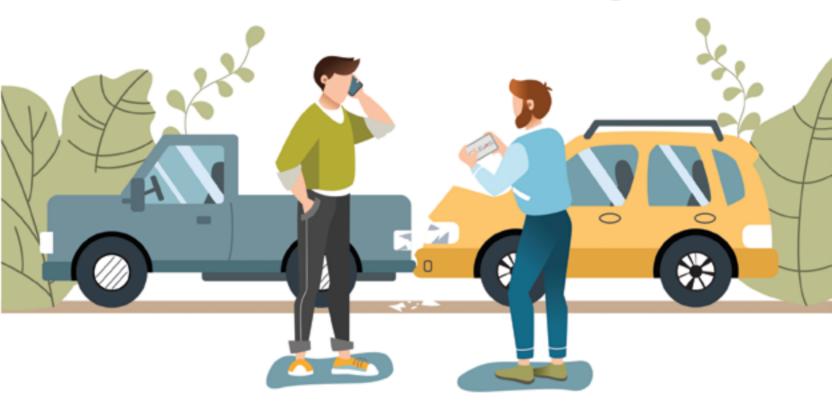
—Si bien es una comisión muy reciente, ¿qué es lo que han trabajo hasta ahora en AAPAS?

—En estos meses de trabajo hemos logrado conformar una comisión amplia con asociados de distintos perfiles y diversas miradas. Estamos diseñando un plan de trabajo de puertas hacia adentro y hacia afuera. Antes de concluir este año nuestro objetivo es que la Asociación se capacite internamente para que todos podamos hablar y entender las políticas con coherencia y respeto hacia nuestro mercado.

—Una vez alineada la Asociación respecto a su visión en la materia, ¿cuáles serán los próximos pasos de cara al mercado y a la sociedad?



## Con CLEAS en la póliza ¿Sabés cómo mejora la experiencia de tu cartera asegurada?



Si tu cliente tiene un siniestro, con CLEAS se simplifica el reclamo, aunque no sea responsable del mismo.

- √ Siempre es atendido por su aseguradora
- √ La resolución entre compañías se resuelve de manera ágil y segura
- √ Reparamos su vehículo
- √ Lo mantenemos informado de todo el proceso

CLEAS es un servicio que está incluido en todas las pólizas, sin costo adicional.

Las aseguradoras líderes adherimos porque cuidamos al asegurado con compromiso y transparencia.























—Nosotros hasta el momento hemos planteado 4 ejes temáticos para analizar temas concretos.

- **1.** Armado de beneficios para personas con diferentes capacidades.
- 2. Crecimiento de participación diversa.
- **3.** Estudio de productos que puedan ayudar a cubrir riesgos relacionados con la inclusión.
- **4.** Políticas sobre temas laborales e Integración dentro del mercado asegurador.
- —Finalmente, y en base a esos ejes, ¿cuáles son tus expectativas respecto al rol de esta comisión y a los avances de esta temática en el seno del mercado asegurador y la intermediación?
- —Nuestra expectativa como comisión es, por un lado, ayudar a la dirigencia actual

de AAPAS para que la institución se transforme en un vehículo y un canal que ayude a todos aquellos PAS sin distinción de género que necesiten una mirada como la que estamos impulsando. Por otro lado, y más a largo plazo, que las miradas sobre estos temas se naturalicen y que no requieran tantos esfuerzos de comisiones especiales.

En lo personal, mi expectativa es ser un medio para dejar un camino abierto, y sembrar las bases en la organización para que todos podamos sentirnos plenos sin ser rechazados por nuestras diferencias. Lo más valioso es que podamos celebrar la diversidad, como demostración de una sociedad madura y moderna.







#### NUESTROS PRODUCTOS

- Automotor
- Motovehículo
- Caución
- Combinado Familiar
- Transportes (Nacional)
- Cascos
- · Integral de Comercio
- · Resposabilidad Civil
- Robo
- · Seguro Técnico
- Cristales
- · Integral de Consorcio
- Transporte Público de Pasajeros



#### www.escudoseguros.com.ar

Corrientes 330, 4º Piso, CABA

escudo@escudoseguros.com.ar

0810 888 3728



Tu comunidad de seguros: www.universoescudo.com.ar



COMISIONES EN ACCIÓN

## La Comisión de Comunicación impulsa acciones para fortalecer la imagen del PAS

La renovada Comisión de Comunicación de AAPAS está trabajando fuertemente hace algunos meses con ambiciosos objetivos y la idea de llevar adelante la misión de la organización.

Comunicación es una comisión transversal a todas las demás que componen la estructura, y eso implica un enorme esfuerzo de comunicación interna, para que cada área tenga la asistencia de comunicación para dar a conocer sus actividades.

Arrancó con todo, generando acciones tendientes a fortalecer la imagen de los PAS y los beneficios de pertenecer a AAPAS, estableciendo una mejora en la oferta de contenidos que no sean meramente informativos, sino también relacionados con la capacitación, consejos, noticias de último momento, e incluso contenido más relacionado con el entretenimiento y la participación activa.

Asimismo, se trabajó en un concepto que expresara lo que siente la gente de AAPAS. Luego de detectar que uno de los factores comunes de todos los socios era el sentido de pertenencia, se lanzó el slogan "Orgullosos miembros de AAPAS" para comunicar cuando se lo hace a la comunidad, y así poder mostrar ese orgullo.

La apuesta fue darle un espacio al Productor, un lugar democrático en el que pueda expresar sus inquietudes, reclamos y sugerencias, pero desde una plataforma moderna y dinámica, que sea plafón para mostrarse e interactuar con sus colegas de forma horizontal. Por eso se creó "La voz del Productor", un formato audiovisual para redes sociales con gran repercusión en el mercado.

También, se relanzó el Newsletter mensual, un medio propio que vuelve a ser útil y relevante, que compila información y

"Orgullosos miembros de AAPAS"

ES EL NUEVO SLOGAN
DE LAS COMUNICACIONES
DE LA ASOCIACIÓN
A LA COMUNIDAD

"Tenemos mucho por hacer en materia de comunicación, para anticiparnos a los cambios, tal como venimos haciendo; eso nos va a permitir seguir estando a la vanguardia".

PABLO MILANO,

ASESOR EXTERNO EN COMUNICACIÓN DE AAPAS





PRODUCTOR ASESOR **DE SEGUROS** 

El auto me dejó



QUÉ TEMA, ¿NO? A menos que tengas un NUEVO SEGURO DE AUTOS que te mande una grúa al toque.



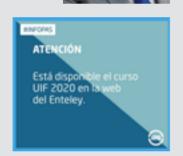




#### COMPARTIMOS ALGUNAS DE LAS PIEZAS GRÁFICAS REALIZADAS EN ESTE ÚLTIMO TIEMPO











"Estamos muy contentos con el equipo de trabajo que estamos formando, que nos permite generar ideas nuevas y aportar valor desde diferentes perspectivas".

#### ANABELLA CARPENITO,

JEFA DE MARKETING Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DE AAPAS

contenidos, los compacta en un mail para continuar un vínculo de comunicación con el asociado.

Rediseñamos por completo nuestras piezas gráficas, creamos infoPAS, una comunicación a socios con noticias que se destacan por su importancia para el Productor Asesor.

"CEOs en Casa" fue contundente en el inicio de la cuarentena, y se continuará en esa dirección. Esta acción principalmente impulsada mediante Instagram Live, nos permitió llevar a la casa de nuestra audiencia, opiniones de los referentes de compañías de seguros, y fue de enorme ayuda para los PAS en esa etapa de incertidumbre, en la que acercamos testimonios de estos líderes que llevaron aliento y una visión del mediano plazo que ayudó a tranquilizar al mercado.

La estrategia de la Comisión de Comunicación se basa en generar diferentes formatos adecuados a cada contenido para transmitir con éxito el trabajo que lleva adelante la Asociación. Además de trabajar para darle énfasis, de cara a la comunidad, a la labor de asesoramiento que realizan los Productores Asesores de Seguros, siendo los profesionales más capacitados en la comercialización de seguros.



# Un broker para crecer



### Seguinos en redes







ORGANIZACIÓN Grupo TMG Asesores de Seguros Florida 165 5° piso Of. 540 - Galería Güemes Edificio San Martín (1005) - CABA

Teléfono: 4331-6955 / 6951 - www.grupotmg.com.ar administracion@grupotmg.com.ar



CENTRO DE ALTOS ESTUDIOS DEL SEGURO (CAES)

# ARPAS 2020: los testimonios de los alumnos avalan el camino a la "Re-Evolución" profesional del PAS

Este año se viene llevando a cabo de forma exitosa la primera edición del programa de formación profesional en el Centro de Altos Estudios del Seguro (CAES) de AAPAS. En formato virtual a raíz de la pandemia, ARPAS 2020 (Análisis de Riesgos para Productores Asesores de Seguros) colmó todas las expectativas y está logrando que sus participantes adquieran nuevas capacidades profesionales para ayudarlos a reconvertirse de asesores en productos, a verdaderos analistas de riesgos, de emociones y de las necesidades de asegurabilidad de esta nueva era que nos toca transitar.

"El programa está superando los objetivos que habíamos trazado inicialmente, no solo en cantidad de alumnos, sino también en la recepción por parte de los alumnos colegas respecto de la propuesta de Re-Evolución profesional que propone el programa", destaca Daniel González Girardi, coordinador de la Comisión de Formación Profesional de AAPAS y coordinador académico del CAES.

FORMATO. Que se haya realizado en formato virtual ha tenido sus implicancias positivas. "La ventaja es que hemos podido generar un espacio de diálogo y reflexión, el cual teníamos previsto que ocurra luego de finalizado el programa, mediante la puesta en marcha de un espacio destinado para los ex alumnos. Pero dicho espacio empezó a funcionar naturalmente al finalizar las clases virtuales, y en algunas ocasiones los debates se han extendido hasta una hora después de finalizado el horario previsto", explica, remarcando que los alumnos han disfrutado mucho de poder participar de grupos de trabajo, en donde han podido resolver casos prácticos en conjunto. "Creemos que este modelo de formación vino para quedarse, aunque sabemos que complementarlo con una parte presencial "no obligatoria" le daría el marco ideal", avizora.

DIFERENCIAL. Gracias al ARPAS, los participantes le han perdido el miedo a la cuarta revolución industrial y a la transformación digital del mercado asegurador, y ese es uno de los objetivos primarios que tiene el programa. Según González Girardi, los alumnos "también valoran mucho el intercambio con colegas y con los profesores, la adopción de metodología, protocolos

de trabajo y *checklist*, lo cual en parte se debe a que el mercado carece de espacios para intercambiar conocimientos (*Think Tank*) y de una "Metodología de Trabajo" estandarizada, lo cual inquieta al Productor de Seguros, debido a que no tiene una forma segura de saber si el criterio que está aplicando es el correcto, dado que no existen pautas para medirlo".

ALUMNOS. "Desde un inicio habíamos decidido trabajar con un rango de alumnos que no superase los 40, y actualmente tenemos esa cantidad", explica. El requisito mínimo es que tengan una experiencia mínima de 3 años en líneas comerciales e industriales. En el caso de que no sean Productores de Seguros, los requisitos son los mismos, pero no acceden a la certificación profesional ARPAS.

En función de esos criterios, hoy hay un grupo de 40 alumnos, de diferentes edades, sexo y región del país, que están en plena cursada del ARPAS 2020. Todos tienen en común la inquietud de transitar el camino de la "Re-Evolución" profesional. En esta nota, compartimos los testimonios de algunos de ellos, con reflexiones más que interesantes.

### ÍNDICE DE PREGUNTAS

- 1. ¿Cómo estás viviendo la experiencia de Re-Evolución de PAS a Analista de Riesgos-PAS?
- 2. ¿Te sentís mejor preparado y motivado para enfrentar los desafíos de la "Cuarta Revolución Industrial"?
- **3.** ¿Qué herramientas son las que más valorás del programa?





**BECCANI, ALBERTO** 

- En cuanto a mi vivencia con esta nueva experiencia ha sido muy beneficiosa al introducirme en este nuevo nivel de PAS como analista de riesgo, ya que me ha aportado más conocimientos del que me hubiese imaginado. Realmente el cambio ha sido muy importante y estoy muy agradecido por esto.
- 2. Considero que después de todo lo que he aprendido en cada una de las clases, los aportes que han realizado los profesores como así también todos los que participamos en este curso, puedo decir que me siento muy seguro y confiado en llevar a cabo cualquier desafío que se presente.
- 3. Creo que todas las herramientas que se han utilizado a lo largo del curso han sido de gran aporte ya que desde la forma de comunicación utilizada por medio de audio, Zoom, PowerPoint, como así también cada tarea enviada y las consultas fuera y dentro de las clases que nos han sido contestadas a la brevedad, lo mismo en forma personal, nos ha motivado a seguir creciendo en esta profesión.



CAEIRO. JUAN JOSÉ

1. Siento cómo me sumerjo en un nivel de conocimiento, multiáreas, de alto nivel.

- Me siento crecer y que lo que aprendí sobre seguros estos últimos añitos (33) es poco, insuficiente, y que hacer el esfuerzo de aprender y reaprender me amplía el panorama hacia el futuro.
- 2 . Absolutamente. El conocimiento es una parte, la motivación es otra, pero lo más importante que se comienza a notar es la red de contactos y consultas de profesionales del más alto nivel que suben notoriamente mi capacidad de respuesta y creo que esto, si lo manejamos bien, es una espiral ascendente sin límite.
- 3 . Por ahora creo que va a ser muy útil tener información resumida y acotada en un checklist a la hora de evaluar un riesgo; para lo cual nunca tenemos el tiempo ni la cantidad de información suficiente, y esto mejorará nuestra visión y calidad de preguntas. La otra es ampliar la red de contactos para poder hacer preguntas específicas a una persona especialista; esto mejora nuestro nivel de conversación interna y externa, dándole una vuelta de rosca a nuestra capacidad de análisis y resolución de temas de suscripción o siniestros.



CIANCI, MARIANO

1. Desde hace algunos años realizo capacitaciones en seguros de Ingeniería que me han formado significativamente. Pero el cursado de esta especialización me está ayudando a realizar un abordaje más global, no desde las coberturas en sí mismas, sino desde los riesgos inherentes a una actividad o profesión. Estoy aprendiendo a formular mejores preguntas que permitan a los clientes tomar conciencia por sí mismos de cuáles escenarios pudieran representar desviaciones significativas en

"El cursado de esta especialización me está ayudando a realizar un abordaje más global, no desde las coberturas en sí mismas, sino desde los riesgos inherentes a una actividad o profesión".

**MARIANO CIANCI** 

- sus operaciones o proyectos y, entonces, realizar una transferencia de riesgos posibles, más acertada, a las aseguradoras.
- 2. Creo que el cursado de esta capacitación se ha dado en un año muy particular. Con muchas incertidumbres y cambios vertiginosos. Uno se motiva y se desmotiva al mismo tiempo. Cuando la ola sube, allí sobre la cresta parece que alcanzamos a divisar algún horizonte, pero cuando se desciende en el oleaje nuevamente, a veces, no se divisa ninguna otra cosa más que olas amenazantes. Aun así, mi interés es ser un profesional altamente confiable y una referencia en seguros, para aquellos que me brinden la oportunidad y confianza de gestionar sus coberturas, sea cual sea la tormenta que se presente. Las herramientas que sigo incorporando me brindan estabilidad y fortaleza.
- 3 . Material de consulta muy valioso donde confluyen la experiencia y conocimiento de personas muy profesionales de la actividad aseguradora. Aprender a leer mejor los informes de las inspecciones. Saber dónde obtener referencias de lo que puede representar una invalidez o pérdida de vida. Cómo elaborar una matriz de riesgo para daños materiales y para la cobertura de Responsabilidad Civil. Aprender a calcular mejor la magnitud de los daños directos e indirectos de un

evento siniestral ante distintos eventos probables o posibles. Comprender mejor los adicionales de un TRO y su importancia. Como anécdota aprendí, por primera vez, ¡qué era la bendita combustión espontánea!

#### EIBUSZYC, DAVID



- 1. Más allá del inconveniente de tener que telecursar, el programa me parece muy completo, supera mis expectativas de antes del comienzo del curso.
- 2. Si bien muchas de las herramientas técnicas que desarrollan las tenía en mi haber, el curso me está ampliando los conocimientos de una forma más organizada, lo que me facilita el análisis. Yo no trabajo con clientes directos, asesoro a los PAS que trabajan a través de nuestra Organización y, justamente, a partir del curso me resulta más fácil guiar a los PAS sobre los puntos críticos del programa de seguros de sus clientes.
- 3. La integración de los distintos actores en la conformación de un plan de seguros (Cliente PAS Inspector Suscriptor) en un proceso previo a la presentación de lo cotizado. Vale decir, un paso a paso, con la participación activa de cada uno.
  - FAJÍN, ROBERTO

 Esta hermosa experiencia la transité, en primer lugar, con miedo por salir de mi espacio de confort. Continuó con la curiosidad ante el horizonte que se vislum-

- bra a lo largo de las clases. Y hoy, con la incorporación de nuevos conocimientos, comenzando a darle mayor valor agregado a la vinculación con mis clientes, para ofrecerles coberturas superadoras a las que poseen. En definitiva, como dice el slogan del curso, hacer mejores preguntas para diseñar mejores respuestas y construir un mundo de negocios más confiable para nuestros clientes.
- 2. Los cambios de hábitos en el consumidor deben ser considerados como un riesgo estratégico. El objeto de la venta consultiva, que es uno de los puntos que estamos desarrollando en el curso, nos permite alejarnos de la venta de productos para pasar al concepto de venta de soluciones. Todo esto te lleva, en definitiva, a transformarnos en Analistas de Riesgos y emociones asegurables. Y la base fundamental en la venta consultiva es la creación de un mapa de riesgo que le dé valor a nuestro trabajo.
- 3 .Lo más valorado es el nivel de los profesionales que nos comparten sus conocimientos. Tener conocimientos sobre Ingeniería de riesgos, sobre las fuentes de derecho que generan riesgos o gestión de riesgos del comportamiento y Neurociencia son herramientas muy potentes para tener un futuro promisorio en esta profesión.



#### FERNÁNDEZ, CHRISTIAN

 Estoy viviendo con mucho entusiasmo este programa, cada encuentro es una fuente de inspiración y conocimiento que robustece mi actividad profesional. Partiendo del conocimiento y profesionalismo de cada uno de los especialistas que llevan adelante cada clase, hasta el aporte y

- experiencia de cada uno de nuestros colegas, todo esto conforma que cada minuto invertido en estar conectado valga la pena.
- 2. Sin dudas, todas las herramientas que voy adquiriendo en el curso me van llenando de confianza para afrontar los desafíos diarios. Después de cada encuentro siento gran motivación de poner en práctica los conocimientos adquiridos, pero lo más impresionante de eso es que no son charlas motivacionales, sino que la motivación surge a partir de los conocimientos y experiencias vividas.
- 3. Las herramientas más valoradas son aquellas que me permiten organizar el conocimiento y me dan un procedimiento, un proceso para ponerlos en práctica. Realmente, el programa ya ha superado mis expectativas; he ingresado al mismo sintiéndome un profesional en lo que hago y amo, pero, sin lugar a dudas, terminaré el programa siendo un profesional definitivamente distinto.



 Si bien hoy soy Productora y estoy dentro de un broker, he tenido la posibilidad de estar varios años del otro lado del escritorio. Hace años que pude ver la falencia en los PAS sobre los riesgos que querían asegurar, traían el negocio, la mayoría ni siquiera había visto el riesgo ni tenía en claro el riesgo que solicitaba ni lo que necesitaba el cliente. Hasta solían molestarse cuando le indicábamos las limitaciones o mejoras a cumplir para poder asegurar muchos riesgos. La importancia hoy de presentar un pedido de cotización de un riesgo que se entiende y se conoce hace realmente a una





> Redes Sociales

#### ¡También cubrimos las redes!

#### Seguínos en:



**HDI Seguros Argentina** 



@HDISeguros



HDI Seguros Argentina

#### > Nuestros Canales Digitales 24/7



Sitio Corporativo www.hdi.com.ar



Portal de Autogestión Productores Portal de Autogestión Asegurados



Chat Bot via Whatsapp +54 9 11 3096 2743



Sistema de Inspección de Automóviles y Embarcaciones de Placer



Aplicativo para consulta Asegurados Autos





Para atención personalizada comunicarse de lunes a viernes de 10 a 13hs y de 14 a 17hs al 5300-3334 (línea de atención exclusiva PAS). Fuera de ese horario comunicarse al 0-800-444-4587.

# SEGURO, ESTÁS MEJOR.

#### > Nuestras Protecciones





📤 Bolso Protegido









función de verdadero asesor, porque sabemos bien qué necesitamos para cubrir bien un riesgo, estamos preparados para entregar un pedido de cotización a la aseguradora y poder mejorar lo que posiblemente tenga el cliente y, más aún, de mantener nuestra postura frente a un suscriptor que, a veces, no se anima con determinadas sumas o coberturas, y a defender puntos de mejoras de las inspecciones que a veces resultan verdaderas utopías. Todo esto nos muestra que ya nos vamos transformando en analistas de riesgos.

- 2. Hace años escucho a los colegas preocupados por el avance del canal digital y, si bien es innegable que existe un rango de asegurados que por su perfil tecnológico creen poder contratar sin riesgos a través de plataformas digitales y no van a necesitar más a las personas que los atienda, es una situación que no hay que subestimar y siempre debemos conocer las últimas novedades. Pero nosotros hoy somos profesionales a los que nos confían proteger el patrimonio de las personas y no nos podemos equivocar. Nuestros asegurados saben que estamos ahí, que siempre tendrán su credencial o póliza actualizada, conociendo las alternativas de contacto en caso de urgencia. La tecnología es fantástica y no le debemos tener miedo, de hecho, nos permitió seguir trabajando o estudiando en medio de esta pandemia, y esta situación de crisis nos enseñó a establecer vínculos más sólidos con muchos de nuestros clientes. No solo para no perderlos, sino para intentar no dejarlos desprotegidos, porque esa es, en parte, nuestra función, que se sientan seguros y tengan una mínima cobertura que ante un siniestro no les quitará más de lo que muchos perdieron con la pandemia.
- 3. Me parece muy positivo que seamos un grupo al que le interesa mejorar. Aunque somos de distintas generaciones estamos todos preocupados por las falencias de las aseguradoras y la continua delegación de funciones hacia nosotros, pero todo nos hace ser mejores y eso hace que nuestra profesión, en un futuro, se vea con más prestigio. Estos últimos años he vivido la

importancia de recorrer los lugares que quieren asegurar y la satisfacción que los clientes sienten en que conozcamos sus instalaciones, algo que ha sido un tema recurrente en este curso, que los Productores se animen a visitar los riesgos, que tomen nota, saquen fotos, hagan su análisis es muy positivo. Con el tiempo se pierde el miedo, lo hacemos muy natural y comenzamos a preguntar sobre temas que ni nos imaginamos se nos iban a ocurrir. Lo que más me interesa es poder ver coberturas complejas y salir de las coberturas tradicionales, lo cual nos permite crecer no solo en conocimientos, sino que podemos ampliar nuestra búsqueda hacia otros clientes. Lo importante del curso es lograr ser más confiables y profesionales, y creo vamos bien. 🕳



#### FIORETTI, LEANDRO

- 1. Lo estoy viviendo como un gran desafío ya que considero que todo PAS debe transitar esta "Re-Evolución" porque va a ser necesario en el mercado futuro contar con esta profesionalización para facilitar y optimizar la experiencia en la contratación de seguros. Esta evolución hace que uno pueda tener una mayor amplitud de coberturas, sus alcances y beneficios, para trasladar a una cotización técnica y diagramada específicamente para la necesidad del asegurado.
- 2.Sí. La "cuarta revolución industrial" nos va a exigir que mantengamos nuestro servicio actual, pero optimizando tiempos y formas. Este programa permite que uno, al transformarse en Analista de Riesgos-PAS, pueda preparar una presentación de producto sencilla y técnica, en función de los datos recibidos y de

"La simplicidad y claridad con la cual se abordan los temas más complejos hace que el programa sea dinámico, pero a la vez nos aporta experiencia por la calidad de los docentes".

#### **LEANDRO FIORETTI**

nuestro análisis previo; siempre enfocándonos en el correcto análisis del riesgo y en la necesidad del cliente.

3. Los invitados-docentes creo que es lo que más valoro del programa, ya que hemos tenido expositores que nos muestran, desde diferentes perspectivas, las distintas coberturas y sus alcances. La simplicidad y claridad con la cual se abordan los temas más complejos hace que el programa sea dinámico, pero a la vez nos aporta experiencia por la calidad de los docentes; de los casos que nos presentan, de las coberturas involucradas y de las matrices de riesgo que debemos adoptar a partir de que las conocemos como profesionales que somos.



1. Es una experiencia transformadora. Decidí inscribirme al programa ya que sentía la falta de una verdadera formación en Property & Casualty, que considero







# 115 Años GRACIAS!

A todos los que nos eligen cada día para crecer con nosotros.



son unos de los mercados que requieren una mayor formación profesional y en los cuales el PAS se puede destacar. El programa está superando mis expectativas ya que está orientado a pensar la profesión y el asesoramiento del PAS desde otra perspectiva, dotando al Productor de nuevas herramientas para que pueda brindarle al cliente una experiencia de compra diferencial, como también las técnicas y un protocolo para que el PAS pueda realizar un adecuado y muy profesional análisis de riesgo sin descuidar su función comercial.

- 2.Sí, como Productor joven, crecí y me estuve desarrollando en una economía digital. En el futuro que se avecina cada vez se van a automatizar más las tareas y procesos que generan poco valor al cliente. El programa está, justamente, pensado para que el PAS pueda desarrollar las habilidades que generan más valor y que son muy difícilmente automatizables, como puede ser el análisis de riesgos y el conocimiento profundo de la parte técnica del seguro, así como también el manejo de las emociones del cliente.
- 3. Las herramientas que más valoro son las relacionadas con la realización del protocolo que tiene que llevar el PAS para un adecuado análisis de riesgo. Como, por ejemplo, la matriz para identificar el riesgo en RC, el mapa de riesgos, los *checklist*, entre otros.



1. Es una experiencia muy positiva, vine a buscar una visión innovadora de

cómo afrontar el análisis de riesgo y está superando mis expectativas. La información sobre productos, coberturas, contabilidad, marketing está en muchos libros, lo que encontré acá es la manera de procesar toda esta información para poder brindar un servicio profesional de plan de seguro y gestionar las emociones del cliente. Siento que estoy en el lugar indicado. El profesorado especializado con experiencia laboral y profesional, las etapas bien definidas y el contenido práctico genera una experiencia muy positiva y de gran cambio en nuestra profesión.

- 2.Si, es muy importante reflexionar sobre cómo la tecnología y los hábitos de consumo van a influir en el desarrollo de nuestra profesión. Entiendo que la tecnología nos brinda oportunidades de crecimiento, nos permite automatizar tareas repetitivas que le dan poco valor al cliente, y concentrarnos en desarrollar elementos de diferenciación y profesionalización. Siento que el curso y los contenidos vistos están ampliando mi visión de cómo brindar un servicio más profesional. Es fundamental comprender el vínculo entre las emociones de los clientes y la percepción del riesgo, nos va a permitir estar preparados para enfrentar con un valor diferencial estos nuevos desafíos. La empatía y la creatividad son habilidades que no son capaces de imitar por una máquina y nos van a permitir gestionar las emociones del cliente para lograr una experiencia diferencial en la protección de lo que más quiere.
- 3. Comenzando con los análisis del informe de inspección, los mapas de riesgos, el desarrollo del *checklist*, para finalmente poder realizar un programa de seguro a medida de cada perfil de cliente. Me encantan estas herramientas, y la metodología de análisis bien definida que me permite asimilar las características específicas de cada riesgo, logrando disminuir el margen de error y olvido.



- 1 . Estoy muy contenta de haberme sumado a esta experiencia. Me siento muy cómoda con colegas que, además de los profesores, aportan mucha experiencia valiosa. El poder escuchar a los profesores -que son todos excelentes- hace que todo lo que pasa, desde lo teórico hasta lo anecdótico, sea de gran utilidad.
- 2.Sí, mucho más preparada, con un nuevo enfoque. Sobre todo, me parece que abre mi manera de encarar el trabajo.
- 3 .El poder ordenar las ideas, desarrollar un método para el momento de armar un Plan de Seguros para un posible cliente es algo con lo que no contaba. Además, la posibilidad de conocer e interiorizarnos en un enfoque más moderno, más amplio para relacionarnos y asesorar a nuestros clientes.



1. Me parece una experiencia innovadora, interesante, distinta. Nos permite reflexionar sobre la revalorización de nuestra profesión a través de la adquisición de





Las **soluciones digitales** de La Segunda, que te hacen todo más fácil, seguro.



#QuedateEnCasa

LO PRIMERO SOS V®S

App Store

- conocimientos actualizados, para tener herramientas ante los nuevos desafíos que se presentan.
- 2. Teniendo en cuenta los cambios de paradigmas de la revolución 4.0, la revolución de las emociones de la que hablamos en el curso, creo que todos los que participamos estamos muy motivados y, a medida que avanza el curso, mejor preparados para el asesoramiento y la venta consultiva basada en las emociones, con apoyo en el conocimiento.
- 3. Creo que todas las herramientas utilizadas en el curso son muy útiles, pero valoro especialmente el intercambio de experiencias y el debate sobre los temas abordados, ya que resulta muy enriquecedor y espero se mantenga en el futuro posterior al curso, presencialmente y en modo digital.



- 1. Sinceramente, el curso ha superado ampliamente mis expectativas, me siento muy bien con los contenidos del curso y los profesores que lo dictan. Sé que es un camino difícil y largo por recorrer. Vengo adquiriendo nuevos conocimientos y aplicándolos a mi trabajo diario.
- 2. Si bien por mi corta experiencia no trabajo con cuentas de gran envergadura, sé que este curso me va a servir a la hora de que me toque la oportunidad. Motivación sobra.
- 3. Las herramientas que más me sirven son los checklist de las distintas coberturas, la definición de cada una de ellas y las experiencias que viven los colegas que son expuestas en el curso.



- **MOLEA, LUCA**
- 1. La experiencia ARPAS es gratificante desde el punto de vista técnico del seguro. ¡La oportunidad de poder presenciar clases con diversos invitados especializados en diferentes ramos del rubro es única! Se aprende mucho, y me parece perfecto capacitar a la gran mayoría de Productores que necesitan ese fundamento técnico que últimamente venía haciendo falta. Como Técnico en Seguros, puedo dar fe que la experiencia ARPAS capacita de manera alineada con las materias que se ven en el terciario del I.F.T.S.1, dejando a este curso con un nivel de conocimientos brindados, más que suficiente.
- 2. Sin dudas, los repasos de los fundamentos técnicos del rubro siempre vienen muy bien. Esto, sumado a la preparación que el curso ofrece respecto a la digitalización del PAS, decanta en brindar una herramienta infalible para dejar al Productor Asesor de Seguros bien parado en el futuro inmediato.

"A medida que avanza el curso, mejor preparados para el asesoramiento y la venta consultiva basada en las emociones, con apoyo en el conocimiento.".

JUAN PABLO LÓPEZ

3. Debido a la situación actual que estamos atravesando, el rumbo de la experiencia ARPAS se vio obligado a cambiar, brindando la enseñanza a través de videoconferencias. A pesar de esto, es destacable la cooperación de todos los participantes y profesores, y se puede notar, a simple vista, las ansias que todos tienen por aprender. La herramienta que más se valora es esta; la posibilidad de compartir y recopilar experiencias de diversos Productores -de diferentes zonas del paíscomo, también así, de todos los profesores e invitados especiales. Es esto, sin dudas, lo que añade un valor humano agregado al curso, que es excepcional.



1. Con mucho entusiasmo, cada clase es una experiencia en sí misma. Es admirable la calidad de los profesionales que hasta ahora han pasado por cada tema del programa y también el clima que se generó entre los compañeros. Todos buscamos crecer como profesionales, pero también entendemos que estamos en el mismo barco y tenemos que apoyarnos para que nuestra profesión siga creciendo y se valore cada vez más. El curso ha superado mis expectativas. Hace algunos años que estaba buscando hacer algo que apunte al análisis de riesgos para poder aplicarlo a mi profesión, pero lo poco que encontré eran programas a distancia, en Institutos o Universidades de afuera, que abarcaban demasiado y no me daban la seguridad respecto a la posibilidad de aplicar esas herramientas, sobre todo, por los tiempos que manejamos en el día a día. El hecho de que el curso haya sido concebido por



# La transformación es nuestro objetivo...

# El producto es Orange Time

Somos actitud que transforma.



- y para Productores Asesores de Seguros me parece fundamental, porque desde un comienzo se entendió lo que necesitamos y se trabajó sobre ello. Y todo esto me ha abierto las puertas a un mundo nuevo, que me transforma en protagonista.
- 2. Sin dudas, las herramientas que se obtienen del programa son muy aplicables a estos desafíos. No solamente se adquieren conocimientos técnicos, se va más allá y considero que ahí está la clave. El hecho de tomar estos conocimientos técnicos, bajarlos a tierra y compartirlos con el asegurable de manera simple, nos lleva a hablar el mismo idioma, pudiendo empatizar con él y llegarle desde el lado emocional. Esto no solo es importante para la venta, sino más aún para fidelizar al cliente y poder trabajar juntos en el largo plazo.
- 3. Es difícil poder hablar de una o varias herramientas de forma aislada o hacer un podio de estas. Creo que cada herramienta se complementa con otra y es muy importante en cada etapa de la confección y seguimiento del programa de seguros. Entonces, creo que lo más destacable es que mediante este conjunto de herramientas se elimina, o busca eliminar, el margen de error. Esto hace posible que sea no sólo seguro, sino necesario contratar una o varias pólizas de seguro. Encuentro muy importante las herramientas de negociación con la compañía para adaptar las coberturas a las necesidades del cliente y la identificación integral de los riesgos del asegurable para su posterior seguimiento y mejora del programa de seguros.

"Suma mucho conocimiento específico y argumentos a la hora de hablar con nuestros asegurados".

**MIRKO PORPORATO** 



- Imaginaba que iba a ser buena, pero no tan buena. La calidad del coordinador, de los académicos y del programa del curso, en sí, hacen que uno pueda incorporar, reforzar y afianzar conceptos, independientemente de haber transitado muchos años en el mercado asegurador.
- 2.Sin lugar a dudas. La interacción con los académicos y los colegas participantes hace que uno realice un ejercicio mucho más exigente con respecto a los análisis de riesgos y formas de mirarlos. Para lograrlo, hemos aprendido a generar un protocolo, que consta de preguntas, y un checklist, previo a las reuniones con el cliente, el cual también será muy útil para brindarle a las aseguradoras o reaseguradoras y lograr una muy buena construcción de póliza o programa de seguros. Para ello, entendimos que, en muchos casos, es importante contar con el asesoramiento externo de estudios o profesionales especializados en análisis de riesgos y liquidación de siniestros.
- 3 .Son muchos, pero resaltaré algunos que me parecen muy importantes.
  La interacción directa y continua con el coordinador del programa quien, además, está abierto a escuchar propuestas, comentarios y también críticas. Lo logrado a través de la plataforma digital como consecuencia de la pandemia. La interacción activa con los académicos en cada una de las clases y también entre los que somos alumnos, ya que cada uno plantea situaciones y ejemplos sobre los temas tratados, sumando así su experiencia a los demás participantes.

Poder transmitir emociones, aun con el formato digital que, de no existir la pandemia, haría de esto una experiencia mucho más enriquecedora. El material y los temas abordados en el programa, que data desde dónde venimos, dónde estamos actualmente y nos hace visualizar y nos prepara mostrándonos hacia dónde vamos. Que el programa este avalado por AAPAS es otra fortaleza importante.

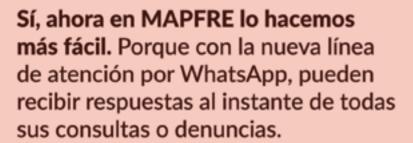


- 1. Respecto de mi experiencia, considero que es muy especial para mí. Mi ubicación geográfica no es muy favorable, entendiendo que el curso está destinado al asesoramiento de Grandes Riesgos. Soy de un pueblo de 2000 habitantes y mi agencia es pequeña. Dudé mucho en decidirme, por miedo a que todo esto "me quede grande". Hoy con todo gusto puedo decir que no fue así, me he sentido muy cómodo, muy respetado en un grupo donde todos aportamos desde nuestro lugar con el objeto de aprender de cada uno. Respecto de los disertantes, profesionales de excelencia que realmente lo hacen con mucha claridad y altura, a tal punto que en cada clase que termina digo "fue la más interesante del curso"...
- 2. ARPAS tiene la particularidad de ampliar mucho la visión sobre riesgos y seguros, incrementa holgadamente nuestro abanico de conocimientos, permitiéndonos obtener datos o particularidades que antes, probablemente, se me pasaban por alto. Permite escuchar a los asegurables y de ahí "realizar mejores preguntas para obtener mejores respuestas". No solo hablando











## (C) +54 911 2332 0911

MAPFRE, la aseguradora global de confianza, cada vez más cerca.









- de Grandes Riesgos, es mucho lo que se derrama de conocimiento para medianos y pequeños clientes. Suma mucho conocimiento específico y argumentos a la hora de hablar con nuestros asegurados. Por todo esto, está claro que me siento mucho más preparado para enfrentar los desafíos de la "Cuarta Revolución Industrial" y la motivación es una característica que las personas no debemos perder.
- 3. El programa nos deja implícitamente muchas herramientas, las que pueden adecuarse a cada necesidad, y según lo requiera la ocasión ante un asegurable. Por ejemplo, es mucho más seguro tener un checklist de puntos importantes y a revisar, al visitar una empresa, otro para la rama de responsabilidad civil, como también algo muy simple, pero a su vez muy demostrativo como es el "mapa de calor", entre otras cosas. Personalmente, durante esta pandemia y con la imposibilidad de moverse, por parte de la gente de mi compañía, tuve la oportunidad, mientras cursaba el programa ARPAS, de realizar un informe utilizando las herramientas que pude recabar este tiempo que fueron de mucha utilidad y que facilitaron la cotización del riesgo por parte de la compañía, cosa que, de no contar con las mismas, hubiese tenido que desestimarme de la cotización.



- 1 .Al principio costó un poco acostumbrarse, al ser a distancia. Pero ahora, la verdad es que este formato me quedó bárbaro.
- 2. El curso lo veo como una posibilidad de incorporarlo como una gran herramienta a la hora de poder capacitar y potenciar

- a los PAS que no están tan duchos en el tema o que le temen a este tipo de riesgos.
- 3. Lo explico con un ejemplo real. Durante la cursada, en mi trabajo tuve que defender una renovación de TRO de un PAS nuestro. Al sentarme a analizar la otra propuesta que le habían hecho al asegurado, me sentí cómodo, cosa que no me pasaba con este tipo de riesgos, y pudimos detectar que estaban cotizando con cualquier sublímite. Nada que ver a lo que teníamos armado y, además, pude retocar sumas en la renovación, que al ser consensuada con el asegurado, lo vio en forma positiva. Es más, nos destacó esto.



1.En primer lugar, cabe destacar que la propuesta de esta capacitación es realmente un hito para nuestra actividad, una puerta al futuro, una mirada anticipada a lo que se viene. Nos enseña una manera de integrarnos a un futuro no muy lejano, dándonos tiempo para planificar y brindándonos herramientas para comunicarnos de forma menos "siniestra" y más empática. También constituye un desafío personal, que trasciende años de experiencia, permitiendo tener un pensamiento crítico y así crecer intelectualmente; cuestionar nuestros hábitos y mejorarlos; reflexionar sobre nuestras limitaciones y miedos; y poder analizar también las de nuestros asegurables. Nos capacita en estrategias, empatía, y un nuevo poder de análisis del riesgo desde una perspectiva psicológica. Es un lugar donde los Productores nos hacemos fuertes, escuchándonos y apoyándonos. Este cálido ambiente creado por AAPAS propone, invitando a los más distinguidos

- profesionales del mundo asegurador, compartir su mirada, opiniones, preocupaciones y también algunos "secretos" del mercado. *Risk Managers* o Ingenieros de Riesgos, Liquidadores y Peritos, todos ellos mancomunados con la mira de fortalecernos profesionalmente. No hace falta resaltar el *expertise* de cada uno de los integrantes del curso, pero sí les cuento orgullosamente que su vocación por enseñarnos es inmensa e intensa, generada por el amor que tienen por nuestra actividad.
- 2. Objetivamente, el curso apunta hacia el futuro y, como tal, te da la ventaja para prepararte a transitar los cambios en los gustos y necesidades de esta nueva generación de asegurables. Una verdadera oportunidad. Es una inyección de motivación extraordinaria. Permite reconectarse con los clientes, fortalecer la comunicación y acercarse más a ellos. Asimismo, romper con el estoico paradigma de vendernos únicamente con el slogan: "...los PAS te contestamos a las 3 am."; "trabajamos 24hs para vos..."; para agregar un importantísimo valor agregado que es que AAPAS te reconvierte en un analista de riesgos y eso no es poco para los tiempos por venir.
- 3 .De comunicación: técnicas, gramaticales e intuitivas (sensoriales), principalmente, la propuesta hacia los "nuevos" asegurables (millennials y centennials). Las experiencias de los Productores Asesores en Seguros, de los Ingenieros de Riesgos, de los Liquidadores y Peritos. Sumar a la conciencia del riesgo un abordaje humanitario. Diseño de coberturas. Un nuevo canal de información globalizada.

"Una gran herramienta a la hora de poder capacitar y potenciar a los PAS".

NICOLÁS PREGNO



# NUESTRA ACTIVIDAD CAMBIÓ. NOSOTROS CAMBIAMOS HACE RATO

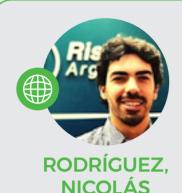
Desarrollamos todas las herramientas para hacer del trabajo del productor una tarea más dinámica, ágil y moderna. Lo venimos haciendo hace años, por eso, hoy estamos preparados para lo que viene.

Acercate a MGP Broker. El Broker que hacía falta.









- Es una excelente experiencia y es realmente interesante lo que se desarrolla en cada clase, adquiriendo mayor conocimiento para poder realizar una gestión de riesgo integral junto a nuestros clientes.
- 2. Sin dudas, creo que los conocimientos y las herramientas que brinda el curso nos preparan para los nuevos desafíos no solo de la industria 4.0, sino del mercado de seguros en general.
- 3 .El conocimiento de los expertos que brindan las distintas clases es lo que más valoro. La dinámica de las clases en donde los colegas pueden compartir sus experiencias y sumar entre todos los conocimientos prácticos y vivenciales es también un gran valor agregado del curso.

"Es muy importante que la iniciativa de esta propuesta venga de AAPAS, intérpretes de la real necesidad de los Productores, jerarquizando nuestra actividad a través del conocimiento".

**LILIANA RUSSO** 



#### **RUSSO, LILIANA**

- Estoy transitando esta experiencia con alegría, orgullo y tratando de estar a la altura del nivel de exigencia que nos propone este desafío. Es muy importante que la iniciativa de esta propuesta venga de AAPAS, intérpretes de la real necesidad de los Productores, jerarquizando nuestra actividad a través del conocimiento. Estamos ante un consumidor mucho más informado y exigente. Convertirnos en verdaderos Analista de Riesgos le dará un valor agregado a nuestra profesión en beneficio de todas sus partes. Clientes, Productores y compañías.
- 2. Absolutamente mejor preparada para lo que viene y también para lo que ya está. Esta incorporación de mayor conocimiento nos permite revisar cada uno de los contratos vigentes de nuestros clientes con una mirada más objetiva y poder recomendar los ajustes necesarios. Como consecuencia, esto se traduce en más y mejores ventas.
- 3.Lo que valoro mucho es la profundidad con que se trata cada tema. La diversidad de los mismos. El método para poder identificar mejor la necesidad del cliente, estudiando sobre casos y hechos concretos. El trabajo con casos reales, Mapas de Riesgo y necesidad. Checklist (muy útiles), los Diagramas de Gestión, etc. El nivel profesional de los docentes, su actitud y experiencia. La predisposición permanente de ayuda por parte del coordinador, aportando, en forma constante, material de estudio adicional para profundizar más los conocimientos. La sinergia que se produce con los colegas.

#### SALERNO, DANIELA



- 1. Asistí a la presentación del curso en la sede central de AAPAS, y me había resultado muy interesante la propuesta. Mi miedo al empezar el curso era que al ser novel quizá no podría aplicar lo aprendido, pero con el tiempo me di cuenta que estaba equivocada. Estoy sumamente conforme ya que, además, me enriquezco con experiencias de colegas que tienen años en el rubro y con profesionales enamorados de su profesión. Es un aporte constante de valor. ARPAS tiene un plantel de lujo.
- 2. Me siento totalmente mejor preparada, ya que lo que estoy aprendiendo es a realizarme las preguntas correctas para poder brindar un asesoramiento distinto y mejor. Es una herramienta fundamental la que este curso brinda.
- 3. Valoro la buena predisposición a la hora de aclarar dudas y los espacios que tenemos para intercambiar experiencias sobre los temas del día, al finalizar la clase.



- Entendiendo la necesidad de incorporar hábitos que, de ahora en adelante, me ayuden a hacer mejores preguntas para obtener mejores respuestas. Tanto de clientes actuales y futuros.
- 2 .Veo a los desafíos de la nueva realidad con grandes posibilidades de desarrollar la actividad en todo el país sin traslados físi-



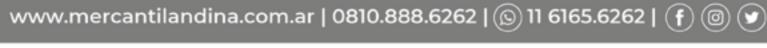




- **✓** Cotizá al instante.
- **√**Consultá estados de póliza.
- √ Compartí con tus clientes cupones de pago y certificados de cobertura.
- Recibí notificaciones de pagos de siniestros, emisión y vencimiento de pólizas. ✓ Comunicate con tus asegurados.















- cos y ampliando el desarrollo de la faz de asesoramiento a través de redes sociales.
- 3 .Del programa valoro mucho los materiales de clases, el análisis de los casos y el aporte de los profesionales participantes.



 Me parece una experiencia innovadora, interesante, distinta. Nos permite reflexionar sobre la revalorización de nuestra profesión, a través de

- la adquisición de conocimientos actualizados, para tener herramientas ante los nuevos desafíos que se presentan.
- 2. Para poder interpretar las necesidades del cliente y lograr un posterior diseño de un programa de diseño a medida, considero indispensable este programa de formación profesional.
- 3 .El conjunto de los aspectos básicos, de las disciplinas complementarias para diseñar un programa de seguros a medida. Las considero importantes a todas, pero resalto la aplicación directa de las mismas con ejemplos prácticos y concretos en la rama de seguros.

#### VIEIRA, DANIEL





- Es una evolución de la mente. Se aprende a ser más analítico y comprender mejor las cosas sabidas.
- 2. El curso me está motivando. Esto hace que busque artículos sobre el tema, los lea y hasta pueda ponerlos a disposición del curso.
- 3. Los contenidos que tienen análisis hacen que desarrolle el pensamiento analítico.

"Es una excelente experiencia y es realmente interesante lo que se desarrolla en cada clase".

NICOLÁS RODRÍGUEZ

#### **ARPAS EDICIÓN 2021**

El programa del año entrante arrancará en marzo de 2021, se dictarán en un 80% por Zoom y en un 20% en forma presencial optativa. "Respecto de la experiencia hecha durante este año, vamos a incrementar en un 50% la carga horaria del programa, aunque la temática será igual que la del corriente año. Las expectativas son muy buenas, ya que desde el mes de agosto ya estamos recibiendo una enorme cantidad de consultas respecto del programa del año que viene", revela González Girardi.

Las reservas 2021 ya están abiertas y el inicio de inscripción (cupos limitados) arrancó en el mes de octubre/2020

Toda la información en: www.aapas.org.ar/caes/

CAES Centro de Altos Estudios del Seguro







# Hacia la digitalización junto a los PAS

Anunciado en nuestro 60 aniversario, hoy operamos en forma virtual.

AVRIL Atención virtual Portales de autogestión para asegurados y PAS



Unidades de atención digital



**≈**RUS® DIGITAL





El Productor Asesor, actor protagónico en la pandemia



Los PAS han revalidado su rol como los verdaderos socios estratégicos de las aseguradoras y de los asegurados. Los principales actores del mercado reivindican la importancia del canal profesional, cuya relevancia se hizo más notoria que nunca en la cuarentena y se potenció gracias a las herramientas digitales.

n instancias donde se ponía en debate la función del Productor Asesor de Seguros a partir de la escalada de la era digital, las tecnologías emergentes y las preferencias de los nuevos consumidores, el COVID-19 sirvió para dejar en claro su rol imprescindible dentro de la cadena de valor del mercado asegurador.

Si bien las grandes crisis -más aún una pandemia global- suelen traer consigo más consecuencias negativas que positivas, lo cierto es que la misma está dejando importantes enseñanzas y una huella indeleble que conllevará a reformas sin vuelta atrás. Pero también para revalidar que el seguro es un negocio de personas, donde el asesoramiento, contención y fidelidad han tomado un relieve medular, en gran parte gracias a la tarea incansable y profesional del PAS, que se ha adaptado mejor que nadie a un contexto singular y sin precedentes.

Para ello se ha apalancado en diversas plataformas digitales, muchas de ellas disponibilizadas por las propias aseguradoras, que han servido como herramientas para estar cerca -virtualmente- de sus clientes y hacer frente a sus más diversas necesidades. Todos los días de la semana, en cualquier horario.

Los invitamos a ver esta nota, con la mirada institucional de AAPAS, la visión de 21 aseguradoras consultadas, y la opinión de diversos Organizadores y Sociedades de PAS, que acompañan el Plan Estratégico de la Asociación.

#### ÍNDICE

#### **VISIÓN INSTITUCIONAL**

Columna de Roberto Saba, presidente de AAPAS >44

#### **ASEGURADORAS**

Los Productores de Seguros, los verdaderos socios estratégicos de las aseguradoras y asegurados \()48

#### **SOCIEDADES DE PAS**

Asesoramiento, cercanía y tecnología, la fórmula ganadora en la pandemia > 78

VISIÓN INSTITUCIONAL

## El mejor y más profesional canal de ventas del mercado

Por ROBERTO SABA



Presidente de AAPAS

— Sin dudas, este período de cuarentena demostró y revalidó la importancia del Productor Asesor como canal de comercialización de seguros.

De la mano de las compañías, el PAS ha logrado satisfacer las necesidades de los asegurados con un trabajo a medida de cada uno de ellos.

También las compañías han entendido esto perfectamente y le han dado más herramientas y responsabilidades al Productor Asesor.

En base a este traslado de actividades que vienen haciendo desde hace años, el Productor y los Organizadores han logrado un empoderamiento muy importante para demostrar la continuidad del PAS como el canal de comercialización líder del mercado asegurador.

Actualmente, vemos que cada vez toma más importancia la participación del PAS en todas las etapas del contrato de seguros: pre, durante y post.

Los Productores nos mantuvimos más activos que nunca durante este año, asumiendo los riesgos por la exposición que tuvimos durante esta cuarentena. Cada vez que el cliente lo necesitó, estuvimos asistiéndolo en forma digital, telefónica, e inclusive presencial, ya que cuando no había sistemas de pago, fue únicamente el PAS quien se acercó a cobrarles, hasta en ciertos casos poniendo dinero de su bolsillo para mantener las pólizas con coberturas.

Hoy el asegurado entiende que "con un Productor Asesor, es más Seguro", es mejor.

Y en este marco también el PAS se preocupó por capacitarse durante este período de la mejor forma para prepararse y afrontar los nuevos desafíos de asesoramiento en el futuro.

Cada vez los riesgos se complejizan más y son menos entendibles por el consumidor, y es allí donde es más relevante la participación de un asesor profesional.

"De la mano de las compañías, el PAS ha logrado satisfacer las necesidades de los asegurados con un trabajo a medida de cada uno de ellos"



### Hacemos de las empresas un mejor lugar para trabajar.

#### Prevención ART

de SANCOR SEGUROS

Cuidando a tu gente. Cuidando a tu empresa.

Contactate con tu Productor Asesor de Seguros o llamá al **0800 5555 278** www.prevencionart.com.ar l info@prevencionart.com.ar



PORTADA COLUMNA ROBERTO SABA

#### "En los próximos tiempos usaremos mucho más nuestro segundo título de Asesor, que el de Productor"

También el PAS tomó este período para abrazarse a la tecnología, incorporando sistemas de todo tipo, para mejorar la administración de su cartera y el servicio al cliente. Fue permanente ver cómo consultaba y buscaba sistemas de CRM, administradores, multicotizadores y plataformas para mejorar su venta cruzada, potenciando al máximo su relación con cada asegurado.

Entiendo que mantenemos una asignatura pendiente, buscando ser aún más profesionales

al momento de aconsejar las sumas aseguradas de cada uno de los riesgos. Tal vez, por no aumentar considerablemente las cuotas, o por impericia, no estamos cuidando el patrimonio de nuestros clientes como corresponde en este contexto de crisis e inflación.

Deberemos ser más osados en ofrecer sumas de responsabilidad civil de todo tipo más acordes a las indemnizaciones actuales, ya que venimos viendo siniestros donde las coberturas de linderos, hechos privados y otras, no son suficientes a la hora de cubrir el siniestro.

Sin dudas, en los próximos tiempos usaremos mucho más nuestro segundo título de Asesor, que el de Productor. Y así el PAS, en la era post CO-VID-19, se seguirá destacando como el mejor y más profesional canal de ventas de nuestro mercado.



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





# En SMSV Seguros potenciamos su estrategia comercial.

- · Soluciones integrales a su medida, en un solo lugar.
- Productos especiales y tarifas exclusivas.
- Una relación duradera basada en alianzas estratégicas.
- · Amplia trayectoria en el mercado de seguros.
- Coberturas con tarifas especiales para Fuerzas Armadas y de Seguridad.

Sea parte de nuestra RED DE PRODUCTORES

0810-999-7348

comercial@smsvseguros.com.ar





















Pensamos como Usted, estando junto a Usted.



www.smsvseguros.com.ar



www.smsvasesores.com.ar



LA PALABRA DE LAS ASEGURADORAS

# Los Productores de Seguros, los verdaderos socios estratégicos de las aseguradoras y asegurados

SEGUROS conversó con las principales compañías del mercado, todas integrantes del Plan Estratégico de AAPAS, para conocer su mirada sobre el rol del Productor Asesor de Seguros en este momento tan especial e inédito, los cambios que se avecinan en el mercado y las oportunidades que surgen a partir del COVID-19.

Los ejecutivos de las 21 aseguradoras consultadas reivindican la importancia del canal profesional, con una función que se ha potenciado en cuarentena y a partir de su apalancamiento con herramientas tecnológicas. El asesoramiento y contención brindados a los asegurados en un

contexto sumamente excepcional ha sido clave para retener, fidelizar y ratificar la importancia del PAS, tanto de cara al cliente como a la compañía.

En esta nota, se refieren a los principales cambios que prevén para el negocio asegurador una vez superada la crisis del COVID-19. La tecnología se ha convertido en un bastión clave, siendo la digitalización el camino que posibilita la eficiencia operativa y el mejor funcionamiento de los negocios actuales y los del futuro, con el Productor como pieza clave de un engranaje cada vez más sofisticado.

La necesidad de adaptarse a los nuevos clientes, más exigentes y que buscan productos a medida, es otro aspecto de coincidencia pensando en el futuro inmediato. La pandemia ha revalorizado las coberturas de Personas y los seguros adaptados a las nuevas realidades, lo que surge como oportunidades de negocios para los PAS. La mayoría está de acuerdo con que no se trata solo de apostar a un ramo o producto en particular, sino de tener una mirada más integral, a través una oferta personalizada y adaptada a los nuevos hábitos de consumo. A lo que todos llaman, la "nueva normalidad"...

#### ÍNDICE

- 1. EL PAS EN
  PANDEMIA > 50
- 2. EL NUEVO

  MERCADO

  ASEGURADOR > 60
- 3. OPORTUNIDADES
  DE NEGOCIOS
  POST COVID > 70





MARIANO NIMO

Gerente General Afianzadora



DAVID TORANZO

Gerente Comercial
ASOCIART ART



EUGENIO MUERZA

Gerente Comercial



JAVIER CAMPO

Gerente Comercial Caledonia Seguros



ALEJANDRO SULTANI

Presidente y Gte. Genera El Progreso Seguros



GONZALO CÓRDOVA

Gerente General Escudo Seguros



ROY HUMPHREYS

CEO Experta Seguros



FERNANDO VALLINA

Sub Gerente General



#### **LUIS SUÁREZ**

Director Comercial Canales Intermediados Galeno Seguros



SERGIO SABHA

Presidente Gestión Seguros

100



CARLOS GRANDJEAN

Presidente La Equitativa Seguros



MARIO TERUYA

Director Comercial La Segunda



GABRIEL BUSSOLA

Presidente Libra Seguros



MARTÍN AGOSTINO

Director de Negocios y Clientes MAPERE



HORACIO SANTCOVSKY

Director Gral. Comercial Orbis Seguros



JAVIER RAMÍREZ MAZZELLO

PROF Seguros

SEGURO



DANIEL MEJORADA

Gerente Comercial Previnca Seguros



JULIO SALVIOLI

Gerente de Dirección Comercial Seguros Rivadavia



JUAN CARLOS LUCIO GODOY

Presidente Río Uruguay Seguros



VANESA ROCCA

Gerente General



#### OSIRIS TROSSERO

Director de RR.PP. y Servicios al PAS Grupo Sancor Seguros

#### 1. EL PAS EN PANDEMIA

#### MARIANO NIMO

Sin dudas el Productor Asesor de Seguros se puso al hombro una situación excepcional,

liderando la relación de los clientes con las compañías que provocó una aceleración inédita en la digitalización del negocio del seguro de caución. También debemos destacar la capacidad de reacción de las aseguradoras, que en tiempo récord tuvieron una operación 100% remota, a través de la Póliza Digital, instrumento que permitió continuar apoyando los proyectos de todos nuestros clientes. Esta combinación de un PAS muy cerca de sus clientes, pivoteando con las compañías una transformación digital obligada, generó uno de los avances transaccionales más importantes de los últimos años, donde el principal agente de cambio estuvo en voz del Productor y su capacidad de garantizar la continuidad de los proyectos de sus clientes. Sin dudas esta situación extrema revalorizó el estratégico rol de la intermediación, donde la empatía, el asesoramiento y una atención integral confirman al PAS como el principal socio estratégico y comercial del mercado asegurador.

#### DAVID TORANZO

El Productor Asesor de Seguros tuvo, tiene y tendrá un rol de asesoramiento profesional

respecto de sus clientes. La tecnología colabora en el desarrollo del servicio del PAS, permite estar cerca a pesar de la distancia, facilita los procesos y ofrece inmediatez ante distintos requerimientos. Durante la pandemia, sustentado en distintas plataformas no solo continúa atendiendo dudas y consultas, brindando información y gestionando



"Esta situación extrema revalorizó el estratégico rol de la intermediación, donde la empatía, el asesoramiento y una atención integral confirman al PAS como el principal socio estratégico y comercial del mercado asegurador"

MARIANO NIMO

trámites, sino que también ofrece contención frente a la incertidumbre. Asimismo, en este contexto permanece activo colaborando con la producción de las compañías. Este perfil de Productor Asesor es el que le agrega valor a la relación con los clientes y las aseguradoras.

#### EUGENIO MUERZA

El rol que viene desempeñando el Productor Asesor de Seguros es muy importante, ya que está

en contacto permanente con los clientes. Al ser un asesor profesional, debe contar con todas las herramientas necesarias para poder dar respuesta a las necesidades de los asegurados. En ese sentido, desde ATM Seguros, contamos con una plataforma tecnológica que le permite a nuestros PAS estar permanente actualizados acerca del estado de los contratos de sus asegurados y, para la captación de clientes, contamos con un sistema de cotización y emisión de seguros online que le permite entregar una póliza al asegurado en menos de 10 minutos. Los clientes necesitan confiar para estar tranquilos acerca de la cobertura de sus riesgos. Así, la tecnología en general, ha permitido estar a la altura de las circunstancias, haciendo que los Productores puedan cumplir con su rol de asesores.

#### JAVIER CAMPO

Desde siempre, Caledonia Seguros ha confiado su representación comercial

exclusivamente a través del canal Productor. Ellos son nuestra red de ventas. Lógicamente intentamos contenerlos y reforzar el servicio durante la pandemia. Lo hemos logrado con creces, no sólo a través de la tecnología, que a esta altura es casi un commodity, una condición sin la cual no podríamos operar. También hemos puesto a disposición de nuestros PAS, oficinas móviles que recorren diferentes puntos de la provincia de Buenos Aires y algunas localidades del interior del país. A través de ellas, resolvemos la mayoría de las gestiones que aún requieren presencia física. Respecto del uso de la tecnología por parte del Productor, hoy en día el 80% de nuestras transacciones se realizan vía web, con lo cual este indicador nos da la pauta del



elevado uso de nuestra web service por parte de nuestra red comercial.

#### ALEJANDRO SULTANI

Hemos superado ya el sexto mes de pandemia y ASPO en diferentes niveles. Desde su

inicio a la actualidad el mercado asegurador ha cambiado, profundizando su digitalización, acelerando el proceso antes gradual de atención a distancia en lugar de presencial, disminución al mínimo de uso de papel reemplazando la entrega de póliza en mano por medios tecnológicos y la aplicación plena de todos los medios de pago de premios ante la gran cantidad de canales habilitados. En ese contexto, el Productor Asesor de Seguros como canal tradicional ha logrado superar viejas barreras asumiendo el cambio y adaptándose integralmente a la realidad imperante, sin dejar de lado su esencia y rol que mucho valoramos. En nuestro caso, la pandemia puso a prueba el desarrollo tecnológico realizado con anterioridad, demostrando con alto grado de satisfacción los requerimientos planteados por los PAS, tendientes a brindar respuesta y mejor servicio a nuestros asegurados. En síntesis, toda esa combinación de factores y recursos ha resultado exitosa.

#### GONZALO CÓRDOVA

En Escudo consideramos a los PAS como nuestros primeros socios. Nuestra red comercial se

Seguros, son verdaderamente nuestros aliados estratégicos. Durante este período especial de la pandemia, trabajamos de forma muy cercana a ellos, afrontando conjuntamente las restricciones que en algunos casos aún imperan, y utilizando la tecnología para mantener la operatoria intacta. Disponemos de un potente sistema que permitió implementar el teletrabajo en forma inmediata y sin inconvenientes. Dimos apoyo a los PAS y a la cadena comercial tomando medidas para atenuar el impacto de la crisis sanitaria y social. Extendimos los convenios con las empresas de cobranza extra bancaria, que operan en locales abiertos durante las restricciones de circulación, como supermercados, farmacias y otros, además de incorporar nuevos medios electrónicos. Flexibilizamos la fecha de vencimiento de las pólizas a fin de continuar dando cobertura a los asegurados y, comercialmente, brindamos descuentos, bonifica-

estructura sobre los Productores Asesores de

ciones y otras acciones acordes a la situación con el propósito de acompañar a nuestra red de PAS.

#### ROY HUMPHREYS

El asesoramiento que aporta el PAS es una cualidad muy necesaria para el mercado

asegurador. En tiempos de sobreinformación y oferta, el acompañamiento y la guía que puede ofrecer un especialista toma mayor relevancia. Desde Experta Seguros entendemos que los Productores son el canal de comercialización por excelencia y por eso los acompañamos con coberturas innovadoras y de calidad, apalancándonos en el uso de tecnología y brindando un servicio ágil para ellos puedan ofrecer una solución para cada cliente. Son ellos los que mejor conocen el mercado y por eso hemos construido un diálogo fluido de intercambio, que fomenta la retroalimentación. En este sentido, desde los primeros días del aislamiento pusimos en marcha una usina de contenidos dirigida específicamente a nuestros socios estratégicos llamada "Espacio Productores" en el que abarcamos un amplio abanico de contenidos. Esto nos permitió mantener informados de manera permanente a Productores, Brokers y clientes acerca de los progresivos cambios normativos que se sucedieron para las ART durante estos meses y poner a su disposición contenidos desarrollados ad hoc para la situación actual, tales como: conferencias virtuales, consejos para liderar equipos de trabajo a distancia, recomendaciones para repensar nuestras rutinas cotidianas y la manera en que socializamos, material de prevención y un apartado dedicado al Covid-19, entre otros.

#### FERNANDO VALLINA

La verdad que no encontramos un rol diferencial del PAS en pandemia, en términos del que

cumplía en estado de normalidad. Con seguridad que tuvo que adaptar procesos, acostumbrarse a trabajar con otras herramientas, pero en lo referido al rol, era y es la única herramienta comercial y de contacto con el asegurado que reconocemos, y que en aislamiento nos siguió dando enormes satisfacciones y los niveles de servicio que la profesión exige y nos tiene acostumbrados.

LUIS SUÁREZ El rol del Productor es clave en la intermediación entre el cliente y la compañía, es quien

conoce al asegurado más allá de su interés



"En tiempos de sobreinformación y oferta, el acompañamiento y la guía que puede ofrecer un especialista toma mayor relevancia"

**ROY HUMPHREYS** 

#### 1. EL PAS EN PANDEMIA



"La tecnología se ha convertido un aliado estratégico del negocio para los Productores, han entendido que es un recurso que los acerca con mayor velocidad y mejor eficiencia a cubrir los requerimientos y las necesidades de los clientes"

#### **LUIS SUÁREZ**

asegurable y a partir de ese conocimiento es quien le agrega valor a la relación comercial, interpretando contexto y necesidades. No tengo dudas de que si en muchos casos no hubiera existido la escucha del Productor Asesor, muchos clientes hubiesen desistido de gran cantidad de contratos de seguros con los riesgos que esa decisión hubiese llevado. La tecnología se ha convertido un aliado estratégico del negocio para los Productores, han entendido que es un recurso que los acerca con mayor velocidad y mejor eficiencia a cubrir los requerimientos y las necesidades de los clientes, en consecuencia sin duda ha sido clave en estos tiempos.

#### SERGIO SABHA

En el contexto actual de la pandemia es fundamental el rol del Productor Asesor en la

contención de los asegurados, para llevarles tranquilidad respecto de sus coberturas. El PAS se destacó sobre cualquier otro canal de comercialización, incluso como agente de cambio cultural, promocionando la conciencia aseguradora. Realmente, estuvimos y estamos al lado de ellos en el día a día llevando las soluciones puntuales y particulares que cada cliente requiere. Desde Gestión somos conscientes que los PAS han incorporado diferentes herramientas de tecnología en su labor diaria. Hoy parte importante de la comunicación entre la aseguradora y el Productor es por medio de la tecnología. En cuanto a la relación del PAS con el cliente, sabemos que no es lo mismo CABA que el interior. En el interior el cliente quiere que lo visiten y por más que se le envíen las informaciones de cartera y pólizas de manera electrónica, esperan que los visiten.

Queda un camino a recorrer en la aplicación de nuevas tecnologías y estamos convencidos que si los hacemos parte a los productores asesores, ellos acompañarán este proceso de cambio.

#### CARLOS

El rol del PAS durante la pandemia es esencial tanto para sus clientes, como para

las aseguradoras. Los asegurados, en estos tiempos, tanto personas físicas como jurídicas, han tenido que lidiar con una situación de stress pocas veces vista, con un poder adquisitivo menguado, la imposibilidad de movilizarse físicamente, desvalorización de la moneda frente a sus bienes asegurados, nuevos riesgos que asumir, disminución en la percepción del riesgo en algunos ramos, campañas de desinformación respecto de las coberturas que tenían contratadas, imposibilidad de recibir una póliza física impresa, necesidad de comprar nuevos bienes (laptops, bicicletas, etc.) sujetos a diversos riesgos, y una angustia muy elevada. Esto, sin contar con los casos en que hayan tenido que lidiar con algún siniestro en donde hayan sido afectados sus vidas, su salud, sus bienes y/o hayan producido daños a terceros.

#### MARIO TERUYA

Desde nuestro punto de vista, el rol fundamental e irreemplazable que caracteriza al PAS se vio

potenciado de una manera muy significativa en esta situación. En nuestra experiencia, la tarea de contención y comunicación con el cliente que está en la naturaleza de su función, sin dudas se cumplió con creces y se maximizó. Las circunstancias generadas por la pandemia ratifican que el seguro es una actividad donde la atención de persona a persona y calidad humana junto con la profesional, marcan importantes diferencias. Nuestros PAS han estado, y están muy cerca del cliente, atendiendo cada caso para dar respuestas puntuales ante cada necesidad. Se adaptaron rápidamente a los cambios que comportó la migración de la operación a una modalidad remota y respondieron con eficacia, llevando a los clientes las soluciones que se fueron generando desde Casa Central para acompañarlos en cada problemática. Ellos son quienes de manera directa construyen y mantienen el vínculo de nuestra Organización con el cliente y con la comunidad, y sin dudas a la salida de la pandemia vamos a poder decir que esos vínculos se han fortalecido. En cuanto a la complementación tecnológica, el PAS tiene claro que si bien la digitalización es una realidad que está dando sus primeros pasos, la transformación digital es un aliado y que trae múltiples oportunidades y con el cual, si nos complementamos de manera virtuosa

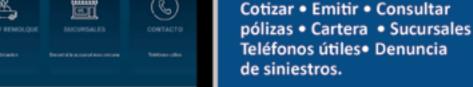


# **tpc**seguros

# iConocé PC App!



Ahora tenemos servicios más eficientes y rápidos para nuestros clientes.



iY más!

Av. Corrientes 316 - 69 C1043AAQ, Buenos Aires, Argentina | Tel. (+5411) 4876 5300 www.tpcseguros.com - info@tpcseguros.com - 0800 222 2872

Buscanos en





f 🕟 🕼 📵 TPC Seguros

Productores

DISPONIBLE EN

Google play

#### 1. EL PAS EN PANDEMIA



"El PAS se destacó sobre cualquier otro canal de comercialización, incluso como agente de cambio cultural, promocionando la conciencia aseguradora"

#### **SERGIO SABHA**

el negocio y su rol se pueden fortalecer. En esta situación quedó verificada la utilidad de contar con múltiples canales de comunicación para llegar simultáneamente a audiencias diversas y numerosas, con contenidos y soluciones personalizadas. Además, al verse reducidos los tiempos dedicados a procesos administrativos simples, a partir de la automatización, el PAS ha capitalizado esa ventaja para invertir en contener al cliente, asesorar ante cada caso y para seguir profundizando vínculos. En síntesis, la pandemia aceleró el proceso de digitalización, como fenómeno que viene a potenciar las capacidades del PAS, a contribuir a que sigan creciendo profesionalmente y ampliar los horizontes del negocio.

#### GABRIEL BUSSOLA

La pandemia ha acelerado todos los procesos tecnológicos que ya se venían desarrollando

en el mercado asegurador, cada empresa tuvo sus tiempos de adaptación. En LIBRA veníamos invirtiendo en nuestra transformación digital y ello ha impactado en el negocio de los PAS, potenciando sus servicios, su crecimiento, rendimiento, y aumentando la satisfacción de los asegurados.

Algunas de las nuevas herramientas que pusimos a disposición de los PAS para apalancar, facilitar y agilizar su operatoria son la autogestión en los permisos y acciones que pueden cumplir desde el portal web de PAS; la integración por webservices con cotizadores y portales de las Organizaciones; inspecciones digitales de vehículos desde la



"Las circunstancias generadas por la pandemia ratifican que el seguro es una actividad donde la atención de persona a persona y calidad humana junto con la profesional, marcan importantes diferencias"

MARIO TERUYA

activación de un link en el celular; nueva plataforma para compra de repuestos y derivación a talleres; un modelo de atención acompañados de multicanalidad; un Ejecutivo 360 asignado para cada PAS; canales de autogestión de asegurados para toma de denuncias en la web; soporte de marketing con kit digital para el PAS; campañas para activar cambio de medio de pago a medios electrónicos; v asignamos las ventas online a los PAS, es decir, empujamos el canal pero lo compartimos con nuestros PAS. Sin dudas, este fue un tiempo de gran reacomodamiento, nos hemos adaptado a estos nuevos entornos, para de esta manera mirar al futuro. En este contexto, los Productores Asesores han tenido un rol de relevancia creciente, aceptando, adaptándose y valorando los nuevos cambios.

#### MARTÍN AGOSTINO

El rol del Productor es muy importante, antes de la pandemia y ahora también,

porque cumple una función clave que es la de asesorar a las personas para que estén correctamente aseguradas y cuenten con su patrimonio bien protegido. En nuestro país todavía tenemos que seguir trabajando en la conciencia aseguradora, y para esto es esencial el rol de los Productores. Además, son ellos los que mejor conocen a sus clientes y pueden identificar, previo análisis de cada situación, la que mejor se adapta. De hecho, en MAPFRE los PAS los consideramos como socios estratégicos de nuestra compañía y siempre escuchamos a nuestros intermediarios para entender las necesidades de nuestros clientes. Durante la pandemia les brindamos herramientas de retención, descuentos en productos y ampliación de servicios de asistencia, medidas que realmente tienen un valor real percibido para ellos. Y les dimos a los Productores la potestad y posibilidad de activar esas herramientas, totalmente automatizadas, a los intermediarios. Como en cualquier profesión, la tecnología ayuda y agiliza muchos procesos, y eso permite brindar un mejor servicio al cliente, y en esta pandemia, la tecnología ha sido una aliada, porque les ha permitido a los Productores estar cerca de los asegurados. En MAPFRE generamos relaciones con nuestros PAS basadas en la estabilidad, permanencia y profesionalidad de nuestra red de ventas. Para nosotros cada Productor es un aliado estratégico al que le brindamos herramientas, productos innovadores y un servicio de atención personalizada.





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.













vww.argentina.gob.ar/sun

#### 1. EL PAS EN PANDEMIA

#### HORACIO SANTCOVSKY

El rol del PAS es importantísimo e irremplazable. Tan es así, que

en Orbis Seguros venimos desarrollando desde hace muchísimo tiempo una fuerte digitalización de los procesos y eso nos apalancó mucho en la mejora de servicio. Con el desarrollo de Orbisnet y con la App, nuestros PAS pudieron mejorar su vínculo con los asegurados y ofrecerles así un servicio más ágil y eficiente. De esta manera, pueden mejorar, entre otras cosas, toda su gestión frente a la empresa, como ser cotizaciones, emisiones y control de la facturación y comisiones. Además de trabajar codo a codo con nuestros PAS, en capacitación y todas las herramientas que necesitan para poder hacer eficientemente su trabajo, en esta pandemia, sin duda, haberles podido proporcionar un equilibrado mix entre medios tecnológicos y la atención personal, nos posicionó aún más cerca de ellos y de sus asegurados, más allá de esta situación tan especial que afronta el mundo. La tecnología es clave, y nuestros equipos hacen la diferencia.

#### JAVIER RAMÍREZ MAZZELLO

El Productor cumple un rol clave en este negocio, y esto se vio acentuado en el contexto que estamos atravesando.

Tanto en la comercialización como en el asesoramiento de los asegurados, prácticamente todas sus tareas se han podido adaptar gracias a las herramientas que PROF les ha brindado. Y esto fue así porque uno de nuestros focos centrales es el cuidado y la construcción de una relación de largo plazo con nuestros PAS y nuestros clientes.

#### DANIEL MEJORADA

En nuestra experiencia, tras los meses que llevamos atravesando el presente contexto,

creemos que el rol del PAS ha sido de gran importancia para la industria. En nuestro caso, desde hace varios años, los canales tecnológicos se encuentran sumamente aprobados, brindando una interrelación fluida en el tráfico operativo. Además, podemos asegurar que los Productores que se han familiarizado con la utilización de la tecnología se han visto beneficiados tanto en la retención y fidelización como en la prospección de nuevos negocios, los que estuvieron retraídos al principio del aislamiento y se han incrementado sustancialmente en el nuevo escenario.

#### JULIO SALVIOLI

La actividad del PAS ha sido central durante la pandemia. Mucho se ha venido hablando

en el mercado de seguros respecto de la venta digital versus la figura del Productor. En este sentido, confundir ambos aspectos no sólo es desconocer la función profesional del Productor Asesor de Seguros, sino también el funcionamiento de nuestro mercado. Ha quedado demostrado que, sin el valioso rol que cumple PAS, hubiese sido imposible brindar contención, asesoramiento y soluciones necesarias y a la medida de la situación de cada uno de los clientes. Si hay algo positivo para destacar de esta situación que nos ha tocado vivir, es la vocación de servicio y la profesionalidad de cada uno de nuestros Productores. Por supuesto que, para poder cumplir con su labor apropiadamente, requieren que las empresas pongamos a su alcance herramientas comerciales y tecnológicas para llegar a sus asegurados con propuestas, soluciones y ofertas de valor. En este aspecto, ha sido sumamente importante para el Productor poder trabajar desde su casa u oficina en forma remota y contar con el soporte adecuado. De este modo, los PAS han podido evaluar las soluciones tecnológicas de cada una de las empresas del sector y la forma de cumplir con los compromisos asumidos. Hoy más que nunca valoran la oferta tecnológica que pueden brindarles las aseguradoras para llegar con una respuesta ágil, rápida y eficiente a cada uno de sus asegurados.

#### JUAN CARLOS LUCIO GODOY

El PAS es una figura relevante en la vida de la actividad del seguro, ya que

es el nexo necesario que tenemos y hemos tenido siempre para poder realizar una operación de cobertura de riesgos patrimoniales o de vida. Si bien los PAS no fueron formados para este tipo de vida que transitamos hoy en medio de una pandemia, hicieron todo lo posible para mantener su producción, su cobranza y hasta aumentar o diversificar sus carteras, y eso lo hemos notado claramente. Particularmente, en el caso de RUS, siempre hemos estado agradecidos con los Productores y hemos recibido muy buenas respuestas que nos llevan a hacerles un mayor reconocimiento, reforzarlo y acompañarlos para que puedan aprovechar de la mejor manera la digitalización y las nuevas tecnologías a modo de tener más participación en el mercado y defender también lo que pueden perder,



"En este contexto, los Productores Asesores han tenido un rol de relevancia creciente, aceptando, adaptándose y valorando los nuevos cambios"

**GABRIEL BUSSOLA** 





Seguros

# Asegurá tu salud, **Asegurá tu futuro**

Complementá tu cobertura de salud en un click bbvaseguros.com.ar



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



#### 1. EL PAS EN PANDEMIA



"En nuestro país todavía tenemos que seguir trabajando en la conciencia aseguradora, y para esto es esencial el rol de los Productores"

MARTÍN AGOSTINO

porque la economía se achica. Nosotros estamos muy agradecidos con los PAS y ellos también nos han dicho que les hemos respondido en tiempo y forma y que las adaptaciones tecnológicas que hicimos fueron adecuadas para que tuvieran una buena respuesta para el cliente.

#### VANESA ROCCA

Hoy la pandemia nos desafía a gestionar de formas diferentes, entendiendo que los tiempos no

son los mismos y que las distancias se pueden superar utilizando diferentes herramientas. Los PAS han demostrado gran capacidad de adaptación para estar cerca de sus clientes, entendiendo sus necesidades y aportando soluciones de valor. En nuestro caso, el PAS es el nexo inequívoco con nuestros asegurados, es por ello que durante este período tan particular hemos trabajado juntos para brindarles herramientas que les permitan mantener la cercanía, cuidando la salud de las personas. Hoy la tecnología ha sido un gran habilitador, no solo para la gestión diaria del negocio sino también para la captación de nuevos clientes. Sin dudas, las estrategias y decisiones en materia de digitalización, que se vienen ejecutando en los últimos años, sirvieron para atravesar esta situación de una mejor manera. En San Cristóbal Seguros venimos desarrollando distintas campañas para potenciar nuestra red de PAS de todo el país, no solo nos transformamos internamente, sino que los sumamos en este proceso. Nuestro foco es guiarlos en su desarrollo digital, ayudándoles a estar visibles en las redes con su propio nombre. <mark>Ejemplo de esto</mark> es Sitios Seguros, una posibilidad accesible para que cada PAS pueda crear y gestionar su propio sitio web, gratuito y customizable, y canalizar sus ventas directamente desde allí e, incluso, construir su propia marca. A su vez, tenemos activa una robusta agenda de actividades y talleres virtuales sobre el negocio digital para apoyar y colaborar con la continuidad de sus servicios durante esta coyuntura. Por ejemplo, lanzamos el ciclo de capacitaciones "Digital Tour Virtual", con encuentros remotos que profundizan el uso de Sitio Seguro.

#### OSIRIS TROSSERO

Los PAS vienen teniendo un rol protagónico durante la pandemia, protegiendo la

cartera de clientes y conteniendo a los asegurados en estos momentos tan complejos. Así lo sentimos en el Grupo Sancor Seguros y por eso queremos reconocer a nuestros PAS y agradecer el trabajo que llevan adelante día a día. Fruto de esa visión es que hemos lanzado, de manera reciente, una campaña de comunicación que destaca el lugar central que ocupa el Productor Asesor en todo el proceso de contratación de un seguro y su acompañamiento permanente al asegurado, estando cerca siempre que se lo necesita. <mark>En</mark> relación a la tecnología, la vemos como un excelente complemento, como una herramienta de gran valor para que los PAS puedan potenciar su negocio y continuar desarrollando sus tareas incluso en escenarios atípicos como el actual. Con la digitalización, los Productores tienen la oportunidad de seguir vendiendo sin importar los condicionamientos que impone el contexto, y de hacer llegar su servicio a cada vez más personas. En el caso de nuestro Grupo, implementamos medidas y pusimos a su disposición recursos destinados a facilitar las tareas de cobranza y adaptarse a las particularidades del nuevo escenario. Además de disponer de cotizadores, en algunos ramos como Automotores y AP, también cuentan con la posibilidad de cerrar la venta online, lo cual es una herramienta más para potenciar la comercialización a distancia. Además, creamos un ciclo de webinarios en el que recurrimos a especialistas de disciplinas tan diversas como la economía, el marketing y las neurociencias, con foco en el desarrollo comercial y el marketing digital. Por otra parte, continuamos apostando a la continua profesionalización de nuestro cuerpo de ventas. En el marco de nuestro programa DALE Innovación, diseñamos un ciclo de cursos online sobre Marketing Digital, pensado especialmente para los Organizadores. Se trata de un trayecto educativo a cargo de profesionales de prestigiosas universidades cuyo resultado es una capacitación diferente, más intensa, calificada y exclusiva, que invita a poner manos a la obra, con posibilidad de volcar al negocio todo lo aprendido y en forma inmediata.







Elegí la mejor opción para cuando más lo necesitas



#### 2. EL NUEVO MERCADO ASEGURADOR



"Los Productores que se han familiarizado con la utilización de la tecnología se han visto beneficiados tanto en la retención y fidelización como en la prospección de nuevos negocios"

DANIEL MEJORADA

#### MARIANO NIMO

Sin dudas, la digitalización del negocio genera el principal cambio cultural que se observa

en el negocio de las tres patas. Temas ambientales, de seguridad, de disponibilidad inmediata y accesibilidad han generado una revolución, donde la transacción digital permite mayores espacios para el verdadero desafío de nuestro mercado,

seguir generando "Cultura Afianzadora" y buscando ampliar la cobertura de nuevos intereses asegurables. Un negocio que cada vez depende más de una correcta administración del corazón del negocio (resultado técnico), donde el crónico salvavidas de los resultados financieros se encuentra encorsetado en un mercado con pocos instrumentos de inversión disponibles. Un negocio que apunta a concentrarse en oferta, donde seguramente se verán movimientos en el corto plazo.

#### DAVID TORANZO

La industria aseguradora desde antes de la pandemia ya se encontraba en un proceso

de transformación, basado en la digitalización e innovación. Entiendo que esto se irá instalando como la normalidad en el corto plazo. La pandemia y el confinamiento trajeron cambios en el comportamiento, mayor uso de dispositivos electrónicos y nuevas necesidades de seguridad. Esto sin duda traerá aparejado el diseño de nuevos productos y servicios para atender la demanda creciente.

#### EUGENIO MUERZA

En los próximos tiempos veremos un gran reacomodamiento en relación con la

tecnología utilizada en todo el mercado asegurador. Ha quedado demostrado cuánta importancia tiene contar con herramientas digitales para la comunicación, el asesoramiento, la captación y el mantenimiento de clientes, que sean simples de usar, de fácil acceso y todas adaptadas al tamaño de la pantalla de un celular. La idea que tenemos desde ATM Seguros es seguir por el camino de la innovación tecnológica, generando más y mejores beneficios para nuestros clientes. La situación económica nos plantea un enorme desafío y

nuestra intención es estar a la altura de las circunstancias, respondiendo a las demandas de clientes y Productores. Nos encontramos en un proceso de incorporación de nuevos ramos en los que pretendemos continuar replicando todos los beneficios para los nuevos productos que lanzaremos. Estamos en la búsqueda permanente de mejorar la experiencia del cliente y del PAS, agilizando las gestiones administrativas y manteniendo un rol activo en el mercado asegurador, en el que hemos cumplido 10 años ocupando la posición #1 en el seguro de motovehículos.

#### JAVIER CAMPO

Claramente la automatización de procesos es lo que aparece en primer lugar. La llegada de la

tecnología en todos los planos ha llegado para quedarse. Esto implica por un lado que el Productor puede sentirse apoyado desde las aseguradoras, permitiendo más foco en la actividad de ventas

Pero también es cierto que nuestra cultura de relacionamiento interpersonal, debería mantenerse como apalancamiento de confianza y respaldo. Entendemos que se avecina una etapa en la que tanto las aseguradoras como los PAS, e incluso los asegurados, deberemos acercarnos mucho más a la tecnología. No tenemos que ver en ella una amenaza, es una herramienta que, correctamente utilizada, genera beneficios múltiples. La telemática asoma como una innovación superadora, si bien aún no cuenta con una tasa de uso potente, seguramente en los próximos años será una herramienta clave para nuestro negocio.

#### ALEJANDRO SULTANI

Al indagar sobre los principales cambios en el negocio asegurador post

Covid-19, entiendo que los cambios ya están instalados. En efecto, la situación ha impuesto modificar pautas y procesos en todos los sectores y líneas de trabajo, que por supuesto abarca la comercialización e interacción con los PAS. En un mercado tan tradicional y reacio a cambios estructurales, la pandemia hizo de acelerador de oportunidades de cambio que en otras épocas resultaban impensadas. Creo que una vez





superada esta etapa sabremos lograr un acertado equilibrio que permita producir un mix óptimo entre pasado, presente y futuro.

#### GONZALO CÓRDOVA

En la actividad vemos que la matriz del seguro va a registrar un reordenamiento y, en ese

proceso, planificamos afianzar nuestro liderazgo en el segmento. Vemos una oportunidad ante la superación de la crisis de la pandemia dado que el mercado verá una recuperación, tendrá mayor actividad y los actores buscarán tomar posiciones. Nosotros, fieles a nuestro estilo, no esperamos a ese momento, sino que trabajamos diariamente con las necesidades de hoy pensando en mañana. Somos conscientes que nuestra fortaleza comercial está en los PAS. Desarrollamos en ese aspecto un trabajo personalizado, con sello propio. La base de este trabajo está en el trato cara a cara con los organizadores y Productores, en el tiempo dedicado y en las soluciones a medida y personalizadas, generando lazos de confianza y un ambiente propicio para proponer nuevos negocios. Algo que para el lector y los PAS seguramente es repetitivo pero que nosotros verdaderamente hacemos y es nuestro valor agregado más destacado.

#### ROY HUMPHREYS

La situación es dinámica y creo que todavía hay mucho camino por recorrer, sin

embargo, hay algunos aspectos que hoy son muy notorios. Se advierte una revalorización por el cuidado propio y del círculo cercano, en lo que respecta a la salud y a sus bienes<mark>. Sobre este</mark> último punto y en relación con la industria del seguro, creo que la tendencia será preservar dichos bienes materiales, tanto por su valor, como por el incremento en su uso (hogar, auto, su patrimonio en general) y a proteger el futuro de sus seres queridos (coberturas de vida, etc.). Experta sigue creciendo y sumando soluciones, nuevos seguros. De hecho, estamos en plena campaña de lanzamiento de nuestro seguro de Autos y, en el corto plazo, estaremos sumando las coberturas de comercio y consorcio. Paralelamente, seguimos incorporando mejoras y más beneficios a nuestras actuales coberturas, acordes a los requerimientos del mercado. Nuestra estrategia se basa en entender las necesidades del mercado y desarrollar productos en consecuencia.

"Si bien los PAS no fueron formados para este tipo de vida que transitamos hoy en medio de una pandemia, hicieron todo lo posible para mantener su producción, su cobranza y hasta aumentar o diversificar sus carteras"

#### JUAN CARLOS LUCIO GODOY

#### FERNANDO VALLINA

La sociedad desde sus gustos y necesidades patrimoniales no va a cambiar. La exposición de

sus acciones yo creo que tampoco, con lo cual los riesgos a cubrir deberían ser los mismos. Ahora considero que podrían cambiar radicalmente los hábitos. El ser humano ya probó que puede ser efectivo en la comunicación y en el desarrollo de sus gestiones administrativas comerciales sin moverse de su casa o de su oficina, sobre todo en las grandes ciudades. Entonces creo que habrá mucho más de digital/electrónico a distancia, que presencial. Con excepciones, por supuesto. Y allí como aseguradora estará en juego el nivel de herramientas que se le provean a los PAS para ser efectivos. En Federación Patronal hace mucho tiempo que el sistema Self hace la diferencia, pero además en la pandemia terminamos de darle forma a todo un proceso digital, sin dejar de lado nuestra costumbre del trato personalizado con el PAS para los distintos casos. Todo lo demás lo gestiona desde un PC o su móvil.

#### LUIS SUÁREZ

Las aseguradoras se enfrentan a una nueva realidad en la que el Covid-19 ha impactado en la

continuidad del negocio, por lo que ha obligado a reinventarse en muchos casos, implementar nuevos canales de venta y estrategias digitales, así como revisar y actualizar sus planes de gestión de crisis, ante una amenaza cuyo alcance y duración aún se desconoce. La pandemia está afectando a la industria de múltiples maneras, desde la mayor complejidad en la atención a los clientes, el impacto en la siniestralidad, en la cobranza, etc., pero rápidamente en muchos casos se han encontrado herramientas y modelos que nos permitieron sostener nuestro negocio a buenos



"Los PAS han demostrado gran capacidad de adaptación para estar cerca de sus clientes, entendiendo sus necesidades y aportando soluciones de valor"

VANESA ROCCA

#### 2. EL NUEVO MERCADO ASEGURADOR



"Con la digitalización, los Productores tienen la oportunidad de seguir vendiendo sin importar los condicionamientos que impone el contexto, y de hacer llegar su servicio a cada vez más personas"

#### **OSIRIS TROSSERO**

niveles de eficiencia. Esto lo debemos afianzar y seguir trabajando para mejorarlo.

SERGIO SABHA Es muy posible que exista cierta transformación en la industria, donde las líneas

masivas posiblemente acelerarán la utilización de canales digitales. La retracción del mercado que veremos en los próximos meses, llevará a un cambio de estrategia, en cuanto a la presencia física de las compañías en determinadas plazas, yendo a estructuras de costo más livianas. Si miramos hacia adelante, a un corto plazo, es complejo establecer un escenario único, ya que todos dependemos de cuánto dure esta situación y, en función de esto, cuánto nos demorará poder volver a una senda de crecimiento y reactivación económica sostenida. Imagino un mercado muy mos que el mayor diferencial estará centrado en productos disruptivos e innovadores. También financiero. Entendemos que vamos hacia un consumidor cada vez más exigente, que requiere productos/servicios ágiles y hechos a su medida. Que detrás de lo digital haya una persona que lo atienda y lo entienda.



"Se avecina una etapa en la que tanto las aseguradoras como los PAS, e incluso los asegurados, deberemos acercarnos mucho más a la tecnología"

**JAVIER CAMPO** 

#### CARLOS GRANDJEAN

Los principales cambios ya empiezan a verse y son integrales en algunos

aspectos y disruptivos. Los cambios los notamos tanto en la producción, como en la operación, los costos, la tecnología, los aspectos normativos y legales, la intermediación y en el factor humano. Desde el punto de vista de la producción, la pandemia y su natural consecuencia, que es la cuarentena, generan una parálisis en numerosas actividades que impacta directamente en las ventas, y esta parálisis genera, a su vez, un efecto cascada que termina afectando al poder adquisitivo de la población y a toda la cadena de pagos. Para la post pandemia, lamentablemente esperamos un entorno económico difícil que seguirá impactando negativamente en la producción a corto y mediano plazo. En lo operativo, el aislamiento en nuestros hogares, tanto del personal de las aseguradoras, como de los PAS y los asegurados, genera un replanteo integral de todo el proceso administrativo tal cual lo veníamos ejecutando. Es un verdadero desafío para toda la cadena de valor del seguro adaptarse y reinventarse, en un lapso de período muy corto, a todo este cambio disruptivo en la operación. Esperamos también una continuidad en la modalidad de teletrabajo tanto para el personal de aseguradoras como para los PAS, aunque de manera parcial. También esperamos más capacitación online, más digitalización, y menos movimiento físico de pólizas y de valores. En lo que respecta a los costos, también se trastoca toda la cadena de costos donde algunos disminuyen mientras que otros aumentan. Desde el punto de vista siniestral, por un lado se verifica una disminución en la siniestralidad en algunos ramos por la menor movilidad social, pero al mismo tiempo, frente al deterioro de la situación económica, aumenta la siniestralidad del riesgo de robo y aumenta el riesgo moral también. Esto también se verifica en riesgos del trabajo, con la incorporación de la cobertura del COVID para las actividades esenciales, lo que vuelve a ser un nuevo desafío para el sector. Con respecto a los costos fijos de las aseguradoras, también se verifican algunas disminuciones de costos por la mayor digitalización, pero, al mismo tiempo, aumentan los requerimientos de tecnología, capacitación, almacenamiento de información y comunicaciones. Se requiere acelerar aún más la





#### 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



#### 2. EL NUEVO MERCADO ASEGURADOR



"En un mercado tan tradicional y reacio a cambios estructurales, la pandemia hizo de acelerador de oportunidades de cambio que en otras épocas resultaban impensadas"

#### **ALEJANDRO SULTANI**

transformación de las aseguradoras, incorporando nuevo personal, en un país en donde la demanda de personal de tecnología supera ampliamente a la oferta: no deja de ser una paradoja que en un país con desempleo alto y creciente, solo se reciben unos 5.000 profesionales en informática por año cuando la demanda supera los 10.000. En cuanto a la intermediación, esta pandemia, como en todos los demás aspectos, se ocupa de transparentar y magnificar las virtudes y defectos de todos nosotros. La pandemia permite transparentar aún más las virtudes que ofrecen los Productores Asesores de Seguros a la hora de contratar un seguro frente a otras alternativas. El enorme valor agregado que nos toca vivir. Por último, en el aspecto humano, hemos podido ver en nuestras aseguradoras que todo, al final, se reduce al factor humano, y a rodearse de buenas personas, en todos los niveles de nuestras organizaciones. Estas personas se han puesto esta dramática situación al hombro, soportando situaciones personales, familiares y sociales tremendamente difíciles y, sin embargo, han puesto lo mejor de sí para salir adelante. En ese sentido, nuestros agradecimiento y admiración, hacia todo el personal y hacia todos los PAS por estar a la altura de las circunstancias, aún viviendo en uno de los momentos más difíciles que nos pueda tocar en nuestras vidas.

"Vemos una oportunidad ante la superación de la crisis de

ESCUDO SEGUROS

la pandemia dado que el mercado verá una recuperación, tendrá mayor actividad y los actores buscarán

**GONZALO CÓRDOVA** 

tomar posiciones"

MARIO TERUYA Veo un mercado más competitivo, más profesional, que aprendió mucho y rápido

de esta situación. Un mercado que, lógicamente al principio va a estar en alguna medida debilita-

do, pero que con inteligencia y sabiendo capitalizar las múltiples oportunidades que comienzan a surgir, se va a recuperar y fortalecer. Al mismo tiempo va a ser un mercado más exigente porque se encuentra con un consumidor individual y corporativo distinto: que visualiza nuevos riesgos, que está más informado, que tomó conciencia de cuántas cosas se pueden hacer de manera remota y comprobó la fuerza y utilidad que tienen las redes, que es más consciente de sus necesidades reales, de sus posibilidades y, sobre todo, que internalizó que el mundo no es tan estático ni seguro; sino que muchas cosas pueden cambiar profundamente en lapsos muy cortos de tiempo. Todo eso posiciona a las personas y a las empresas -en realidad nos posiciona a todos- en otras miradas y perspectivas que hacen que nuestras prioridades y demandas cambien significativamente.

GABRIEL BUSSOLA El mercado asegurador tiene un gran desafío por delante, que es a mi entender, y como lo

vengo diciendo hace un tiempo, el de repensarnos como industria. Esta profunda crisis que enfrentamos nos obliga a hacernos muchas preguntas, como ser, ¿estamos ofreciendo el servicio que los asegurados pretenden?, ¿entendemos los nuevos hábitos de los consumidores?, ¿estamos a la altura de los cambios que vendrán o solo articulamos nuestras políticas comerciales a través de tarifas?, ¿seguiremos tolerando los resultados técnicos negativos y solo apostando a los resultados financieros?, ; nuestra oferta de productos se mantendrá en commodities sin diferenciación o innovamos en productos adaptados a los nuevos tiempos?, ¿qué posición tomamos frente a la prevención, detección y combate del fraude? ¿podemos creer que la venta directa sin participación del PAS es un camino que le hará bien al mercado asegurador y a los asegurados? Yo tengo una clara posición frente a estos interrogantes y





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







#### 2. EL NUEVO MERCADO ASEGURADOR

sobre cada uno de ellos estamos trabajando desde LIBRA, pero también entiendo que no alcanza con que pocas empresas tomen este desafío. Es el mercado en su conjunto el que debe llevar adelante esta reconversión, incluyendo a todos los actores del mismo.

#### MARTÍN AGOSTINO

Los cambios que se están dando y, considero continuarán, tienen que ver principal-

mente con hábitos. Lo que generó este contexto, por lo menos en lo que al consumo se refiere, es que se aceleraron algunos procesos en cuanto a lo digital y las formas de consumo. Por esto, será clave para las empresas acompañar estos cambios y contar con la flexibilidad para adaptarse a ellos y a las nuevas necesidades que surjan a partir de ahora.

#### HORACIO SANTCOVSKY

Seguramente, y ya lo estamos viendo, la modalidad de teletrabajo

tome mucha más fuerza y cambie algunos paradigmas sobre la forma de trabajar y la manera de vincularnos. Creo que superada la crisis, podrá haber espacio para pensar en coberturas nuevas y los seguros de personas estarán más en el foco de los clientes, creando oportunidades de desarrollo. En todo escenario de crisis profunda creo que es importante volver a hacer foco sobre la cultura aseguradora, donde también veo una nueva oportunidad para nuestro mercado.

#### JAVIER RAMÍREZ MAZZELLO

En relación al impacto en la industria, advertimos una disminución en los niveles de cobranza por la caída de la

actividad económica, sobre todo en la primera etapa de la cuarentena. Pero los cambios que ha generado, y está generando esta pandemia son



"Es un verdadero desafío para toda la cadena de valor del seguro adaptarse y reinventarse, en un lapso de período muy corto, a todo este cambio disruptivo en la operación"

**CARLOS GRANDJEAN** 

mucho más profundos y tienen que ver no sólo con el mercado asegurador, sino con la manera en que, como empresas y ciudadanos, nos relacionamos con el mundo. En este sentido, creemos que esta situación deja algunas enseñanzas claves para las compañías, que pueden resumirse en tres ideas: la adaptabilidad y la flexibilidad que toda compañía debe tener ante nuevos contextos; el uso de la tecnología como un diferenciador para las empresas; y la necesidad de entender el cambio en hábitos de consumo, saber crear productos y procesos adaptados al nuevo consumidor que nace del comercio electrónico.

#### DANIEL MEJORADA

Creemos que los principales cambios pueden, o mejor expresado, debieran ocurrir en

materia de desarrollo productivo de nuevos nichos o riesgos, siempre de la mano de tecnologías aplicadas en función de los hábitos de consumo y escenarios en constante movimiento. Pues, si hay algo que debemos aprender de este presente, es la ocurrencia de factores incidentes que pueden llegar en cualquier momento y provocar cambios de manera imprevista y rotunda sobre todo aquello que tenemos aprendido y pensamos que nunca va a modificarse. La evolución es una constante en movimiento, que hoy queda demostrado que puede darse en cuestión de segundos para irrumpir e instalarse en nuestra vida cotidiana.

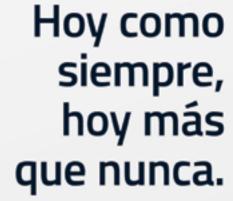
#### JULIO SALVIOLI

Indudablemente, este hecho inesperado ha generado cambios no planificados o no

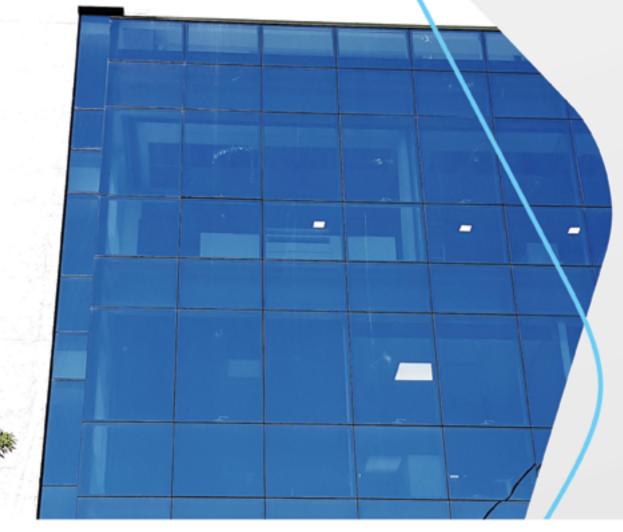
buscados, al menos, en el corto plazo. Y esto no sólo ha afectado a las empresas, sino a todos los actores del mercado. Todos y cada uno de nosotros debimos adaptarnos a las nuevas condiciones impuestas por la coyuntura. A nivel empresa, el mayor impacto ha estado en las distintas formas de relacionarnos y comunicarnos, la digitalización de procesos y el trabajo remoto. Los clientes también han debido digitalizarse, <mark>utilizando las</mark> diferentes plataformas, aplicaciones y sitios web para acceder a su documentación, utilizar medios de pago bancarizados y comunicarse con sus Productores por medios no presenciales. Muchas de estas cuestiones ya estaban latentes y lo que la pandemia produjo fue una aceleración en los tiempos de cambio. No obstante, lo que efectiva-











#### 2. EL NUEVO MERCADO ASEGURADOR



"Los cambios que ha generado esta pandemia son muy profundos y tienen que ver no sólo con el mercado asegurador, sino con la manera en que, como empresas y ciudadanos, nos relacionamos con el mundo"

#### JAVIER RAMÍREZ MAZZELLO

mente nos dejará esta crítica situación es la importancia de contar con un Productor Asesor de Seguros. Más allá de la digitalización de los procesos, de los medios de pago bancarizados, de la utilización de medios digitales para acceder a información de los seguros, al momento de un siniestro o un inconveniente, ha quedado demostrado que no se puede reemplazar el asesoramiento y las soluciones que puede brindar el PAS. Por eso, estamos convencidos de que, en la post pandemia, el rol del Productor Asesor de Seguros será fundamental a la hora de que los clientes deban elegir a una aseguradora.

#### JUAN CARLOS LUCIO GODOY

No sabemos con exactitud cuándo se va a superar esta crisis, si se va

a poder superar y de qué manera. Lo único que aprendimos de todo esto es a cuidarnos, a tomar distancia social, a cubrirnos las vías aéreas, lavarnos las manos con jabón y agua y a desinfectarnos con alcohol. Después no sabemos nada más. Dicen que va a haber una vacuna pero lo cierto es que ha caído la economía del mundo y la de cada uno de los países. Entonces, si nos resulta difícil imaginar el futuro, más lo es predecir la economía cuando hay algo desconocido que obstaculiza esa visualización como lo es la pandemia. Lo que sí me animo a decir es que tanto los PAS como las empresas nos tenemos que acercar cada vez más a todo lo vinculado con lo tecnológico y lo digital. Creo que los vectores de cambios más importantes están vinculados con eso independientemente del área en la que se trabaje. Por otro lado, es también muy cierto que va a disminuir el seguro de autos porque las fábricas no van a poder vender como antes, de la misma forma que el turismo disminuye, que la hotelería y los viajes de larga distancia se complican, etc. Nunca vivimos una cosa así por lo que es muy difícil saber qué puede pasar, pero sí

es necesario tener en cuenta que el esfuerzo va a ser sobrehumano y muy diferente a todo lo que hacíamos antes.

#### VANESA ROCCA

Estamos ante un punto de inflexión de la sociedad, en donde la capacidad de

adaptación al cambio es fundamental. Eso bien lo sabemos. Los acontecimientos, no solo nos desafían en términos de consumo sino también de cómo vivimos, trabajamos o cuidamos nuestra salud, entre otros aspectos. Y la clave, es la capacidad de adaptación y agilidad. En esa línea, identificamos un cambio importante en el rubro a nivel local, con miras a los grandes ejemplos de países líderes de Europa. El mercado está dando pasos certeros hacia la digitalización, e indudablemente la situación desatada por el Covid-19 implica una aceleración marcada de esta tendencia que ya se vislumbraba<mark>. El cliente se</mark> vuelve cada vez más exigente, demanda más servicios e inmediatez en las respuestas, cuenta con información y acceso a herramientas que permiten acortar tiempos y encontrar productos adecuados. Esto, nos obliga a innovar y generar mejores servicios incluyendo siempre a los PAS, nuestra principal relación de confianza y un eslabón fundamental en nuestra cadena de valor.

#### OSIRIS TROSSERO

Es indudable que el mercado de seguros no será el mismo y que pasada la cuarentena no

volveremos al estado anterior de cosas, sino que ingresaremos a una "nueva normalidad". Vamos a un mercado más concentrado. Frente a esta situación, es importantísimo que las aseguradoras refuercen las gestiones para alentar la actualización de sumas aseguradas. Asimismo, resulta obligatorio ser mucho más eficientes en los procesos administrativos, para que el nivel de gastos sea sostenible.



#### SEGUROS DE ALQUILER



- mínimos requisitos
- simple
- seguro

0800-666-8400

100% online





#### 3. OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS POST COVID

#### MARIANO NIMO

Hablando del negocio de caución, creemos que la obra pública tomará velocidad

nuevamente en un formato federalizado, de montos pequeños y atomizada, con un fin vinculado a la reactivación del empleo en todo el país. Hay que seguir de cerca el comercio exterior (pólizas aduaneras), donde a pesar de pronosticar un movimiento menor en volúmenes de operación, su ajuste en moneda dura generará un primaje que seguirá el mismo ritmo de las recurrentes devaluaciones de la debilitada moneda local. La construcción privada parecería tomar impulso, principalmente por los atractivos valores de construcción en dólares, lo cual ya está generando alguna demanda adicional en ese segmento. En definitiva, el segmento vinculado al necesario intervencionismo estatal será la encargada de apuntalar el negocio a través del gasto público, hasta por lo menos finales del 2021, donde un nuevo clima de negocios tal vez arrime el poder de fuego de la inversión privada

Observamos un comportamiento económico heterogéneo a lo largo del país, tanto en tipo de actividad como en región gráfica, lo cual requerirá de una asociatividad permanente con el PAS como primer termómetro de las incipientes necesidades en cada uno de los rincones de nuestra Argentina, que hoy pueden ser atendidas con un simple "click" a través de la póliza digital.

#### DAVID TORANZO

El PAS debería hacer foco en las coberturas que actualmente no comercializa, para

incrementar el volumen de su negocio. Necesitará capacitarse para estar preparado en su rol de



"Superada la crisis, podrá haber espacio para pensar en coberturas nuevas y los seguros de personas estarán más en el foco de los clientes"

HORACIO SANTCOVSKY

asesoramiento y acompañamiento para atender este mercado. Por otra parte, percibimos un consumidor más interesado en los temas de seguridad, protección y previsión de su futuro. Las compañías seguramente ampliarán y diversificarán la oferta para atender estos requerimientos vinculados a seguros de personas y riesgos cibernéticos. Corresponderá al PAS interpretar estas necesidades para ofrecer la cobertura más adecuada y conveniente.

#### EUGENIO MUERZA

Una de las características de nuestra sociedad es la falta de una verdadera cultura de la

prevención. La pandemia del Covid-19 ha hecho -desafortunadamente- muy presente la importancia de contar con un buen seguro de vida y una cobertura de salud, adaptadas a las necesidades de cada persona y familia. El rol del asesoramiento en estos productos complejos, es clave. Dentro de nuestra industria hay que aggiornarse permanentemente porque las demandas van cambiando. Hoy más que nunca debemos tener en cuenta las necesidades de los clientes y alinear todas las acciones y proyecciones de la industria detrás de tales necesidades. Nos queda un largo camino hasta que podamos alcanzar una "nueva tranquilidad" en relación con el control de la enfermedad y sus consecuencias dañosas. La innovación en productos deberá tener como ejes garantizar que los asegurados estarán protegidos en los nuevos escenarios económicos y sociales por venir.

#### JAVIER CAMPO

Esta pandemia debería dejarnos algunas reflexiones y enseñanzas. Esperamos

superarla pronto, y que todo este proceso de tiempo genere mayor conciencia aseguradora. La salud, la vida misma, son activos indispensables para todo ser humano. La realidad es que nuestro mercado debería también generar oportunidades de ingreso a las coberturas con mayor igualdad social, entendiendo como tal la ampliación de posibilidades de diferentes segmentos socio económicos que, muchos de ellos, hoy están fuera del sistema. Como resumen, creemos que



los seguros de Personas, y los activos tangibles personales y comerciales (Auto, Moto, Hogar, Comercios) debieran ser el motor de posibilidad para el Productor de Seguros en la post pandemia. El ramo de garantías también tendrá relevancia cuando se normalice la actividad. Y como corolario, nuestra función conjunta es la de asesorar a nuestros clientes, mantener un riesgo correctamente cubierto es evitar una pérdida económica futura, con o sin crisis económica.

#### ALEJANDRO SULTANI

Superada la fase actual y pensando en la etapa posterior, veo que la

mayoría de las coberturas tradicionales sufrirán el impacto de la crisis. <mark>Sin embargo habrá lugar</mark> para desarrollar otras, como el Seguro Agrícola, pues el mundo deberá continuar consumiendo y nuestro país debe recuperar su espacio en esa actividad. Lo mismo pasa con el seguro de Crédito a la Exportación, como herramienta vital de negocios. Un capítulo aparte será el seguro de Personas, con nueva conciencia generada para el seguro de Vida y el seguro de Salud, en lo cual será fundamental la generación de confianza frente al desaceleramiento de la inflación, imprescindible para ello. También se ha notado mayor demanda en las coberturas de Motos y Bicicletas, cuyo nicho de mercado demanda contar con una cobertura de universo muy amplio para lograr rentabilidad. Por supuesto en todas ellas, el rol del PAS resulta fundamental para su desarrollo.

#### GONZALO CÓRDOVA

Siempre es difícil hacer pronósticos y solamente gente muy iluminada tiene

capacidad de ver la situación actual y proyectarla al futuro. En este sentido, me parece interesante la mirada del economista francés Jacques Attali y su concepto de "economía de la vida". Bajo este concepto, este especialista agrupa a los sectores de la salud, la educación, la alimentación y la economía digital como los sectores que saldrán fortalecidos de la pandemia. Si tomamos cómo válido este concepto, el sector de seguros y los PAS deberían orientarse hacia estas actividades y sin duda alguna aparecerán numerosas oportunidades en los seguros de vida, de salud, seguro técnico, equipamiento tecnológico del hogar, movilidades alternativas, responsabilidad

civil productos, ciberriesgos y transportes. Ya hoy en día estamos notando nuevas demandas de seguros para las cuatro actividades mencionadas, y esto lleva a las aseguradoras a ofrecer y generar nuevos productos y a mejorar y actualizar a los existentes. Este sería el último de los grandes cambios que se viene, junto a la aparición de nuevas actividades, nuevos bienes, nuevos riesgos y nuevos productos de seguros que se adapten a estas nuevas realidades. Lamentablemente la mirada de este economista con respecto al crecimiento a futuro de la economía mundial no es muy optimista a corto y mediano plazo. Se espera una caída en el PBI mundial para 2020 en torno al 6% y para la Argentina se espera una caída superior a la del año 2002, en torno al 12%. Superada esta etapa, esperamos un repunte de la actividad. En el mientras tanto, debemos concentrarnos en la profesionalidad, en la prudencia, en dar buen servicio, en pagar correctamente los siniestros, y en buscar soluciones creativas. Es el momento para dar lo mejor de nosotros mismos, y seguramente los que superen esta difícil etapa, saldrán fortalecidos.

#### ROY HUMPHREYS

Venimos consolidando nuestra oferta y presencia en la industria a través de la

incorporación de nuevas coberturas, hoy potenciada con el reciente lanzamiento de nuestro seguro de Autos, que viene a complementar nuestra presencia en el sector, expandiendo las fronteras de la compañía en el país. Nuestra propuesta de valor es clara y se centra en 5 características diferenciales: calidad, innovación, servicio, respaldo y un precio justo. La comercialización es exclusivamente a través de Productores y Brokers, socios estratégicos con quienes hemos trabajado desde el principio para desarrollar una oferta atractiva, tanto para ellos, como para sus clientes.

#### FERNANDO VALLINA

No creo que la era post Covid-19 cambie los riesgos o cree segmentos nuevos.

Entiendo que es muy probable que haya una gran depresión económica enmarcada también en la coyuntura país. Y de allí que pueda retraerse el mercado y que el PAS tenga que ser más astuto para mantener su cuota o acrecentarla. Y allí



"Estamos
convencidos de
que, en la post
pandemia, el rol
del Productor
Asesor de Seguros
será fundamental
a la hora de que
los clientes deban
elegir a una
aseguradora"

JULIO SALVIOLI

#### 3. OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS POST COVID



"El PAS debería hacer foco en las coberturas que actualmente no comercializa para incrementar el volumen de su negocio"

#### **DAVID TORANZO**

aparecen herramientas de marketing explotadas por pocos (cross-selling, up-selling) y que nosotros disponibilizaremos a un click en el Self. Pero también, y no producto de la pandemia sino de su escasa penetración histórica, existen varios ramos y segmentos, con muy poca competencia, para especialistas, donde el que se anime puede obtener muy buenos resultados.

#### LUIS SUÁREZ

Esto no es tan fácil de definir, el mercado y la venta se establece en muchos casos a

partir de la demanda de los clientes. Existen los seguros obligatorios y también hay un componente cultural del tipo de seguro que más se requiere en el mercado argentino, a pesar que desde hace muchos años los Productores de la mano de las compañías trabajan en hacerles llegar a los clientes una oferta integral a la medida de cada prospecto. En ese sentido, en Galeno Seguros seguimos sumando productos y ramos, como por ejemplo nuestro último lanzamiento de Seguros de Agro. Mantenernos activos, estar atentos a las nuevas necesidades y dar respuestas creativas y eficientes, son la clave para ser una compañía cercana que acompaña este y todos los momentos.

#### SERGIO SARHA

Los seguros de Vida y Personas van a ser una alternativa en el porfolio de todos los PAS. Los

seguros de Salud van a ser muy importantes.
También veo otros riesgos convencionales de
Patrimoniales que van a volver más rápido, como
los seguros de caución, principalmente para la
construcción. Van a ser una salida mucho más
rápida que otras alternativas de seguros.

seguramente uno de los efectos post pandemia sea el desarrollo de nuevos seguros que contemplen este tipo de situaciones y sus efectos sobre la actividad de empresas y particulares. Como industria, tenemos que estar cada vez mejor preparados, a nivel de recursos y talento, para afrontar esos cambios profundos que en el mundo de hoy son cada vez más frecuentes y muchas veces impredecibles.

#### CARLOS GRANDJEAN

No veo distinción por ramo c actividad respecto al foco post pandemia sino la

necesidad de estar aún más cerca del cliente final y en consecuencia más cerca de nuestros PAS para que puedan resolver y dar servicio inmediato. <mark>En</mark>

Escudo comercializamos todos los ramos patrimoniales con especialidad en seguros de automóviles, motovehículos y seguros de caución. Está claro que como Grupo podemos atender todos los ramos de la actividad. Dados los objetivos de búsqueda de mayor rentabilidad, en los últimos meses lanzamos la línea de hogar y estamos en pleno proceso de reinserción en el seguro de transporte público de pasajeros en todas sus modalidades.

#### MARIO TERUYA

El foco va a estar en los ramos que tienen que ver con las coberturas de salud, de vida y

de retiro, con el ecosistema tecnológico en sus dimensiones hard y soft, con las coberturas que salvaguardan a las empresas y organizaciones frente a fenómenos naturales de gran magnitud.

Obviamente que al reconfigurarse las sociedades, se reconfiguran los negocios y las empresas, y la industria aseguradora no es ajena a este fenómeno. Al contrario, por esa pérdida de seguridad, por este profundo movimiento que sacude vigorosamente a la forma de vida a la que estamos acostumbrados, el mercado de seguros va a ser uno de los más impactados. Ahí deberemos poner en juego toda nuestra inteligencia y nuestra sensibilidad para construir las respuestas para las nuevas demandas y las nuevas oportunidades que ya están surgiendo y que sin dudas surgirán.

#### GABRIEL BUSSOLA

No se trata solo de un ramo o producto, es una mirada más general la que debemos

enfrentar. El foco debería estar centrado en analizar toda la oferta, siendo muy innovadores, buscando productos más personalizados, más flexibles, más adaptados a los nuevos hábitos y técnicamente más sanos. Si cada empresa







www.fedpat.com.ar









#### 3. OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS POST COVID

aseguradora busca sus diferenciales de oferta, podremos ampliar el mercado asegurador. No me gusta pensar solo en la era post Covid-19, el desafío es ahora, que la urgencia que nos plantea la crisis no nuble nuestra visión de futuro.

#### MARTÍN AGOSTINO

Considero que el foco tiene que estar puesto en el cliente y en adaptar los productos y

servicios a las nuevas necesidades. No tanto en un producto o segmento en particular. Estar atentos, escuchar, aprender de lo va transitado y acompañar estos cambios creo será fundamental en la era post Covid-19. Concretamente en MAPFRE trabajamos continuamente para estar cada vez más cerca tanto de nuestros clientes como de los Productores y brindar un servicio de excelencia. Y en ese camino seguiremos. En este contexto en particular, logramos estar cerca a través principalmente de nuestros canales digitales, web de clientes y de terceros, WhatsApp de consultas y denuncias de siniestros, WhatsApp de Asistencia Vehicular y por supuesto también a través de nuestro contact center. También siendo flexibles y adaptando productos y servicios a las necesidades de nuestros clientes, por ejemplo, durante la pandemia hemos otorgado descuentos para comercios y PyMEs y para el personal de salud, flexibilizamos la gestión de cobranza, sumamos servicios a nuestros productos de hogar, entre otras acciones tendientes a acompañar a nuestros asegurados y PAS.

#### HORACIO SANTCOVSKY

Creo que puede haber un interés mayor por las coberturas de personas y de

salud, teniendo en cuenta la particularidad de esta crisis y el efecto pandemia. En Argentina hay mucho por recorrer en este sentido y sin dudas la figura del PAS es clave para asesorar a los potenciales asegurados.

#### JAVIER RAMÍREZ MAZZELLO

Vamos a trabajar fuertemente para mejorar el mix de nuestra cartera, intentando que el 80% de la misma pertenezca al

ramo automotor y el 20% restante a riesgos varios. Más allá de esto, debemos trabajar para hacer crecer la cartera en todos los ramos, la estrategia es hacer foco en los ramos de personas (Accidentes Personales y Vida colectivo) y en riesgos varios como Hogar, Comercio, Consorcio y Todo Riesgo Operativo. Para eso, estamos llevando adelante un ambicioso plan comercial que incluye la apertura de nuevas agencias en el interior del país, el fortalecimiento de nuestra red de Productores y el crecimiento de la sinergia entre nuestras unidades de negocio: Plus ART y PROF Seguros.

#### DANIEL MEJORADA

Más allá de nuestro expertise, creemos que ramos y coberturas referentes a los

riesgos de personas son las que definitivamente se deben considerar para, en principio, la generación de la tan ansiada conciencia aseguradora, mientras que hoy más que nunca, han tomado vital y fundamental preponderancia a la hora de consultar y generar coberturas y negocios. Seguramente, los demás riesgos inherentes a las diferentes actividades y usos, serán pasible de contratación, y creemos que pasarán a un segundo plano ocupando el lugar que en todo el mundo tienen, provocando el principio de resguardo de la persona para después dar cobertura a los diferentes riesgos patrimoniales.

JULIO SALVIOLI Cuando nos referimos al escenario post pandemia, estamos haciendo foco,

mínimamente, en el próximo año. Para 2021, se espera que la economía repunte, luego de la



"La innovación en productos deberá tener como ejes garantizar que los asegurados estarán protegidos en los nuevos escenarios económicos y sociales por venir"

**EUGENIO MUERZA** 





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







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

Servicios al Productor: 0800-333-7784

#### 3. OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS POST COVID



"Existen varios ramos y segmentos, con muy poca competencia, para especialistas, donde el que se anime puede obtener muy buenos resultados"

#### **FERNANDO VALLINA**

importante caída que se registrará en el actual. Por tal motivo, entendemos que se presentarán mejores oportunidades para el desarrollo de los negocios. En este sentido, el PAS debe, en primer lugar, rentabilizar su cartera, ofreciendo todos los productos que cada cliente necesite y, recién allí, procurar un crecimiento, conforme a las características y al potencial de su zona de actuación.

#### JUAN CARLOS LUCIO GODOY

Se debería hacer foco en los segmentos vinculados con los ramos de

personas en vida, accidentes personales y salud. A raíz de esta pandemia y como consecuencia de esta crisis sanitaria, hemos tomado conciencia de ello. Los cambios culturales son así, intempestivos, y en este caso la situación actual nos ha hecho más conscientes de lo importante que es

cuidar nuestra salud, el cuerpo, la mente y seguramente dedicaremos más tiempo a priorizar estos aspectos como lo estamos haciendo ahora. Por ende, dedicarse a la persona para cubrirla de la mejor manera ya no es un secreto, es una necesidad que debe hacerse así. Por último, quiero resaltar que las ventas digitales y los desarrollos tecnológicos que están surgiendo en nuestro país son nuevos ámbitos para poder hacer aseguramientos como también el ciberriesgo que es algo que se va a imponer porque todos estamos acumulando información que nos pueden robar en cualquier momento y a eso hay que asegurarlo. Yo creo que las nuevas coberturas están vinculadas con las nuevas tecnologías que están haciendo una disrupción en el mundo como consecuencia de la pandemia.

#### VANESA ROCCA

El cambio en los hábitos de consumo generará modificaciones no solo en las cobertu-

ras sino también en la forma en que las ofrecemos, la flexibilidad y la capacidad de adaptación serán las condiciones básicas a tener en cuenta a la hora de diseñar nuestros productos. Probablemente los consumidores nos exijan coberturas que sean un "traje a medida". Dentro de nuestro país, los seguros de personas son un gran pendiente con gran potencial de desarrollo, que en nuestro mercado todavía tienen una enorme potencialidad de crecimiento. También los seguros de Retiro tienen una gran posibilidad de desarrollo dentro del mercado.

#### OSIRIS TROSSERO

En Sancor Seguros contamos con un amplio abanico de productos para satisfacer las

más diversas necesidades en los ramos de seguros Patrimoniales, Agropecuarios y de Personas, que se suman a las coberturas de Riesgos del Trabajo a través de Prevención ART, los seguros de Retiro de Prevención Retiro, la medicina prepaga por medio de Prevención Salud y de manera reciente, también los servicios financieros de Banco del Sol. Siempre sugerimos a nuestros Productores Asesores que cuenten con una cartera lo más diversificada posible, para poder ofrecer un servicio verdaderamente integral, pero dejamos que cada uno adapte su oferta a las necesidades de sus clientes y a las particularidades de la zona en la que operan.





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 LA PALABRA DE LAS SOCIEDADES DE PAS

# Asesoramiento, cercanía y tecnología, la fórmula ganadora en la pandemia

La pandemia deja muchas enseñanzas y sirve para revalidar una figura clave para el mercado asegurador: el Productor Asesor de Seguros. Diferentes organizadores y Sociedades de PAS dan su mirada sobre su rol en el contexto de COVID-19 y todo lo que trae consigo este momento inédito e inesperado para el mundo entero.

Todos coinciden que el trabajo del PAS ha sido fundamental para contener a los clientes en este delicado momento, atravesado por la incertidumbre sanitaria, los vaivenes sociales y los problemas económicos. En ese sentido, los ejecutivos se refieren a los principales cambios que prevén para el negocio asegurador una vez superada la crisis.

La aceleración de los cambios tecnológicos que propició el aislamiento social obligatorio, la adopción de la modalidad de trabajo remoto y la necesidad de aplicar procesos mucho más ágiles para dar respuestas inmediatas a los clientes, son algunos de los puntos comunes a destacar.

E indagan sobre los ramos, coberturas, segmentos y tipos de productos en los cuales debería hacer foco el Productor Asesor en la era post COVID-19. La mayoría coincidió en que los seguros de personas tendrán gran preponderancia, a raíz de las consecuencias inimaginables que despertó el virus y la mayor conciencia sobre el cuidado de la salud y la vida de las personas.

#### ÍNDICE

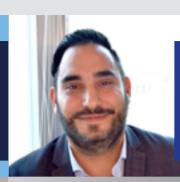
- 1. ¿QUÉ ROL CONSIDERA QUE VIENE TENIENDO EL PAS DURANTE LA PANDEMIA Y CÓMO HA SIDO SU LABOR APALANCADO CON LA TECNOLOGÍA? )80
- 2. ¿CUÁLES SON LOS
  PRINCIPALES CAMBIOS QUE
  PREVÉ PARA EL NEGOCIO
  ASEGURADOR UNA VEZ
  SUPERADA ESTA CRISIS? > 84
- 3. ¿EN QUÉ RAMOS / COBERTURAS / SEGMENTOS / TIPOS DE PRODUCTOS DEBERÍA HACERSE FOCO, PRODUCTOR ASESOR MEDIANTE, EN LA ERA POST COVID-19? ) 88





#### **VALENTÍN GUAS**

Vicepresidente ARG Broker y Panambroke



#### **LEANDRO CANOSA**

Director Técnico Grupo Gaman



#### **GUILLERMO ALONSO**

Vicepresidente Héctor Martínez Sosa y Cía.



#### MARCELO MONTAÑEZ

Presidente MGP Broke



#### **HUGO TITO**

Presidente National Brokers



#### ÁLVARO OTAZU

Presidente New Leaders Consultores en Seguros



#### MARCELO RODRÍGUEZ VALENTINI

Presidente RiskGroup Argentina



#### **GUILLERMO SALOMON**

Gerente Comercial SMSV Asesores de Seguros



#### CHRISTIAN ZIELIÑSKI

Director Comercial v Socio - Grupo TMG



#### **PABLO LÜHNING**

Presidente VISRED Asesores en Seguros

# 1. ¿QUÉ ROL CONSIDERA QUE VIENE TENIENDO EL PAS DURANTE LA PANDEMIA Y CÓMO HA SIDO SU LABOR APALANCADO CON LA TECNOLOGÍA?

#### VALENTÍN GUAS

El PAS durante la pandemia ha logrado confirmar que su participación es indispensable

herramientas que le han puesto a su disposición las compañías, cubrir todo tipo de necesidades planteadas por asegurados e inclusive terceros. Sin duda que todos, en mayor o menor medida, nos hemos visto afectados por los cambios surgidos a partir de la pandemia pero hemos tenido la capacidad de adaptarnos, y hasta en muchos casos hemos colaborado con las compañías, para instrumentar soluciones basadas en el uso de la tecnología y a partir de esto lograr dar respuestas a las distintas situacio-

nes y complicaciones que fuesen surgiendo

dentro de la industria aseguradora, logrando con las

#### LEANDRO CANOSA

La situación sanitaria y económica que atravesamos resalta el rol del PAS como el

profesional idóneo para el desarrollo de la actividad aseguradora. En situaciones de crisis, la técnica del seguro se vuelve vital, ya que un siniestro puede significar que el asegurado, ya sea en su figura de individuo o empresa, pueda ver alterado más que nunca los recursos que normalmente genera. Una empresa en crisis sin una cobertura ajustada a los riesgos a los que se encuentra expuesta, es una empresa que difícilmente pueda volver a funcionar en caso de que un siniestro se manifieste. Es el PAS, a través de su asesoramiento, ha puesto de manifiesto esta situación, ayudando a la comunidad asegurada a evitar caer en la trampa de ajustar sus

coberturas sin una dimensión real de las consecuencias. El Productor ha debido implementar y adaptarse en esta situación a diferentes herramientas tecnológicas que resultaron de gran utilidad para mantener una comunicación fluida con los clientes y con su equipo de trabajo. Los PAS que la pandemia encontró con una inversión en IT ya materializada, pudieron sortear estos días como una oportunidad de crecimiento para sus carteras manteniendo los estándares de servicio.

#### GUILLERMO ALONSO

El rol del Productor en estos meses fue fundamental, de hecho nunca se nos reconoció

tanto como en estos tiempos de pandemia, tanto por los asegurados como por las compañías. Cumplimos un papel muy importante de contención y de asesoramiento ante este nuevo escenario, a tal punto que desde las "fake news" hasta los medios de comunicación invitaban a la gente a dirigirse al Productor Asesor de Seguros para pedir descuentos, etc. Fueron y son tiempos desgastantes pero nos pusieron en el centro de la escena. Tampoco es menor el ir adecuándose a una operatoria prácticamente 100% digital, y en este punto el Productor también fue muy importante, llevando su cartera a esta nueva modalidad, donde si bien muchas compañías ya venían trabajando, faltaba mucho por recorrer y todo se vio precipitado.

#### MARCELO MONTAÑEZ

El rol del Productor de Seguros durante la pandemia ha sido diferencial. Su valor agregado

ha quedado en evidencia, a diferencia de lo que ocurre en condiciones normales donde parece quedar un poco más relegado. En esta coyuntura, su capacidad para asesorar y contener quedó demostrada, en contraposición a la venta de seguros por canales directos. Apoyado en herramientas tecnológicas -que se aceleraron en su uso y necesidad- y en conjunto con su profesionalismo y su contención humana, el Productor Asesor es el canal de venta de seguros más importante del mercado.



"Los PAS que la pandemia encontró con una inversión en IT ya materializada, pudieron sortear estos días como una oportunidad de crecimiento para sus carteras manteniendo los estándares de servicio"

LEANDRO CANOSA



HUGO TITO En toda esta nueva dinámica, los Productores y brokers, una vez más jugaron un papel fundamental. En

principio, atendiendo las distintas necesidades de los asegurados, enfocados en cada problemática en función del perfil del PAS y los distintos segmentos de clientes, identificando las actividades más afectadas por la crisis, articulando la contención de cartera y luego encontrando la mejor opción en función de la realidad de cada asegurado. En este contexto, el canal se convertirá en un motorizado de la reactivación. En la medida que la economía encuentre espacios de cierta normalización, seguramente la industria retomará su equilibrio. Con una rápida adaptabilidad, hemos contado con las herramientas tecnológicas adecuadas para brindar soporte de manera eficiente, con un nivel de demanda mayor al habitual, logrando una

excelente vinculación con los interesados, sea cual

fuere el canal que el usuario elija.

ÁLVARO OTAZU Sinceramente creo que en la enorme mayoría de los casos, el rol del PAS ha sido determinante

en el manejo de la pandemia y todas sus consecuencias comerciales, administrativas y de siniestros. Para el asegurado, contar con un referente cierto, responsable y dedicado, fue fundamental para resolver sus dudas y adaptarse de inmediato a la nueva realidad. Basta con ver la avalancha de descuentos y reconfiguraciones de póliza que se tramitaron en estos seis meses para advertir que ese tráfico, si no hubiese estado bien gestionado, hubiera colapsado a cualquier compañía y complicado a muchos departamentos de atención comercial, ya que no están calculados para ese volúmenes de operaciones directas y para tener tiempo de asesorar adecuadamente a los asegurados.

MARCELO RODRÍGUEZ VALENTINI Hoy nos encontramos frente al desafío de poder estar a la altura de los modelos de negocios emergentes y las

tecnologías que están adquiriendo cada vez más relevancia entre las startups. Esos nuevos emprendimientos han elevado la vara y están poniendo a prueba los límites de lo que un seguro puede ser, obligando a cualquiera que quiera seguir siendo



"El rol del Productor en estos meses fue fundamental, de hecho nunca se nos reconoció tanto como en estos tiempos de pandemia, tanto por los asegurados como por las compañías"

#### **GUILLERMO ALONSO**

competitivo a invertir en innovación a largo plazo. Frente a la búsqueda del cliente de una nueva experiencia, los brokers y aseguradoras más innovadores y ágiles estamos logrando una mayor penetración, mientras que otros todavía están teniendo problemas para organizar sus equipos de trabajo y definir su propio concepto de valor diferencial. Está claro que implementar nuevas tecnologías por sí solo no garantiza el éxito. El aumento de la customización, la mejora en la eficiencia y la creación de servicios ampliados que puedan satisfacer las cambiantes necesidades de los clientes, son hoy la prioridad.

#### GUILLERMO SALOMON

El rol que el PAS viene cumpliendo, y lo está haciendo muy bien, es estar

presente. Hoy se requiere su principal función que es la de asesorar, se necesita más que nunca el asesoramiento. La pandemia dejó entre otras cosas demostrado cuán importante es su rol, tanto para los asegurados, como para las compañías de seguros. Las circunstancias actuales demandan más trabajo y estar muy atentos y creativos para no dejar pasar oportunidades. El PAS también se está reinventando, generando nuevos hábitos de trabajo que llegaron para quedarse en su día a día laboral. Sin ir más lejos, la incorporación de herramientas para tener reuniones virtuales genera muchos beneficios y permitió al PAS estar presente desde otro lado, posibilitando cumplir su rol principal. Tecnológicamente, las aseguradoras se adaptaron rápidamente, facilitando y complementando la tarea del PAS. El mercado está cada vez más exigente, cambiaron procesos y metodologías. Otorgar



"En la enorme mayoría de los casos, el rol del PAS ha sido determinante en el manejo de la pandemia y todas sus consecuencias comerciales, administrativas y de siniestros"

ÁLVARO OTAZU

1. ¿QUÉ ROL CONSIDERA QUE VIENE TENIENDO EL PAS DURANTE LA PANDEMIA Y CÓMO HA SIDO SU LABOR APALANCADO CON LA TECNOLOGÍA?

> herramientas más flexibles para la comercialización, junto con la tecnología, ayudan al PAS a ser más eficiente y reinventarse.

CHRISTIAN ZIELIÑSKI Sin lugar a dudas, la pandemia y las medidas posteriores tomadas por el

gobierno, han elevado la consideración de la gente en cuanto al rol del Productor Asesor de Seguros. Fuimos fuente de consulta desde el inicio mismo de la cuarentena, sobre las disyuntivas respecto al alcance de coberturas, pedidos de rebajas, solicitudes de cobertura financiera en riesgos industriales o comercios donde vieron cerradas sus puertas por mucho tiempo, y siniestros en el marco de la cuarentena. Todos fueron canalizados de manera profesional y adecuada, trabajando todo nuestro staff desde nuestros hogares. En ello hago un especial agradecimiento a nuestra equipo, que supo dar

respuesta, inclusive fuera de los horarios establecidos como atención laboral, para dar servicio en un momento muy particular. La tecnología nos ayudó, desde las páginas web de las aseguradoras e inspecciones remotas, para que todo pueda seguir su curso.

PABLO LÜHNING Pasamos por varias etapas. La primera fue el miedo, es decir, sobre cómo deberíamos

trabajar con nuestros asegurados y PAS, medios de comunicación, formas de comunicarnos, qué contención le dábamos a nuestros equipos, etc. Después llegó la etapa de retención de cartera con nuestros PAS, donde debimos focalizarnos en mejorar las tarifas por el no uso de su bienes o la baja actividad. Ahora es momento de pensar en la tecnología de comunicación con cada uno de los equipos y la red de Productores Asesores de Seguros.



SSN SEPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

# ¿Sos Productor de Seguros? Intégrity te está buscando

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

- Contamos con más de 20 productos y una cartera de coberturas para todo tipo de riesgos.
- Te ofrecemos el mejor equipo técnico y comercial para que juntos encuentren la cobertura que tu cliente necesita.
- Llevamos de viaje a más de 50 Productores todos los años con el programa de incentivo Intégrity Champions.
- Sumamos a más de 200 productores en cada una de las capacitaciones del programa anual Intégrity Academy.
- Pagamos en tiempo y forma tus comisiones sin excepción, y si tenés que cobrar un día feriado ite la adelantamos!

Hoy, más de 2000 Productores confían en Intégrity Seguros. **Sé parte vos también.** 

Escribinos a quieroserpas@integrityseguros.com.ar o ingresá a www.integrityseguros.com.ar/ser-productor y solicitá tu alta.





# 2. ¿CUÁLES SON LOS PRINCIPALES CAMBIOS — QUE PREVÉ PARA EL NEGOCIO ASEGURADOR UNA VEZ SUPERADA ESTA CRISIS?

#### VALENTÍN GUAS

Parte de los cambios ya se dieron o estamos transitando el proceso, y esta adaptación

en algunos casos nos ha demandado un esfuerzo adicional. Hemos visto cómo los asegurados han aceptado con gran beneplácito el cambio de modalidad en los medios de pago no presenciales, aunque continúa habiendo un remanente de clientes que exigen como comprobante la póliza en papel. La digitalización es un hecho en nuestra actividad y este cambio se aceleró durante la pandemia.

y este cambio se aceleró durante la pandemia. Seguramente, en el futuro cercano, vamos a ver más compañías e intermediarios sumando tecnología en sus procesos a la par de la adaptación de los clientes y de las necesidades que vayan surgiendo.

aceleración en el proceso de concentración en el

#### LEANDRO CANOSA

Tal vez, el principal cambio que traiga aparejado la pandemia sea una

mercado asegurador, tanto desde el punto de vista de la intermediación como de las compañías aseguradoras. Se ha profundizado la necesidad de contar con mayores herramientas de ventas, tecnológicas o de recursos humanos y es creciente la búsqueda de los PAS de socios estratégicos en aquellas Organizaciones que han invertido a conciencia a lo largo de estos años para brindar dichas oportunidades. El tipo de relacionamiento con los asegurados también sufrirán cambios, la imposibilidad del trato personal impuso canales de comunicación que se fortalecieron y el PAS deberá adaptarse, invirtiendo en herramientas tecnológicas y adecuando los modelos de gestión de acuerdo a las necesidades del cliente. Es posible que se den modificaciones o nuevos productos que busquen ajustarse a los cambios en el desarrollo de la actividad económica.

#### GUILLERMO ALONSO

Es difícil hacer un análisis sobre el futuro. Simplemente entiendo que todos

coincidiremos en que hay algunas cosas que llegaron para quedarse, como pueden ser las reuniones virtuales, el home office, etc. Esto no quiere decir que todos cerraremos las oficinas o que no haremos nunca más una reunión presencial, solo que estas costumbres vinieron para complementar la labor tal como la veníamos desarrollándola antes de la pandemia. Lo que me parece preocupante es cómo quedan paradas las compañías después de esta crisis, creo que se verá a las aseguradoras con verdadero respaldo y aquellas que lo tengan, sobre todo las internacionales, serán las que decidan seguir apostando a este mercado tan cambiante.

#### MARCELO MONTAÑEZ

Los principales cambios que veo en el mercado asegurador están

directamente relacionados a la adopción tecnológica. En cuanto a las compañías, se vislumbra una aceleración en la evolución tecnológica, en la cual casi la mayoría de las aseguradoras han invertido en tecnología para la intermediación y para la gestión de su relación con sus asegurados. Aquellas compañías que contaban con desarrollos previos sacaron una gran ventaja y tienen la base para generar cambios aún más importantes y visibles. Las compañías que no cuentan con plataformas o desarrollos para agilizar su gestión y su vinculación con otros canales van a quedar muy relegadas en un mercado deprimido económicamente y con una feroz competencia de precios que prevalece como variable decisora para la elección y contratación de un seguro. Tendremos que ver qué sucede con las aseguradoras que por la caída de cobranzas están teniendo



inconvenientes de orden financiero. Tanto para las aseguradoras como para los intermediarios hubo un cambio de paradigma respecto del trabajo presencial. En líneas generales, el mercado se manejó muy bien con el trabajo a distancia y eso puede traducirse en cambios en los procesos internos que lleven a repensar el formato y la necesidad de tener una oficina para manejar el negocio. Bien aplicado, el trabajo remoto implica una baja de costos operativos y una maximización de los tiempos de trabajo -por ejemplo, al sostener una reunión virtual, en lugar de movilizarse hasta un punto de encuentro-, sin perder el nivel de atención. Otra virtud de este nuevo formato de trabajo, es que las compañías lograron, a través de distintas plataformas de webinars, llegar a más Productores con capacitaciones de productos que pueden ofrecer a su cartera como alternativa. En la era de la presencialidad, una charla de este tipo implicaba mucho tiempo fuera de la oficina y muchas veces eso afectaba la concurrencia.

HUGO TITO Sin subestimar los impactos lógicos por esta situación, creemos que vamos a salir

fortalecidos como sector. La pandemia operó como un gran acelerador que nos trasladó rápidamente hacia nuevos escenarios, donde los consumidores eligen otras formas de compra, soluciones más rápidas y a medida, a la vez sin dejar de demandar una atención personalizada, con alternancia cuando ello lo requiera. En cuanto a los operadores, la situación aceleró los procesos de respuestas a las demandas de servicio, teniendo que diseñar otras formas de dar respuestas, apalancados por los procesos de transformación digital. Entendemos que nos dejará un enorme aprendizaje pudiendo capitalizar nuevas

ÁLVARO OTAZU

oportunidades para la industria.

Creo que los principales cambios que se prevén para el negocio son las

reducciones drásticas de estructuras con atención al público en aseguradoras, brokers y

PAS. También la incorporación de tecnología en todos los procesos operativos, y los cambios en los modelos de comercialización que irán dando paso lentamente a un modelo de captación por medios digitales pero sin dejar de lado la fidelización de los vínculos en la medida de lo posible.

MARCELO RODRÍGUEZ VALENTINI La pandemia aceleró el cambio de mentalidad de la industria del seguro y, ahora, a paso firme

estamos ingresando a los primeros pasos de una transformación impulsada por la innovación y la digitalización. Obviamente la transformación no ocurrirá por sí sola, necesitamos líderes y personas talentosas para apoyar y seguir impulsando esta tendencia. Aquellos brokers y aseguradoras que no quieran quedarse en el pasado deberán inmediatamente introducir roles de liderazgo que impulsen la innovación, crear productos y servicios ajustados a las necesidades actuales y enfocarse en monitorear constantemente la experiencia y expectativas del usuario para mantener las transformaciones en el camino correcto.

GUILLERMO SALOMON Primordialmente vamos hacia un mercado más concentrado por la crisis.

Veremos un reordenamiento de los jugadores del sector. Las compañías requerirán grandes inversiones en tecnología y cuidar sus cuadros técnicos, ya que las inversiones no alcanzarán y la guerra tarifaria en la cual estamos inmersos es fuerte. La transformación digital, de la cual



"El aumento de la customización, la mejora en la eficiencia y la creación de servicios ampliados que puedan satisfacer las cambiantes necesidades de los clientes, son hoy la prioridad"

MARCELO RODRÍGUEZ VALENTINI



"Otorgar herramientas más flexibles para la comercialización, junto con la tecnología, ayudan al PAS a ser más eficiente y reinventarse"

**GUILLERMO SALOMON:** 

2. ¿CUÁLES SON LOS PRINCIPALES CAMBIOS QUE PREVÉ PARA EL NEGOCIO ASEGURADOR UNA VEZ SUPERADA ESTA CRISIS?



"Esta nueva realidad aceleró el proceso que se venía dando y nos lleva a pensar en achicar estructuras e invertir en tecnología para seguir dando una buena atención"

#### CHRISTIAN ZIELIÑSKI

tanto se habla, no es sólo para la venta online. La misma implica automatizar procesos, experiencias del cliente, desarrollar más soluciones tecnológicas, facilitar la tarea de la cobranza. El comercio electrónico y los servicios digitales deben permitir al mercado ser más eficiente. Facilitar la tarea del PAS debe ser un objetivo de las aseguradoras. El consumidor demanda nuevos servicios, repensar las coberturas tradicionales, desarrollar productos de pago por uso, mayor oferta de productos que giren en torno a la salud, cada vez más personalizados, son una de las tantas nuevas exigencias para el mercado.

#### CHRISTIAN ZIELIÑSKI

Creemos que el home office llegó para quedarse por un buen tiempo, en principio

hasta que se vea plasmada una vacuna de aplicación masiva. Esta nueva realidad aceleró el proceso que se venía dando y nos lleva a pensar en achicar estructuras e invertir en tecnología para seguir dando una buena atención. Y gracias a Dios se respondió de la mejor manera. Con lo cual, seguramente la imagen del Organizador que tenía la oficina lindera a la aseguradora, irá desapareciendo para descentralizar las tareas. Por otro lado, las peritaciones digitales también han llegado para quedarse, y el uso de apps de celulares ágiles marcarán las tendencias en la elección de los nuevos consumidores.

#### PABLO LÜHNING

Uno de los principales cambios será la nueva modalidad laboral.

Definitivamente, el trabajo en equipo, la nueva comunicación, la medición de actividades y la importancia de los tiempos en nuestra vida diaria y los de nuestros clientes son ejes centrales. También trabajar pensando en el otro. Ya no hay diferencias de áreas. Todos somos un solo equipo de trabajo buscando solucionar el problema integral del PAS y de los clientes.

#### **National**brokers

"La pandemia operó como un gran acelerador que nos trasladó rápidamente hacia nuevos escenarios, donde los consumidores eligen otras formas de compra, soluciones más rápidas y a medida, a la vez sin dejar de demandar una atención personalizada"

**HUGO TITO** 







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.laeguitativa.com.ar (011)5070 3000

## Sos Productor? Participá del Programa de Incentivos de La Equitativa

Podés ganar fabulosos premios

# Todavía estás a tiempo!!!



#### 3. ¿EN QUÉ RAMOS / COBERTURAS / SEGMENTOS / TIPOS DE PRODUCTOS DEBERÍA HACERSE FOCO, PRODUCTOR ASESOR MEDIANTE, EN LA ERA POST COVID-19?

#### VALENTÍN GUAS

La situación económica del país es determinante en nuestra actividad y por ello

tenemos que estar atentos para saber en qué sectores van a comenzar a surgir oportunidades.

Argentina tiene por delante un gran cambio en cuanto a la conciencia aseguradora y a medida que la misma vaya creciendo vamos a tener la oportunidad de desarrollar ramas como vida, salud, seguros relacionados con la tecnología, seguros para comercio con opcionales de pérdida de beneficios, además de los seguros tradicionales que se comercializan y que, por una cuestión natural de expansión económica, también se verán beneficiados.

#### LEANDRO CANOSA

Hoy más que nunca es necesario que el PAS sea versátil y tenga una visión

integral del asegurado. No creo que se deba apuntar a un nicho en particular sino ampliar el abanico de productos de acuerdo a las necesidades que surgieron recientemente. Se hizo evidente en el tiempo que estamos atravesando la necesidad de proteger la tecnología tanto en el caso de los dispositivos de los individuos como la cobertura para aquellas empresas que puedan ver afectado su normal desenvolvimiento por riesgos cibernéticos. Vida y salud son ramos que se llevan a nivel mundial, a diferencia del mercado argentino, la mayor

cantidad de prima comercializada, por lo que creemos que es un momento oportuno para su desarrollo teniendo en cuenta la mayor conciencia aseguradora que producto de la pandemia se ha creado. Por último, teniendo en cuenta a las actividades primarias como el núcleo más importante de la economía nacional, la cobertura de riesgos agropecuarios es un ramo que estimamos tendrá cada vez más relevancia.

#### GUILLERMO ALONSO

Considero que los productos de vida y salud van a ser mirados de otra manera por

los consumidores, de hecho ya hay una demanda distinta, y la gente está valorando mucho la consulta virtual con un profesional, que algunos productos lo prevén.

#### MARCELO MONTAÑEZ

Creo que la clave está en salir del commodity. Si bien las herramientas tecnológicas

nos permitieron agilizar y modernizar nuestro trabajo, son las mismas que nos presentan una férrea competencia a la hora de la contratación.

Es preciso volcarse a productos más complejos, que nos posicionen por encima de los canales de venta directa, que necesiten de la intervención y profesionalismo del Productor para ser contratados. Es decir, seguros de Property, Casualty y los seguros de personas como los de vida, donde el PAS aporta un plus con su experiencia, profesionalismo y conocimiento del mercado.

## AIRG

"Argentina tiene por delante un gran cambio en cuanto a la conciencia aseguradora y a medida que vaya creciendo vamos a tener la oportunidad de desarrollar ramas como vida, salud y seguros relacionados con la tecnología"

**VALENTÍN GUAS** 

#### HUGO TITO

Sin dudas que la pandemia ha generado importantes cambios a nivel mundial, con impacto en

todos los actores económicos. A partir de una serie de sucesos, existe una nueva forma de entender el funcionamiento global. En particular, en la actividad aseguradora se observan algunas oportunidades de negocios que podrían movilizarse fuertemente. Por ejemplo, en el marco de la situación sanitaria, todo apunta a



que el seguro de salud seguirá creciendo a corto y mediano plazo. También es esperable un incremento en los seguros de vida, ya que podrían verificarse nuevas formas de percibir los riesgos y la necesidad de brindar protección patrimonial pensando en la familia.

ÁLVARO OTAZU Entre los segmentos y tipos de productos en los cuales debería hacerse foco a futuro,

yo destaco a los microseguros, a los seguros de personas en general, Combinado Familiar, seguros de salud, y nuevas coberturas específicas vinculadas al COVID-19.

MARCELO RODRÍGUEZ VALENTINI La venta personalizada, la complejidad del servicio, los aspectos regulatorios y la naturaleza fundamental del

producto (pagar por algo que podría no llegar a ser utilizado) por mucho tiempo aislaron a nuestra industria de aplicar cambios profundos. Todos estos factores continúan estando, pero nuevos factores han creado condiciones que nos obligan a pensar diferente, a reimaginar el negocio, sus productos y servicios, y a desarrollar nuevas estrategias que, necesariamente, se apalancan en lo digital. Para ello deben adaptarse a todos los procesos para ser cada vez más ágiles. Según Bruno Abril, Global Head of Insurance en Everis: "En la era de la inmediatez, las personas buscan tener experiencias fáciles y rápidas cuando se relacionan con las aseguradoras". Y esto es inapelable para todas las empresas del sector pensando en la era post COVID-19.

#### GUILLERMO SALOMON

A mi criterio, el PAS debe trabajar cada día para ser especialista en la mayor

cantidad de riesgos posibles. Cada asegurado que posee debería recurrir a su PAS por cualquier necesidad de asesoramiento en seguros. Ya no sirve comercializar ART y dejar de lado los otros riesgos laborales, o actuar solo en riesgos patrimoniales y no Vida, porque de esa forma se está dejando un espacio para que ocupe otro. Post COVID-19, todo seguro orientado alrededor de la salud será muy bien recibido. Hay mayor conciencia del riesgo, y está claro que para aquellos PAS que se dedican a patrimoniales,

este riesgo requiere una nueva metodología de trabajo, a la cual se debe adaptar. El foco debería estar en vida individual y colectivo, obligatorios, riesgos agrícolas, sepelio, retiro y cyber riesgos que den protección a la información, entre otros.

#### CHRISTIAN ZIELIÑSKI

Muy probablemente los seguros de salud y para viajeros será algo que tenga

mucha demanda post pandemia, porque los gobiernos querrán asegurarse una red de contención en caso de hospitalizaciones, ya sea en el plano interno o por viajes al exterior. Ojalá el país acompañe para estabilizar el ramo vida, porque la demanda está y lo que nos falta es una moneda menos volátil. <mark>En cuanto a</mark> patrimoniales, es un enigma. Mucho dependerá del marco económico en el cual quedemos post pandemia. Si se irá por el lado de la obra pública y los seguros que se activan en su desarrollo, o cuáles serán las alternativas en el marco particular. Lamentablemente el sector privado quedó en una situación muy delicada como para confiar en un avance pujante desde ese lado. Pero tenemos experiencias en crisis como sociedad y quizás ese sea un punto a favor para afrontar la cuesta que viene.



Sin dudas, tenemos que pensar en las tendencias, en lo que se viene a nivel medio

ambiente, salud, vida, nuevas formas de movilidad, por ejemplo. Debemos trabajar sobre capacitaciones más profundas para nuestros PAS, para que sean verdaderos asesores integrales, tanto de Individuos como de empresas.



"Es preciso
volcarse a
productos más
complejos, que
nos posicionen
por encima de
los canales de
venta directa,
que necesiten de
la intervención y
profesionalismo
del Productor para
ser contratados"

MARCELO MONTAÑEZ



"Debemos trabajar sobre capacitaciones más profundas para nuestros PAS, para que sean verdaderos asesores integrales, tanto de Individuos como de empresas"

PABLO LÜHNING

RIESGOS DEL TRABAJO

# El mercado asegurador, proactivo y preventivo para combatir la pandemia

SEGUROS dialogó con Pablo Pescie, Director del Instituto Argentino de Salud y Presidente de la Sociedad Argentina de Medicina del Seguro, quien explicó todo lo que hace a la Medicina de Seguro en tiempos de COVID-19, a la actuación del mercado asegurador -pensando en los asegurados, recursos humanos y la sociedad en general- y en particular a las ART con las denuncias y trabajadores infectados. Además, se refirió al rol creciente y futuro de la telemedicina.

### En qué consiste la Medicina del Seguro y cómo se ha adaptado a este contexto de pandemia?

—La Medicina del Seguro es una disciplina médica que lleva adelante sus labores en todas las esferas del seguro donde la medicina este presente. Actúa principalmente en seguros generales, en seguros de automóviles, en seguros de vida, en seguros de Riesgos del Trabajo con asegurados o terceros lesionados o enfermos donde se otorgan prestaciones médicas, seguimiento médico, y/o valoración médica del daño corporal, entre otras acciones médicas.

englobados en el equipo de salud. Y esto es propio también sin duda de la Medicina del Seguro. Las acciones han sido evolutivas, a medida que se definían protocolos, trabajos científicos, resultados, etc. Hay que diferenciar en este caso la cuarentena, que fue lo que definió el cambio de acciones necesarias para continuar llevando adelante la práctica médica en el seguro, de la pandemia, que estuvo dada por la definición epidemiológica y sus consecuencias en la salud. Dentro de las acciones tendientes a regularizar la práctica, se desarrolló la telemedicina. A través de sistemas ad hoc o regulares se evolucionó en el seguimiento de pacientes o en la valoración médica del daño corporal a través de telemedicina. Esto tiene tal relevancia que desde la Sociedad Argentina de Medicina del Seguro dedicaremos la Actividad Científica de fin de año a este tema.



#### -¿Cómo ha actuado el Sistema de Riesgos del Trabajo, a través de las ART, para atender esta situación extraordinaria?

—Inicialmente los riesgos biológicos como el COVID-19 solo se consideraban en los trabajadores que por sus labores se encontraban expuestos. Así entonces quienes estaban expuestos eran, en general, el equipo de salud, laboratorios, etc. A través del Decreto 367/2020 del 13/04/2020, se consignó al COVID19 como una enfermedad de carácter profesional no listada. Esto significa que las ART deben dar cobertura a todos los trabajadores que contraigan la infección cuando desempeñen actividades y/o servicios por el hecho o en ocasión del trabajo.

A raíz de ello, la cobertura por parte de las ART se hizo efectiva cubriendo el riesgo biológico producto del COVID-19, lo que obligó a profundizar las acciones y equipos para llevar adelante tal cobertura.

En este trabajo de cobertura, entre otras acciones, también se profundizó la práctica de la telemedicina como instrumento de seguimiento de pacientes COVID-19 positivo de carácter asintomático o con síntomas leves. El resultado ha sido ampliamente satisfactorio, ya que permitió asignar los recursos de manera eficiente y lograr mejores resultados.

—¿Qué marcan las estadísticas de la SRT? Más allá de los indicadores, ¿qué es lo que se ha vivido desde el lado de los médicos y profesionales de la salud en los primeros 6 meses de cuarentena? ¿El pase del tiempo permitió fortalecerse a partir de la curva de aprendizaje de la pandemia o, por el contrario, genera un desgaste general para atender a los pacientes?

—De acuerdo al informe de la SRT del 22 de septiembre de 2020, el Sistema de Riesgos del Trabajo cubrió más de 111 mil denuncias. De esos casos, el mayor porcentaje pertenece a personal de salud; el porcentaje restante corresponde a ventas de bienes y servicios, tareas de mantenimiento y limpieza, empleados de transporte de pasajeros y trabajadores de la seguridad privada como los más destacados, completando el 100% los demás rubros.

La SRT estima que, a través del fondo fiduciario de enfermedades profesionales, desembolsará \$ 7.400 millones en concepto de ILT e indemnización por fallecimiento. Esta cifra no incluye los gastos por prestaciones médicas y en especie.

Como mencionara antes, la pandemia en general y la cuarentena (ASPO) en particular ha impactado en todas las esferas humanas. La esfera social, psicológica, económica y profesional, entre otras, tuvieron

impacto muy significativo. El equipo de salud es parte de ello y por ende ha padecido el impacto en todas las esferas descriptas, pero con un dato relevante: debe llevar adelante una de las acciones necesarias para controlar esta pandemia que es el cuidado de la salud de las personas. Es decir, además de convivir con los propios impactos de la pandemia, debe por su profesión trabajar para curar, calmar y/o consolar. Y este actuar se efectúa para los pacientes con COVID-19 como para el resto de los pacientes con enfermedades diferentes a las producidas por el virus.

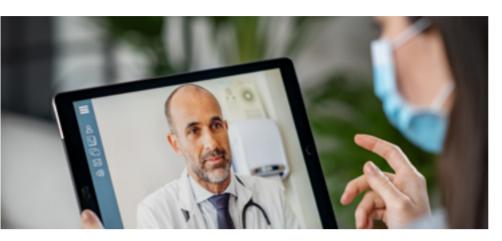
En este marco se ha visto que el control, seguimiento y tratamiento de enfermedades "NO COVID-19" se han visto impactadas negativamente, ya que las personas no concurren a consulta o tratamiento para evitar eventuales contagios virales no deseados. Esto, post pandemia, puede mostrar resultados nefastos debido al no control/tratamiento de tales enfermedades.

La evolución en el tiempo y las investigaciones han mostrado a lo largo de esta pandemia, que en el país ya lleva más de 6 meses, cambios sustanciales que se han plasmado en los protocolos que se han ido generando. Tan es así que, desde marzo, al comienzo de la cuarentena, se han ido variando conductas como el aislamiento (originalmente de 14 días y actualmente de 10 días), los tratamientos, los resultados, etc. Todo ello sin duda ha ido en general para mejor, con mejores resultados obtenidos. Pero también es cierto que el personal de salud abocado a trabajar en esta pandemia se ha ido agotando a través del tiempo en virtud de la carga de trabajo, el estrés que significa, las horas destinadas a las labores, las horas destinadas al estudio y la actualización. Esto hace que el rendimiento actual de un profesional de la salud es considerablemente menor que el que podría encontrarse al principio de este estado. A esto también se le suma el propio cuidado, ya que por sus labores es pasible de contagio con mayor probabilidad que otras profesiones o labores.



Son los millones de pesos que la SRT estima que se desembolsará en concepto de ILT e indemnización por fallecimiento, a través del fondo fiduciario de enfermedades profesionales (excluye gastos por prestaciones médicas y en especie).

"El personal de salud abocado a trabajar en esta pandemia se ha ido agotando a través del tiempo y su rendimiento actual es considerablemente menor"



"Desde la actividad aseguradora se han implementado medidas de prevención acordes para evitar contagios y complicaciones potenciales"

#### -¿Cuál ha sido el rol de la telemedicina en este año tan particular, en especial aplicada al seguro y Riesgos del Trabajo?

—Desde que se instaló la cuarentena se han ido adaptando y creando nuevas acciones y servicios médicos necesarios para llevar adelante las labores regulares. Esto sucedió en la salud en general y en la Medicina del Seguro.

En el marco de los seguros generales, las video-consultas han tenido un crecimiento exponencial. Desde el mes de marzo y hasta la fecha ese crecimiento ha sido bien recibido por algunas compañías, ya que a través de esas prácticas se pudieron resolver casos que de otra forma no hubiesen podido solucionarse. En Riesgos del Trabajo, bajo la órbita de la SRT, esto tuvo una aplicación propia y la Superintendencia ha llevado un control estricto de la práctica virtual. Hasta el momento se hace exclusivamente seguimiento de pacientes leves o asintomáticos que padecen COVID-19. Se efectuó una prueba, hasta ahora en análisis, para hacer seguimiento de casos leves, pero sin conclusiones aún.

Se debe decir que la vista médica virtual o video consultas tienen sus fortalezas, que se aplican al momento que se transita, y también sus debilidades al momento de la práctica médica. Es por ello que a través de video consultas la práctica está encuadrada en una serie de acciones, quedando para la consulta presencial otra cantidad de acciones médicas. Vale también mencionar que la video consulta ha sido un desafío para aquellos profesionales sin experiencia, lo que obligó a adaptar la práctica a esta nueva forma de medicina.

En la Sociedad Argentina de Medicina del Seguro programamos la actividad científica de la segunda mitad del año con este tema. Se disertará de forma virtual sobre la video consulta en valoración médica del daño. Ya veremos allí las primeras conclusiones sobre una práctica poco desarrollada hasta la llegada de la pandemia.

#### -¿Qué acciones en materia de prevención se han tomado desde el mercado frente al coronavirus? ¿Fueron efectivas/suficientes?

—Desde la medicina en general se ha actuado y trabajado intensamente en la prevención de contagios de COVID-19, entendiendo que esto es lo único efectivo hasta la aparición de la vacuna para evitar la infección y sus potenciales complicaciones.

Desde los organismos de salud nacionales, provinciales y municipales se han instaurado acciones tendientes a minimizar los contagios y con ello la curva de personas contagiadas a los efectos de adaptar el sistema de salud para que pueda dar cobertura médica a las necesidades que puedan surgir por la pandemia.

Desde la actividad aseguradora se han implementado medidas de prevención acordes para evitar contagios y complicaciones potenciales. Las acciones desde el mercado asegurador pueden referirse en distintas esferas: el cuidado de sus asegurados, el cuidado de sus recursos humanos y el aporte a la sociedad.

Respecto del cuidado de sus asegurados, la actividad destacada es la de riesgos laborales. Desde las ART y la SRT se llevaron adelante acciones con las empresas aseguradas y sus empleados (cobertura de home-work, cobertura total de personas con infección por COVID-19, trabajo de prevención para actividades esenciales, protocolos sanitarios, protocolos de vuelta al trabajo, etc.). En términos asistenciales, como se dijo, significó la atención de 111 mil denuncias, con todo lo que ello significa.

Respecto de sus recursos humanos, el mercado asegurador ha llevado adelante la puesta en práctica del teletrabajo, aporte de herramientas para poder llevarla a cabo, soporte de IT y también protocolos sanitarios y protocolos de vuelta al trabajo cuando esto amerita.

Y respecto del aporte a la sociedad, algunas







Contratá On Line tu seguro automotor ngresando 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 detupóliza, descargar cupones de pago y certificados.







#### **MEDIOS DE PAGO**











Teléfono: 0800 333 4455

Web: www.lanuevaseguros.com.ar Dirección: Bartolomé Mitre 4062 - CABA











Es la cantidad de denuncias que cubrió el Sistema de Riesgos del Trabajo, según el informe de la SRT del 22 de septiembre de 2020.

aseguradoras han efectuado donaciones a entidades abocadas al tratamiento y contención de personas con diagnóstico de COVID-19 como así también actividades de soporte para paliar las consecuencias sociales o económicas propias de la cuarentena.

#### —¿Qué lecciones o enseñanzas debe dejar esta pandemia pensando en la "nueva normalidad" post COVID-19?

—En general, se aprende y se re-direccionan conductas con circunstancias intensas o difíciles de transitar. Esto significa aprendizaje. En resumen, nos obliga a tener adaptabilidad y creatividad.

En este marco se pudo aprender de la pandemia y de la cuarentena que las cosas pueden cambiar de un minuto al otro. Y que lo más importante es poder reaccionar ante el estatus nuevo de manera adecuada y acorde a la nueva situación. Esto sin

duda se ha visto en nuestro país y especialmente en el mercado asegurador.

La "nueva normalidad" estará dada por las conductas que adoptemos todos y cada uno de nosotros y deberá responder, en este caso, a las necesidades que imponga el riesgo epidemiológico que se presenta. A ese riesgo epidemiológico se le podrían agregar los desafíos económicos, sociales, antropológicos, etc. Destaco una vez más que esa "nueva normalidad" será la que surja de nuestras conductas. Deberemos pensar qué queremos mirando hacia adelante para actuar de manera acorde teniendo en cuenta también lo que se hizo con anterioridad. Las lecciones aprendidas comienzan por uno mismo, siguen por su núcleo primario y continúan con su colectivo de trabajo, entre otros. Ese, entiendo, es el camino que dará como resultado el éxito de la "nueva normalidad".



#### Periodismo Independiente

Seguros - Economia - Salud - Finanzas - Política - flegacias

#### Expandiendo Avestro Horizonte

# SIMPLICIDAD TRANSPARENCIA EXCELENCIA N EL SERVIC

Con vos en cada momento



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



JORGE KLEIN

# 60 años en el mercado, medio siglo como Productor



AAPAS le sigue dando su merecido espacio a aquellos Productores Asesores de Seguros que han forjado la historia del sector y que han dejado su huella en la Asociación. Tal es el caso de "J.J." Klein, quien en diciembre próximo estará cumpliendo 60 años de actuación en el mercado asegurador.

Jorge arrancó como empleado de una aseguradora con apenas 15 años, y tras una década de trabajo, en el '70 decidió independizarse y operar como Productor, algo que -ya de manera marginal- realiza hace ni más ni menos que medio siglo. 50 años muy activos, que incluyeron un importante paso por AAPAS y hasta la fundación -junto a Manuel Lamas- de FIDESEG.

#### **SUS INICIOS**

"El 20 de diciembre de 1960 ingresé como cadete en la aseguradora Plus Ultra. Tenía 15 años y 8 meses de edad, recién terminado el ciclo básico de la escuela comercial, que completé al recibirme de Perito Mercantil en la secundaria Nº1 turno nocturno de Avellaneda", recuerda. Lo cierto es que renunció el 1/1/1970 para asociarse con un PAS e iniciar su carrera como Productor Asesor de Seguros.

Un lustro y medio después, en junio de 1975, adquirieron la empresa Asioma S.A., uno de los primeros brokers de seguros en Argentina. "Su titular, Daniel D. Gómez, ex Presidente de AAPAS, me inscribió como asociado en forma inmediata", cuenta Jorge sobre su llegada a AAPAS.

"Más allá de concurrir a algún evento organizado por la Comisión Directiva de la Asociación, mis energías estuvieron dirigidas al mejor asesoramiento de nuestros asegurados, empresas y públi-



Fui candidato a presidente y competimos contra el mayor responsable y alma mater de la existencia de AAPAS, el Sr. Eugenio Malvino.
Por supuesto, perdimos la elección"

co en general, y en el desarrollo como corredor de reaseguros activos y pasivos fundamentalmente con las aseguradoras argentinas, riesgos no monopólicos con el INdeR y aseguradoras latinoamericanas, y colocando en las empresas con base en Europa y en especial en el Lloyd's de Londres, creando pools de aseguradoras argentinas, paraguayas, brasileras, españolas, italianas y holandesas", resume respecto a su vasta y multifacética experiencia en el mercado.

Luego vendría su segunda sociedad. Al respecto, relata: "Entregamos la administración del run-off a nuestros asociados ingleses y concentré todos los esfuerzos al desarrollo de mi cartera de negocios, creando la sociedad COMITER Asesores de Seguros SRL, que dejó de operar en diciembre del 1999".

Tras ello, junto a tres colegas fundó Scrum Brokers SRL, que opera hasta la actualidad con su "socio y hermano de la vida" Carlos Alfredo Rodríguez. De esta manera, el próximo 20/12/2020 cumplirá 60 años en actividad.

#### **ACTUACIÓN EN AAPAS**

"Mi relación con AAPAS consistía en abonar la cuota de asociado, leer la Revista SEGUROS y estar cómodamente como espectador del trabajo de mis colegas, cediendo horas de su profesión en bien de todos los matriculados en la SSN, dictando cursos de especialización con importantes expositores, y mil actividades para elevar la profesión a los niveles de desarrollo del país con sus conocidos inconvenientes políticos, sociales, económicos, y sociales", rememora "J.J.".

En el año 1994, se dictó el polémico Decreto 855/94 (que permitía a los bancos y otros agentes no profesionales comercializar seguros) que llevó a la Asociación a llamar a una Asamblea para informar a los PAS su opinión sobre el contenido de la misma. "Un grupo de Productores entre los que me encontraba yo, nos retiramos de la Asamblea con cierto grado de disconformidad, lo que motivó reuniones informales de un grupo de 9 ó 10 PAS socios, iniciando una campaña entre colegas para realizar una reunión con las autoridades de AAPAS, sobre distintos temas. Ello fue rápidamente interpretado como un intento de cambio de los miembros de la Comisión Directiva, lo cual no estaba lejos de algunas realidades personales", prosigue Jorge sobre aquellos años.

Con el aval de las firmas de PAS exigidas por los Estatutos, se llamó a elecciones con voto secreto para la renovación de la Comisión Directa, en la cual el propio Jorge Klein era candidato a la presidencia. No la tenía sencilla. "Lo cierto es que competimos contra el mayor responsable y alma mater de la existencia de AAPAS, el Sr. Eugenio Malvino. Por supuesto, perdimos la elección. Contados los votos y tras proclamarse la nueva Comisión Directiva, se me acercó y se presentó el Sr. Manuel Ignacio Lamas y durante la conversación me informó que el candidato a presidente para el nuevo período sería él y que veía de muy buen agrado que en el futuro trabajáramos juntos. La aventura terminó con el acto eleccionario, y en ese entonces me aboqué plenamente a mi empresa, quedando AAPAS muy lejos de mi interés y de mi capacidad horaria para atender mis negocios y la vida familiar", detalla.

Pasado un tiempo, Raúl Mariani, quien acompañó a Jorge como Secretario en la lista, lo llamó para pedirle una reunión con Manuel Lamas en AAPAS en razón de que tenía inquietud ACTUALIDAD TRAYECTORIA JORGE JUAN KLEIN



#### JORGE JUAN KLEIN

- Edad: 75 años
- ) Formación: Productor Asesor de Seguros
- ) Organización: Scrum Brokers
- > Trayectoria en seguros: 60 años
- ) Actuación en AAPAS: 8 años
- > Familia: Casado, 2 hijas y 4 nietos

Con la asesoría del experto holandés Bernardo Krijbolder, se formó una mesa de trabajo en la que redactamos el Plan Estratégico de AAPAS, que al día de hoy no ha sido modificado en razón de que todos los tópicos tratados están aún vigentes"

de cambiar ciertas características de la Asociación y formar una comisión que se encargaría de presentar distintas opiniones sobre el mercado de seguros en general y de los PAS en especial. "Con la asesoría del experto de origen holandés Bernardo Krijbolder, se formó una mesa de trabajo que se reunía todos los lunes de 18 a 20hs, con la presidencia de Juan José Caeiro, con Sergio Sidero, Nilo Sidero, Raúl Mariani y yo como vocales, y algunas asistencias de Lamas. Fue allí que redactamos el Plan Estratégico de AAPAS, el que a pesar de la resistencia de algunos PAS, al día de la fecha no ha sido modificado en razón de que todos los tópicos tratados están aún vigentes", repasa respecto a otro de los hitos de la Asociación.

Jorge también recuerda las innumerables reuniones con las autoridades de Hacienda por la cobranza bancaria, con la SSN por los agentes institorios y tantos otros problemas que ocurrían en el mercado, con el asesoramiento del Dr. Carlos Cruz (hoy presidente de la Unidad de Información Financiera) y todo el personal de AAPAS. Y desde ya, no pasa por alto la creación de FIDESEG, de la cual fue Tesorero y, tal como destaca, lo llena de orgullo. La Fundación de Investigación, Difusión y Enseñanza del Seguro es un ámbito académico que procura contribuir, a través de tareas de investigación y docencia, al estudio de los temas propios de la actividad aseguradora.

"Deseo profundamente que las aseguradoras colaboren económicamente con AAPAS para fomentar el conocimiento de toda la sociedad argentina de la importancia del seguro y de la figura de Productor Asesor", remarca Jorge, quien acompañó una de las presidencias de Manuel Lamas como Secretario en un período en la CD. "Ya en ese entonces comenzó a notarse el interés de participar de colegas jóvenes como Marcelo Garasini y nuevas generaciones de hombres y mujeres que colaboran con sus padres y buscan nuevas metas en su vida comercial y en su entidad madre, AAPAS, lo cual me produce una gran alegría".

#### PRESENTE FAMILIAR

Con 70 años de edad y 55 años de actividad muy intensa como PAS matriculado y con Scrum Brokers como su Organización de Seguros, en el año 2015 se apartó de la actividad de forma activa, siendo una de sus hijas, Fernanda Mirta Klein, quien le dio continuidad al negocio familiar.

"Decidí reducir mis horas de trabajo por cuestiones de salud naturales para sexagenarios y disfrutar de la vida junto a mi esposa Norma, mi hija Alejandra y mis cuatro hermosos nietos Giuliana Sol, Gian Luca y Franco Vito Stigliano y Martina Luna Tedesco", concluye Jorge, sobre una vida muy activa y prolífica, con el seguro y AAPAS como capítulos preponderantes en su larga historia.



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



Comunicate con nuestros asesores comerciales al **0800 555 0278** 

# **GRUPOOMINT**

Nº de inscripción en SSN 0862/0894 Atención al asegurado

Organismo de control www.ssn.gob.ar



GRUPO GAMAN

# Un 2020 de construcción, ampliación y crecimiento

#### **GRUPO GAMAN**

Está conformado por Gaman Broker, Alea Corporativos, Quore Seguros de Vida y Ahorro, NextStep Tecnología y Fundación Bruna, atendiendo todos los segmentos de la industria aseguradora — Marc Herzfeld, Director Comercial del Grupo Gaman, le cuenta a *SEGUROS* todo lo que han logrado avanzar en este año de pandemia, en el que la mayoría se ha replegado y se ha mostrado conservador a partir de la incertidumbre y el parate económico generalizado.

Lejos de ello, este grupo empresario redobló la apuesta, renovando su imagen, ampliando su edificio principal y comprando nuevas instalaciones en el marco de su plan de expansión. La tecnología, con una empresa propia dedicada a todos los desarrollos digitales, es otro de los ejes estratégicos del Grupo Gaman.

—En el último tiempo, Gaman ha apostado fuertemente al crecimiento, sumando nuevas empresas al grupo y ampliando sus horizontes de negocios. ¿Cuáles han sido los hitos más importantes en ese sentido y cómo se vienen desarrollando?

—Creo que el hito más importante que nos planteamos y que cumplimos fue ser el broker que más vendiera en pandemia. En lugar de agazaparnos y de intentar defender lo que ya teníamos, nos enfocamos en crecer de forma inteligente. Una gran parte de este logro es nuestro Departamento de Planeamiento, a cargo de Maaiana Goldfarb.

Algunos de los hitos más importantes en conjunto con el incremento de ventas fueron la conformación del Grupo, la renovación de nuestras marcas e imagen institucional, afianzar nuestro organigrama, nuevas alianzas estratégicas en el interior, desarrollar nuevos segmentos de negocio como la Dirección de Riesgos Agrícolas a cargo de Rossana Sarale y afianzar nuestra cultura interna.

—La última noticia vinculada al crecimiento fue la compra de un nuevo edificio corporativo en San Isidro. ¿Cuál fue el objetivo de esta compra y qué expectativas tienen?

—La compra del edificio es por un lado una forma de profundizar este modelo que nos ha resultado virtuoso y poner a disposición no solo en materia de solvencia sino en pragmatismo todas las herramientas posibles a disposición del Productor.

En el pasado algunas compañías tomaban esta práctica de brindar espacio a sus Productores, pero paulatinamente la fueron abandonando. Puedo decir que nosotros, en cierta forma, hemos tomado la posta y retomamos y perfeccionamos este modelo.









SERVICO DE ASSTEMCIA AL ASEGURADO: La compañía de seguros dispone de un Servicio de Atención al Asegurado que atendesía las consultas y reclamos que presenten les tomadores de seguros, aseguradores, beneficiarios y/o derechohabientes. En caso de que el reclamo no haya sido resueño o que haya sido denegada su adisión o desestimado, total o pancialmente, podid comunicarse con la Superintendencia de Seguros de la Nación por teléfono al 0800 666 8400, comeo electrónico a demunciasi@ssn.gobar o por formulario web. El servicio de Atención al Asegurado está intergrado por. RESPONGABLE: (Raul Normando Moreno) SUPLENTE: (Sebastian Roberto Garcia Stutzenegger y Sergio Multoz Cords).

WWW.ORBISEGUROS.COM.AR







Grupo Gaman concretó este año la compra de un nuevo edificio, Gaman 2, situado en que cuenta con 700 m2, divididos en 2 pisos. El nuevo espacio se suma al de Moreno 794 (CABA), conocido como Edificio Gaman, que



#### **EN NÚMEROS**

Grupo Gaman cuenta con más de 90 mil clientes, 13 sucursales en el país y una red de 12 Brokers, 28 Organizadores y 450 Productores en todo el país

Es el volumen de primas en pesos que apunta a administrar en este 2020

Luego de tener claras muestras de éxito en la implementación de dicho modelo tuvimos pedidos muy específicos para seguir profundizando esta estrategia y eso desembocó en la adquisición del Edificio Gaman II en la localidad de San Isidro. No descartamos en el mediano-largo plazo replicar este modelo en el interior.

-El edificio Gaman era otra apuesta fuerte. Tras su remodelación concluida en marzo, ¿cómo se ha modificado el plan original de uso a partir de la cuarentena? ¿Qué funcionalidades tiene para el staff y sus PAS?

—Desde un principio el modelo específico que nos planteamos para el edificio fue un híbrido entre el modelo de WeWork y Lloyds. Planteamos el rediseño del edificio de tal manera que mantenía la privacidad de cada oficina individual, incluso con aires acondicionados en cada una de ellas.

Desde el punto de vista del retorno al edificio no tuvimos que hacer ninguna adaptación estructural, pudimos elaborar un protocolo de seguridad y prevención que le brinda la tranquilidad necesaria a guienes guieren venir a nuestro edificio de que tomamos todas las precauciones posibles.

En materia de tecnología, dos meses antes del inicio de la cuarentena ya habíamos implementado una transición de PCs de escritorio tradicionales a notebooks para todos nuestros empleados. Eso nos permitió iniciar la cuarentena una semana antes -como medida de prevención y cuidado- y poder

seguir con nuestras funciones sin inconvenientes.

 La faz tecnológica hoy es más importante que nunca y la pandemia lo ha ratificado. Uds. tienen una empresa dedicada específicamente a ello. ¿Cuál ha sido el foco en ese sentido y donde centrarán sus inversiones?

-El foco principal es darle las herramientas necesarias a nuestra red de Brokers, Organizadores y Productores para poder hacer su día a día más amigable. Estamos trabajando en un software que tendrá la capacidad de automatizar todos los procesos de gestión y administración de la cartera de asegurados. Estamos haciendo un trabajo intenso para generar la comunicación tecnológica necesaria con todas las compañías para integrarlas dentro de este programa.

Por otro lado, durante la pandemia, han aparecido temas puntuales como la ciberseguridad donde también pusimos foco, realizando alianzas estratégicas con empresas líderes en esta industria y para brindar una gama más amplia de servicios especializados.

-Finalmente, ¿hay más planes para ampliar el crecimiento, tanto de forma orgánica como inorgánica, por parte del grupo?

—Algo que nos destaca es siempre buscar nuevos desafíos, es por eso que tenemos grandes planes para seguir ampliando el crecimiento, en el corto, mediano y largo plazo. No solo nos planteamos crecer de forma orgánica e inorgánica sino también horizontal y vertical, afianzando los logros obtenidos para seguir edificando sobre seguro.





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























# 75 años de trayectoria, entre las líderes del mercado de seguros patrimoniales

La máxima responsable ejecutiva de Seguros Rivadavia hace un *racconto* de la historia tan particular de la aseguradora platense, que en este 2020 celebra sus "Bodas de Brillantes". Transporte, solidaridad y cooperativismo, tres aristas fundacionales que fueron evolucionando con los años, con un ADN que se mantiene inalterable. Los Productores Asesores de Seguros, sus aliados principales, en un contexto inédito de pleno cambio y transformación.

——— Se trata de un 2020 muy especial, para el mundo por la pandemia, y para Uds. como compañía, ya que en este contexto tan particular cumplen 75 años. ¿Cómo nació Rivadavia y cómo ha mutado a través de estos años?

—Seguros Rivadavia nació el 10 de julio de 1945, por iniciativa de un grupo de empresarios del transporte de la provincia de Buenos Aires que buscaban solucionar un problema coyuntural en relación con el aseguramiento del transporte público de pasajeros. Puede decirse que sus tres pilares fundacionales fueron: el Autotransporte Público de Pasajeros (los primeros colectivos comienzan a transitar las calles porteñas en 1928, como necesidad de un transporte económico para movilizar a muchos a trabajar y, en

1944, surge la Cámara Empresarial de la Pcia. de Bs. As., con el objetivo de dar respuesta a problemas comunes a todos); el Seguro Solidario (como una forma de operar en el mercado para brindar más y mejores servicios a sus asociados); y los principios Cooperativos (basados fundamentalmente en la solidaridad y que nacen como respuesta a las necesidades concretas del momento, asociándose para subsistir).

Los pioneros fundadores tenían una visión clara: constituirse en una empresa cooperativa con desarrollo y alcance nacional. Por eso, a partir de los años ´50, se inicia una expansión territorial, primero dentro de la provincia de Buenos Aires, la cual luego se extendería al resto del país. Este desarrollo, años más tarde, fue potenciado por la actuación de nuestros aliados principales: los Productores Asesores de Seguros.

Por otro lado, en los años ´60, ya consolidada y perfilada como líder del TPP, la empresa comenzó a incursionar en otros ramos. Inauguró su Casa Central en un punto estratégico de la ciudad de La Plata, que sería su hogar hasta fines del año 1983, cuando se mudó a la actual ubicación. Conscientes de que la tecnología aporta servicio al negocio, en plena década del ´70, se estrenó un moderno centro de cómputos en su Casa Central y, veinte años más tarde, fue la primera aseguradora que incorpo-



#### BIO

- ) Nombre: Rosana Ibarrart
- > Estudios: Contador Público
- ) Cargo actual: Gerente General
- ) Principales cargos previos:
   Jefe de Impuestos, Jefe Contable,
   Jefe Control de Gestión y Gerente de Sistemas
- ) Edad: 59 años
- ) Conformación familiar: En pareja, dos hijas



"A pesar de la pandemia, y con toda la plantilla trabajando en forma remota, seguimos avanzando con la realización de todos los proyectos iniciados o en cartera antes de comenzar este aislamiento"



En los primeros 9 meses del ejercicio económico, la facturación Seguros Rivadavia superó en 3 puntos el crecimiento del mercado y en 10 puntos la inflación.

ró el sistema de enlace vía satélite, lo que permitió atender en tiempo real y en todo el territorio.

Los finales de los ´90 y también los primeros años del nuevo mileno, fueron épocas difíciles para la empresa. Sin embargo, se pudo salir adelante a fuerza de trabajo, compromiso y esfuerzo y, con el correr de los años, comenzaron a advertirse signos de reactivación. La solución al transporte público de pasajeros que se había suscitado por ese entonces y había terminado con el cierre de algunas empresas del ramo, encontró su solución a través de la conformación de nuestra Mutual Rivadavia. A partir de ese momento, comenzó una recuperación de la actividad aseguradora y el liderazgo en el ramo Automotores, gracias a la expansión de la industria automotriz.

# —Las "Bodas de Brillantes" los encuentra en un momento inédito, de profundos cambios y reflexión. ¿En qué momento de Rivadavia llega esta pandemia?

—En estos primeros 75 años de trayectoria, pudimos posicionarnos entre las entidades líderes del mercado de seguros patrimoniales, en un sector concentrado y donde operan más de 150 compañías. Llegamos con solvencia y capacidad para afrontar eventuales etapas desfavorables a mediano y largo plazo. El porfolio de inversiones de la compañía nos ubica también entre las primeras del sector en este aspecto, manteniendo una política de inversiones que nos permite disponer de la liquidez suficiente

para afrontar sin dificultades las operaciones del día a día, aún en momentos como este, donde pueden ocurrir desequilibrios de los flujos de fondos.

A pesar de la pandemia y sus consecuencias, y con toda la plantilla de colaboradores trabajando desde sus hogares en forma remota, seguimos avanzando con la realización de todos los proyectos que teníamos iniciados o en cartera antes de comenzar este aislamiento.

#### -¿Qué balance hacen desde la faz operativa, desde que arrancó la cuarentena hasta la actualidad? El mercado asegurador demostró que estaba preparado para este imponderable...

—El mercado respondió y demostró estar preparado. Pudo adaptarse con más o menos dificultades y en forma ágil a la situación planteada. Se logró rápidamente conectividad para todos los empleados. La operatividad no estuvo comprometida, ni lo está, afortunadamente. Si bien hubo que adecuar algunas operatorias, creo que las personas están haciendo un esfuerzo aún más grande y elogiable, porque no estábamos preparados para hacerlo en estas condiciones. Si bien cada situación es diferente, se complica bastante estar toda la familia en la casa, necesitar todos estar conectados, a veces en espacios reducidos, trabajando con chicos muy pequeños o ayudando a los más grandes con sus tareas, en otros casos asistiendo a personas de riesgo, entre otras.



# #QuedateEnCasa De cuidarte nos ocupamos nosotros.





"El mercado va a aprender de esta pandemia, que nos obligó a cambios inesperados y nos ofrece la oportunidad de repensar, hacer foco y reanalizar una gran variedad de temas"

Esto lleva ya mucho tiempo, más de seis meses, y creo que el mayor desafío está en mantener la motivación de los colaboradores y de los equipos de trabajo en este contexto. El mercado va a aprender de esta situación, que nos obligó a cambios inesperados, y que nos ofrece la oportunidad de repensar, hacer foco y reanalizar una gran variedad de temas.

—¿Qué opinas respecto a la modalidad del teletrabajo? ¿Prevén la continuidad del mismo -en sus diferentes formatos posibles- post pandemia?

—El teletrabajo lleva ya muchos años en el mundo y esta situación de pandemia nos obliga a plantearnos que ciertas labores pueden desarrollarse desde el hogar, sin ningún inconveniente. No sólo le provocan al colaborador un mejor aprovechamiento de sus tiempos, sino que hemos comprobado que, en muchos casos, mejora la productividad. Podemos decir que se trata de un "ganar-ganar". Es posible su adopción para muchas tareas, siempre y cuando consigamos organizarnos para gestionarlo y supervisarlo.

Esta situación inédita que estamos viviendo, acelera los tiempos, y convierte lo que parecía imposible en factible. Hasta antes del aislamiento, no imaginábamos esta posibilidad para muchas de las tareas que hoy hacemos remotas, pero hemos logrado en gran medida hacerlas más eficientes, creando nuevas formas. El tema está sobre la mesa. Por otro lado, debemos tener en cuenta de qué manera avanza la legislación en este sentido. Al momento, tenemos una ley que aún no está reglamentada.

—El negocio asegurador ya venía con ciertas dificultades comerciales por el contexto económico previo al coronavirus. ¿Cómo afectó la pandemia a la "pata" comercial y cómo está hoy, tras más de 6 meses de cuarentena, pero con mucha mayor flexibilidad general?

—La actividad económica venía con una brusca caída, no solo local, sino también mundial antes de



la llegada del COVID-19 a la Argentina, y el sector asegurador no es ajeno a esa circunstancia. A pesar de ello, considerando estos vaivenes de la economía, en los primeros nueve meses del ejercicio la facturación Seguros Rivadavia superó en tres puntos el crecimiento del mercado y en diez puntos la inflación, además de lograr crecer en operaciones.

El escenario cambió radicalmente con la pandemia y el aislamiento. Generó inicialmente una pérdida de operaciones y también dificultades en las cobranzas. En tal sentido, las cobranzas se pudieron normalizar rápidamente. Por otra parte, las acciones comerciales que se fueron adoptando y la apertura gradual de muchas actividades, hicieron que se corrigieran esos efectos negativos iniciales. Particularmente, durante los meses de julio y agosto pasados, se comenzó a notar una importante recuperación.

#### -¿Qué medidas específicas han tomado, tanto de cara a los asegurados como el canal comercial?

—La rapidez con la cual se sucedieron los acontecimientos nos sorprendió a todos y debimos adoptar una batería de medidas, tanto internas como externas. Por un lado, garantizar la operación y el servicio, adaptando todos nuestros sistemas de atención y, por otro, establecer soluciones para atender la coyuntura.

Las primeras medidas fueron para llevar tranquilidad a nuestros Productores y asegurados, y lo primero que resolvimos fue prorrogar todos los vencimientos de aquellos clientes no bancarizados y ampliar el plazo para realizar la denuncia









## LOS 3 PILARES FUNDACIONALES DE RIVADAVIA:

- ) El AutotransportePúblico de Pasajeros
- ) El Seguro Solidario
- ) Los PrincipiosCooperativos

de siniestros. Luego, se sumaron a estas medidas iniciales algunas herramientas comerciales, a fin de que cada Productor Asesor, en función de la zona, el tipo de cliente, la problemática en particular, etc., estuviera en situación de brindar a su asegurado soluciones concretas de acuerdo con cada necesidad. Por ejemplo, contar con la posibilidad de reducir los planes, efectuar refinanciaciones, suspender temporalmente coberturas y ofrecer incentivos para el abono de las cuotas con medios electrónicos.

Asimismo, buscamos todo este tiempo estar muy cerca del PAS para evaluar cualquier solución no contemplada, a través de toda nuestra estructura comercial, así como nuestros centros de atención. En esta línea, lanzamos una campaña de concientización de los asegurados a través de nuestras redes sociales oficiales y demás canales de comunicación digitales, para realizar todos sus trámites desde su hogar, desde nuestra página web, nuestra aplicación móvil, nuestro Contact Center y demás medios de comunicación, apoyando la tarea de nuestros Productores Asesores y la situación sanitaria, además de generar información para el cuidado de la salud de nuestros PAS, asegurados y la comunidad en general.

-¿Han tenido que modificar su política de suscripción, aggiornar coberturas y/o lanzar nuevos productos para acomodarse al nuevo escenario?

—Nuestra empresa, como referente del mercado de seguros patrimoniales, viene desarrollando constantemente nuevos productos o impulsando una reingeniería de los preexistentes, de modo de llegar

con una oferta diversificada a los distintos segmentos de clientes. A modo de ejemplo, últimamente, se han producido modificaciones en ramos como transporte, responsabilidad civil profesional, todo riesgo operativo, caución de alquileres, motovehículos, combinado familiar, etc.

Durante la pandemia, lanzamos al mercado un nuevo producto para bicicletas, un medio de transporte que se viene difundiendo en las principales ciudades del mundo, no solo por su efecto no contaminante, sino también por su contribución a la salud. La pandemia, seguramente potenciará este medio de transporte y ahí queremos estar, con una oferta de valor para nuestros asegurados. Por otra parte, también fuimos dando respuestas a nuevas necesidades de cobertura que se fueron presentando producto de la pandemia, de repensar algunos servicios o de reestructurar algunas formas de atención para ajustarlas a las nuevas demandas.

## —El aceleramiento y amplificación de la ola digital a partir de la pandemia, ¿qué implicancias viene teniendo y puede tener en el canal de PAS?

—Básicamente, se pusieron en valor una gran variedad de formas de comunicarnos que, si bien ya estaban disponibles, su uso no se había intensificado. Las herramientas digitales fueron esenciales para interactuar colaborativamente con nuestros equipos de trabajo y, fundamentalmente, con nuestros Productores, a fin de escuchar y dar respuesta a sus necesidades.

No obstante, independientemente de estas cuestiones que estaban latentes y se aceleraron pro-







ducto de la pandemia, hay un aspecto que quedará marcado de modo indeleble y ello es la figura del Productor Asesor de Seguros.

Hemos sostenido que relacionar a la venta digital con la función del Productor, es desconocer su expertise y el funcionamiento del mercado asegurador. Sin el PAS y su labor profesional durante la pandemia, en cuanto a contención, asesoramiento y solución de problemas, hubiese sido imposible atender los requerimientos y necesidades de los asegurados. Si hay algo para destacar es este accionar. Y en la post pandemia, el rol del Productor será central, dado que el mercado se redujo, con una competencia muy agresiva. El asesoramiento a los clientes para que elijan a las aseguradoras por solvencia y servicio va a ser esencial en la realidad que se viene.

# —Rivadavia tiene un fuerte foco social, aspecto clave en estos momentos de tantas carencias y necesidades. ¿Qué han hecho a través de la Fundación y qué apuntan a futuro?

—A través de nuestra Fundación Raúl Vázguez se pudieron seguir realizando contribuciones fundamentales a hospitales y centros de salud, por ejemplo, en lo concerniente a necesidades de materiales y elementos de protección e higiene para los profesionales médicos surgidas principalmente por la emergencia sanitaria. Gracias a la valiosa colaboración de nuestros empleados y al esfuerzo de la Cooperativa, que triplica el aporte surgido del monto recaudado mensualmente por el personal adherente, en el último ejercicio económico se reunieron fondos por \$16 millones, que fueron distribuidos en unas 230 donaciones (alimentos, ropa de abrigo, útiles escolares, libros, material didáctico, pañales, mobiliario y equipamientos varios, brindando apoyo a diferentes instituciones).

"Sin el PAS y su labor profesional durante la pandemia, en cuanto a contención, asesoramiento y solución de problemas, hubiese sido imposible atender los requerimientos de los asegurados"

Cabe señalar entre las donaciones de mayor envergadura, las efectuadas entre los meses de marzo y junio en ocasión de la pandemia, consistentes en materiales e instrumentos de seguridad y protección destinados al personal médico y trabajadores de la salud de varias provincias, por un monto total superior a los \$3 millones; la de tres ecógrafos portátiles a Hospitales de Río Negro, Bariloche y Salta; y la provisión de un ecógrafo digital al Hospital de Niños de Córdoba. Asimismo, se dio continuidad a la habitual donación de "un peso por póliza", resignando parte de los ingresos producidos por las ventas para seguir contribuyendo a esta causa en beneficio de quienes menos posibilidades tienen.

## —Finalmente, ¿qué lecciones para el mercado y la compañía crees que va a dejar esta crisis? ¿Se vienen cambios de fondo o la "nueva normalidad" no será tan diferente a lo que muchos piensan?

—En la historia de la humanidad, las crisis fueron siempre fuente de nuevas oportunidades, porque nos obligan a replantearnos una infinidad de temas, algunos más profundos y otros no tanto, y nosotros estamos transitando esa etapa de repreguntarnos. Sin embargo, hay cosas que llegaron para quedarse, siendo imposible volver a lo anterior. Por ejemplo, las nuevas formas de comunicación, la transformación de algunos procesos esenciales, la "despapelización" permitiendo almacenar los documentos de manera electrónica, evitando el uso excesivo de papel, entre otras.





# Protegerte 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



# Una "Comunidad de Productores" que crece y se potencia año a año

SEGUROS dialogó con Horacio Inchaurbe, Director de SeguCom, un organizador con 26 años de trayectoria en el mercado y un modelo de negocios con una propuesta de valor bien definida. Apuntan a una comunión con cerca de 400 PAS que conforman no sólo un grupo de trabajo homogéneo, sino un verdadero grupo social. Disponen de un espacio creativo bajo modalidad de coworking, con programas de teletrabajo que ya realizaban pre-pandemia. Su mirada sobre el presente, el impacto del COVID-19 y el Productor Asesor de Seguros del mañana.

#### ¿Cuándo y cómo nace SeguCom?

Si bien como entidad Jurídica SeguCom nace en el año 2002, ya en el año 1994, en funciones de vinculación comercial de PAS a aseguradoras, observábamos con mi socio, Mariano Costa, que las estructuras administrativas de las compañías resultaban insuficientes y concluían en un servicio deficitario para los Productores de Seguros. Allí detectamos en esa necesidad insatisfecha, una oportunidad de brindarle al PAS un servicio integral, de manera de potenciar su fuerza de ventas.

Así fue como fuimos conformando un equipo de trabajo orientado en exclusividad al Productor, ofreciendo soporte técnico-comercial y



herramientas tecnológicas, en espacios creativos de trabajo, con el único objetivo de optimizar el rendimiento profesional de cada uno de los PAS integrantes del grupo. Con 26 años de trayectoria en el mercado, logramos conformar una sólida comunidad junto a casi 400 Productores, proyectando cimentar una identidad corporativa. -Uds. se definen como una "Comunidad de

# Productores". ¿Qué significa y de qué manera llevan adelante su propuesta de valor?

-Luego de convivir día a día con nuestros PAS, y darnos cuenta que nos acomunamos bajo un objetivo común, mediante una sinergia constante y dentro de una misma identidad, podíamos conformar, más allá de un grupo de trabajo homogéneo, un grupo social, y juntos establecer una comunión, que nos permita fortalecernos en el mercado. Allí surge la definición "Comunidad de Productores". Y hacia allí direccionamos todas nuestras estrategias.

El Productor Asesor es nuestro único cliente, por ello todas nuestras líneas de negocios están orientadas a hacer crecer su cartera, disponiendo de tecnología aplicada, para facilitar tareas administrativas, optimizando sus tiempos.

## —Han sido pioneros en la modalidad de trabajo de co-working. ¿Cómo surge la idea? ¿Eso les permitió mayor flexibilidad y eficiencia de gastos en el marco de la cuarentena?

-Continuando con la construcción de nuestra comunidad, varios PAS necesitaban un lugar estable para desarrollar sus tareas, con lo cual le otorgamos oficinas en nuestro piso 11. Luego de unos meses, observamos que las oficinas debían complementarse con servicios adicionales para estar a la altura de lo que exigen los PAS. Para ello ofrecimos mesas de trabajo comunes, con wi-fi y teléfono que mediante la tecnología IP, lo pueden llevar en su notebook o celular, una zona de café, un comedor con todos los amenities necesarios para pasar el día en nuestras oficinas.

De esta manera intentamos ofrecer, tanto a pequeños como a grandes Productores, de un espacio creativo que contagie y aliente los negocios. También contamos con ventajas de las más inusuales, como la flexibilidad de horarios, ayuda personalizada de los técnicos en seguros, acceso a una red global de Productores y eventos especiales. -Tras el avance obligado del teletrabajo por el contexto actual, ¿prevén un esquema diferente a futuro en materia laboral?



—Hace tres años venimos desarrollando un programa de "Trabajo en Casa" que nos permitió estar preparados para enfrentar la pandemia. Contratamos en el año 2017 los servicios de Google G-Suites, con lo cual basamos nuestro trabajo de forma virtual, ya sea en nuestras casas o en nuestras oficinas (servidores y terminales virtuales). Creemos que el teletrabajo llegó para quedarse, por las ventajas que éste ofrece, tanto en materia laboral como en el bienestar que brinda a nuestros RR.HH.

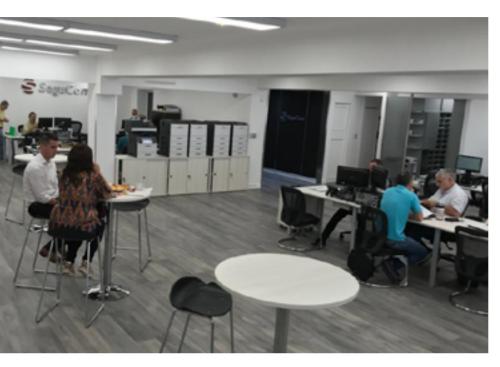
-Como parte de la Comisión de Sociedades de AAPAS, ¿cuáles son los principales temas comunes que ocupan y preocupan a todos los pares, independientemente de la pandemia?

-El contexto social-económico plantea una preocupación macro importante, lo cual hace



- > Nombre: Horacio Inchaurbe
- > Cargo: Director de SeguCom
- ) Edad: 65 años
- > Conformación familiar: Casado, dos hijos
- ) Hincha de: Ferro
- ) Hobbies: Fútbol

"El PAS es nuestro único cliente, por ello todas nuestras líneas de negocios están orientadas a hacer crecer su cartera, disponiendo de tecnología aplicada"



"Hace tres años venimos desarrollando un programa de "Trabajo en Casa" que nos permitió estar preparados para enfrentar la pandemia"

## PRINCIPALES SEGMENTOS EN LOS QUE TRABAJA

- ) Patrimoniales
- ) Vida
- ) ART

extremadamente difícil planificar. Específicamente nuestro mercado, no ajeno a la actualidad, se encuentra en una delicada situación, que preocupa, genera incertidumbre conforme a cómo se resolverá. Por ello debemos estar atentos al manejo financiero y comercial que las compañías puedan realizar ante temas tales como devaluación e inflación, y a posibles nuevas regulaciones que el ente rector imponga de aquí a los próximos períodos.

—A más de 6 meses del arranque de la cuarentena, ¿cuál ha sido el impacto comercial en términos generales y cómo está "la calle" hoy, en el marco de mayores flexibilizaciones?

—Sufrimos la paralización de las actividades en el mes de abril, donde en nuestro caso los niveles de producción se mostraron estables, y desde allí la curva comenzó a ascender y estimamos que vamos a cerrar el mes de septiembre con récord de producción en el año. Entendemos que a medida que se vaya recuperando mayor actividad comercial, la producción va a ir en aumento, siempre teniendo en cuenta al contexto social-económico.

-¿Cuál ha sido la principal tarea del PAS en estos meses y cómo ha variado desde el arranque de la cuarentena a este presente con más actividades funcionando?

—La tarea del PAS en estos tiempos de incertidumbre y crisis, se ha tornado fundamental en el soporte social ofrecido a sus clientes y en la comercialización, no solamente de seguros patrimoniales, sino también de los seguros de vida. La mayoría ha tomado esta crisis como una oportunidad para ampliar su cartera, y de esta manera balancear su cartera.

—¿Qué aprendizaje viene dejando el COVID-19 respecto al rol del PAS y el uso de las plataformas tecnológicas?

—Se veía venir la revolución tecnológica en el mercado, que sin dudas resultó acelerarse por la pandemia. Hoy el PAS puede manejar su cartera sin moverse de su casa, y lo que es más importante, sin debilitar el contacto diario con sus clientes. Los múltiples canales de comunicación nos permiten estar enlazados con el mundo exterior 24x7.

—Sin dudas, este 2020 obligó a la mayoría a rever sus planes y estrategias. ¿Dónde está puesto hoy el foco y hacia dónde están apuntando la mira pensando en la post pandemia?







**PARA ASEGURAR TUS VALORES.** 

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





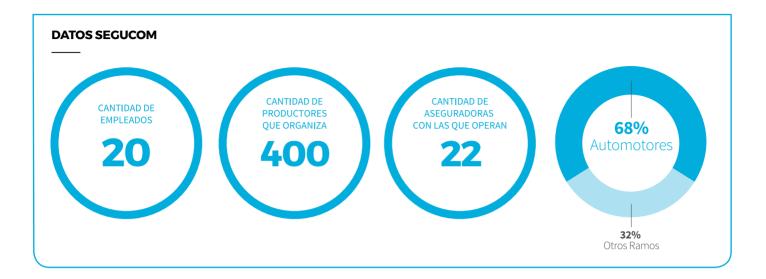
www.prudenciaseguros.com.ar » prudencia@prudenciaseguros.com.ar Palacio Houlder, 25 de Mayo 489 6°, CABA > 0800-345-0085











—Creemos que la pandemia nos ha permitido reflexionar sobre lo endeble que podemos llegar a ser ante imponderables, por ello el mercado tiene una oportunidad inigualable de expandir la cultura aseguradora en nuestro país, que hoy en día tiene muchísimo por desarrollar.

—¿Ven un nuevo mercado de seguros a futuro una vez superada esta crisis? ¿Cómo imaginan al PAS del mañana?

—Pensamos el PAS del mañana como un asesor fulltime, donde las herramientas tecnológicas y alianzas corporativas, le brindarán la posibilidad de poder organizarse y disfrutar de mayor tiempo libre, para disfrutar de su familia y priorizar su salud, dedicando tiempo a deportes o actividades físicas, donde será clave sociabilizar con sus pares, permitiendo estar al tanto de todas las tendencias del mercado y al mismo tiempo aumentar su calidad de vida.



"La pandemia nos ha permitido reflexionar sobre lo endeble que podemos llegar a ser ante imponderables, por ello el mercado tiene la oportunidad de expandir la cultura aseguradora"







Hace 75 años comenzábamos esta historia, emitiendo nuestra primera póliza.

Todo cambió y evolucionó, y nosotros también, manteniendo el espíritu y la visión de

Hoy, más de un millón de asegurados y seis mil productores confían en Seguros Rivadavia, en todo el país.

Por eso, queremos decir "simplemente, gracias".

Seguimos cumpliendo y creando un futuro juntos.

75 años protegiendo lo que más te importa



# Novedades en cuarentena

Las aseguradoras, más activas que nunca durante la pandemia

EXPERTA SEGUROS

# Lanzó seguro automotor y se propone liderar el sector



En el marco de su expansión en el mercado de seguros, Experta Seguros lanzó Experta Autos, un nuevo seguro para vehículos que viene a potenciar y complementar su propuesta en el sector, expandiendo las fronteras de la compañía en el país. De esta manera, el rubro de los seguros generales contará desde ahora con el Grupo Werthein, de vasta experiencia que en forma constante apuesta por Argentina y se propone retomar el liderazgo que supo tener en este rubro.

SAN CRISTOBAL SEGUROS

# Presentó tienda online para PAS y Alquiler Garantizado



San Cristóbal Seguros presentó su nueva tienda online especialmente diseñada para Productores Asesores de Seguros, los cuales pueden adquirir todo tipo de productos para clientes, para su propia oficina, para eventos zonales, salutaciones por fechas especiales o efemérides, con el objetivo de captar nuevos socios o fidelizar a su cartera. Por otro lado, la aseguradora lanzó Alquiler Garantizado, un Seguro de Caución pensado para aquellas personas que desean acceder a una propiedad en alquiler, pero no cuentan con las garantías exigidas por la inmobiliaria o el propietario.

SANCOR SEGUROS

# Banco del Sol, digital, con el PAS y foco en el interior



Se lanzó Banco del Sol, el banco digital del Grupo Sancor Seguros, que llegó para revolucionar las finanzas en el interior del interior del país, buscando posicionarse como el banco digital "más humano" con los más de 9.000 asesores del grupo y sus 200 colaboradores. Sancor Seguros invirtió U\$S 60 millones en la compra y desarrollo del mismo. De cara a los próximos 5 años, el banco apunta a posicionarse como uno de los 10 bancos líderes del país, habiendo sumado como clientes, a una parte sustancial de los

**PROF SEGUROS** 

# Seguro "low cost" para motos

La moto es probablemente hoy el vehículo más económico, más veloz y que mejor responde a las

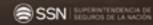


necesidades de distanciamiento social y seguridad sanitaria para trasladarse. En este contexto histórico causado por el COVID-19, PROF Grupo Asegurador continúa ofreciendo alternativas de cobertura "low cost" y beneficios que hacen que más clientes de motos se acerquen a la marca y se sientan realmente seguros en el medio de transporte más eficaz.



Somos lo que somos cuando estamos para el otro.





# Novedades en cuarentena

**CNP SEGUROS** 

# Nuevo sitio de autogestión para sus PAS

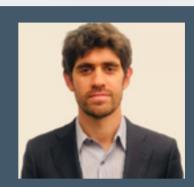
En medio del contexto de cuarentena y pandemia, CNP Seguros lanzó RED CNP, la nueva Oficina Virtual para la autogestión de todos sus Productores. A través de la misma, los PAS de la compañía acceden a una experiencia renovada para la visualización y gestión de su cartera, cotización y emisión de productos online y otras gestiones. Además, pueden acceder a material de comunicación, capacitación y contenidos multimedia para la venta de seguros.



LIBRA SEGUROS

# Designó a Juan Ignacio Perucchi como Gerente General

Libra Seguros designó a Juan Ignacio Perucchi como nuevo Gerente General. Desde la aseguradora agradecieron a Nicolás Cofiño por "su aporte de



valor y compromiso en todos estos años". Según destacaron, Perucchi llega para sumar desde la alta gerencia todos sus conocimientos, profesionalismo y procesos de cambios que los tiempos requieren. Tiene una amplia experiencia en el mercado asegurador, siempre con una mirada estratégica y transformadora, y se ha desempeñado tanto en el ámbito privado como público.

**GALENO SEGUROS** 

# Incursiona en Seguros Agrícolas

Galeno Seguros amplió su cartera de productos y ofrece su nuevo seguro de Protección de Cultivos especialmente diseñado para protegerlos sobre daños o pérdidas de rendimiento, brindando las mejores opciones de coberturas



**HDI SEGUROS** 

# Nueva cobertura pensada para comercios y PyMEs



HDI Seguros lanzó Integral de Comercio Express, un producto con coberturas a primer riesgo absoluto, que incluye planes de base establecidos en función de la exposición del riesgo estimada, complementados con módulos, tales como robo contenido general, daños por agua y seguro técnico, y coberturas adicionales para cubrir valores de caja, notebook y responsabilidad civil.

ALLIANZ ARGENTINA

# **Cambios organizacionales**



A partir del 18 de agosto/2020, Lorena Garrera asumió como nueva Directora de Canales Alternos y Marketing & Customer Experience de Allianz Argentina, en reemplazo de Alejandro Welter Skala, quien asumió la responsabilidad Regional como Head of Latam ACM Transformation Office. Lorena tiene bajo su responsabilidad, entre otras, el portafolio de proyectos de Marketing & Customer Experience tales como "Voice of Customer" (Voz del Cliente) y gestión de Leads, sumado al desafío de continuar desarrollando comercialmente el negocio de Canales Alternos.





# 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 I SWISS MEDICAL ART S.A. CUIT 33-68626286-9. AV. CORRIENTES 1891 5" PISO (C1045AAA) BUENOS AIRES, ARGENTINA.



# Novedades en cuarentena

PRUDENTIAL SEGUROS

# Tiene nueva línea de seguros de salud

La nueva línea de productos de Prudential, complementaria a las prestaciones de una medicina prepaga, brinda la posibilidad de contar con una suma de dinero ante el diagnóstico de una enfermedad determinada o un accidente para realizar consultas con un médico especialista por fuera de cartilla, cubrir costos de un cuidador o acompañante, sustentar la logística de familiares, hacer un tratamiento especial en el exterior o bien ser utilizado en gastos a definir por el asegurado. Contempla cáncer integral, cáncer femenino, masculino, renta diaria por internación por enfermedad o accidente y cuidados prolongados en el hogar.



**ORBIS SEGUROS** 

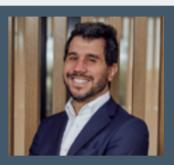
# Nuevo seguro "Integral de Comercio Digital"



Continuando con su plan de expansión en la oferta de nuevos productos, Orbis Seguros presentó el seguro "Integral de Comercio Digital", un producto creado y pensado exclusivamente para actividades comerciales, de servicios y procesos productivos con contratación rápida y automática. La emisión de estos seguros se puede hacer online desde Orbis Net.

STRIX BY LOJACK

# Designan Director Comercial para Argentina



Le empresa designó a Julián López Grillo como Director Comercial para Argentina, quien desde agosto de 2019 forma parte del Comité Directivo de la empresa. Julián, quien inició su carrera profesional en LoJack y que cuenta con más de 15 años de trayectoria profesional, ha construido una amplia carrera en el desarrollo de proyectos empresariales de base tecnológica aplicados a la seguridad.

LA PERSEVERANCIA

# **Conferencias Virtuales sobre innovación**

Durante octubre, La Perseverancia Seguros celebró sus 115 años de trayectoria con un Ciclo de Conferencias Virtuales sobre innovación digital llamado "El Valor de la Perseverancia". El mismo reunió a cuatro grandes personalidades destacadas para exponer sobre el impacto de la transformación digital en las compañías. Los eventos virtuales se llevaron a cabo los jueves 8, 15, 22 y 29 de octubre, a través del sitio web de la empresa.





# iLLEGO 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









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

# Novedades en cuarentena

#### CHUB<u>B</u>

# Lanzan seguro para Comercios junto con 123Seguro

123Seguro, el primer broker de seguros en línea en América Latina, en alianza con Chubb, lanzó su nuevo seguro para comercios desde su plataforma digital con el fin de facilitar el



123SEGURO

acceso a pólizas que ayuden a la conservación del patrimonio de las empresas. Cualquier propietario de un comercio puede comprar este seguro que ayuda a proteger todos los bienes críticos para su operación diaria.

#### INSTITUTO ASEGURADOR MERCANTIL

# Nuevo seguro técnico para tecnología hogareña



Como consecuencia de la cuarentena, los equipos electrónicos y tecnológicos han mostrado un "boom" de ventas y también un uso intensivo especialmente en el hogar, con los riesgos que eso conlleva. Para cubrir esta demanda, Instituto Asegurador Mercantil lanzó un seguro técnico que asegura este nuevo riesgo, que puede sumarse al combinado familiar otorgando una amplia cobertura ante cualquier incidente que puedan sufrir estos bienes.

#### MERCANTIL ANDINA

# Presentó nuevas coberturas y más servicios

Mercantil andina incorporó una nueva cobertura de Accidentes Personales para Transportistas y/o Propietarios de Camiones dentro de su línea de coberturas. Por otro lado, la compañía introdujo actualizaciones de sumas en beneficios actuales, y nuevos beneficios en la asistencia de urgencias y mantenimiento en sus pólizas de hogar y consorcios.



ORÍGENES RETIRO

# Compró el 100% de las acciones de MetLife Retiro



Orígenes Seguros de Retiro adquirió el 100% del paquete accionario de MetLife Seguros de Retiro, empresa dedicada a la administración de seguros de retiro individuales y colectivos, así como rentas vitalicias previsionales. Con esta operación, Orígenes Seguros robustece su posición en el mercado asegurador y reafirma su lugar de liderazgo en el segmento de Seguros de Retiro en Argentina.





# 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.testimonioseguros.com

Testimonio Compañía de Seguros S.A.

Florida 537 - Piso 9°

C1005AAF - Buenos Aires, Argentina

Tel.: 5272-0750



Vicepresidente de MGP Broker

# Sebastián Aicardi

Seguimos descubriendo el mundo digital de los Productores Asesores de Seguros a través de sus celulares. Sebastián -al igual que su hermano- es segunda generación de PAS, continuando un camino que comenzaron sus padres. Lleva adelante Aicardi Broker, siendo uno de los socios fundadores del Grupo MEGAPRO.



) Organización: MGP Broker S.A.

**Cargo:** Vicepresidente

> Edad: 42 años

**> Hincha de:** Boca Juniors

> Conformación familiar:

¿Qué modelo de celular usas?

Samsung S9 plus (foto)

¿Cómo qué tipo de usuario te auto-definis?

Altamente dependiente del celular

¿Cuántas app tenes bajadas?

¿Cuántas app usas con frecuencia?

20

Perfil personal en redes sociales

@sebastian.aicardi

Perfiles laborales en redes sociales

@aicardi broker

f aicardi broker



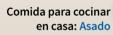
# La pantalla de inicio dice mucho del usuario...

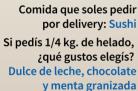
Mejor lugar para vacacionar: Brasil ¿Ciudad del mundo que más te gustó? Moscú ¿Ciudad que te queda pendiente conocer? Barcelona





¿Usas algún juego desde el celu para tus momentos de ocio? No uso juegos, miro las redes





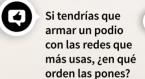
¿De cuántos grupos sos parte? 20 grupos ¿Cuáles son los emojis que más usas?



















Las mejores series que viste... **Breaking Bad Peaky Blinders Vikings** Serie que tenes en la lista de pendientes **Game of Thrones** 



¿Cuál es el solista o la banda que más escuchas?

#### Ramones

¿Un tema musical que te identifique? Vivir a pleno - Gazpacho

Un podcast para recomendar... Marcos Galperín y la vida del emprendedor



¿Cuál es el medio que más lees desde el celu?





¿Corres o haces algún deporte? (pre o durante la cuarentena)



Fuera de la actividad laboral, ¿qué hobby tenés? Cuatriciclo y náutica

**GUSTOS PERSONALES EN BASE A APPS** 



# Surf y seguros, dos pasiones "made in Mar del Plata"

——— AAPAS sigue explorando el "Lado B" de los Productores Asesores de Seguros, para conocer qué actividades los apasionan y los motivan a desafiarse, más allá de la propia actividad aseguradora.

En esta oportunidad, SEGUROS conversó con Camilo Ignacio Oribe, quien además de ser abogado, PAS y responsable ejecutivo de CIO Broker de Seguros, se define como un fanático de todos los deportes. Y uno en especial: el surf. Actividad que se ha vuelto un emblema de Mar del Plata, la ciudad balnearia que lo vio crecer, por sus extensas playas, abundantes olas e imponentes acantilados.

Camilo nos cuenta que desde chico siempre practicó una gran cantidad de disciplinas, desde atletismo hasta fútbol amateur. Confiesa que el surf siempre fue su pasión, pero que a raíz del estudio y el trabajo tuvo que dejar un poco de lado la actividad. Eso fue hasta cumplir los 20 años, cuando retomó y se subió nuevamente a la tabla. Hoy con 41 años, continúa practicando el deporte de manera amateur.

Actualmente, desde el broker que dirige y donde trabaja con su familia, sponsorean a deportistas junto a diversas aseguradoras, para que puedan continuar practicando lo que aman hacer. Tal es así, que desde hace 10 años apoyan junto a Allianz al club Honu Beach, un lugar de entrenamiento para deportistas de agua en "La Feliz".

# −¿Cómo fueron tus inicios en la actividad aseguradora?

—Empecé hace ya casi 20 años. Estaba estudiando abogacía con quien era mi Productor de Seguros. Él me contó un poco sobre la actividad, me interesó y me puse a estudiar. En ese momento se podían dar los exámenes libres y como yo estaba avanzado con la carrera de Derecho, me resultó bastante fácil. Comencé en el año 2004 y

CAMILO IGNACIO ORIBE

trabajé como PAS individual hasta el 2007. En ese momento en ASOCIART me dieron la idea de empezar a ser organizador, porque yo armaba eventos sociales con otros Productores. Fue en 2008 cuando empecé con la organización, la cual continúa en la actualidad. Hoy tenemos 200 PAS, siete oficinas en distintas ciudades, trabajan con nosotros 25 personas y vendemos casi mil millones de pesos en prima anualmente.

### −¿Por qué te atrajo más trabajar como PAS que como abogado?

—Me atraía más la dinámica que tenía el mundo del seguro, porque me gustaba más la faceta comercial. En ese momento a la abogacía la veía muy burocrática y administrativa, y fue algo que no me entusiasmó. Con el tiempo, fui armando un broker que no sólo tenía la parte de seguros, sino que tenía una "pata" legal. En ese momento me

"Una de las cosas que valoro mucho de este deporte son las amistades; la gente con la que te rodeas te motiva a hacer surf"



traje a toda mi familia a trabajar conmigo. A mi hermana, a mi papá que es contador y a mi hermano. Todos se hicieron PAS y en los últimos diez años también armamos un broker contable, con el objetivo de brindar soluciones y servicios más interesantes a los PAS y distintos a los tradicionales.

# —Contanos sobre la Academia de PAS que formaron con el broker...

—Paralelamente fuimos formando una "Academia de Productores de Seguros", con el objetivo de encontrar chicos con matrícula que no sepan cómo iniciarse en la profesión. De alguna manera fuimos creando una especie de escuelita donde

"Somos un broker que apoyamos a deportistas y en especial a surfistas; al deportista argentino le cuesta mucho encontrar ayuda"

todos los meses
hacemos cursos
de inducción de
distintas ramas del
seguro. Dentro del
broker -además de los
PAS- hay organizadores
de ART, Vida, Caución,
Crédito, Transporte, Cascos
Comerciales, etc., y cada uno
de ellos tiene la obligación de dar
un temario de la rama que
es ocupa.

# —¿Cuándo y cómo te volviste un apasionado del surf?

—Siempre fui un amante de todos los deportes. Fui futbolista amateur de la liga de Mar del Plata y de otras ligas locales. De chico hice tenis, fútbol, básquet, y también practiqué atletismo en el colegio. Siempre me destaqué en esa área. En cuanto a surf, en Mar del Plata no podes no saber surfear porque vivís en el agua, y si bien es un deporte que arranqué de chico, ya de grande con las ocupaciones laborales y la facultad, lo dejé de lado.

A los 20 años volví a retomar el surf y es algo que hago de manera amateur hasta el día de hoy. Siempre que puedo trato de ir al agua. En verano es más fácil, pero en invierno se hace más difícil porque

necesitas un buen equipo por el frío y el viento. Una de las cosas que valoro mucho de este deporte son las amistades. La gente con la que te rodeas te motiva a hacer surf. Estamos siempre viendo las mareas y los vientos para saber cuándo hacer una salida.



Camilo Oribe en plena acción.

# —¿Han sponsoreado a diversos deportistas?

—Yo históricamente voy a Honu Beach, lugar que desde hace 10 años sponsoreamos con Allianz, compañía con la cual me he apoyado para acompañar a varios deportistas. Uno de ellos es Martín Passeri, seis veces campeón argentino de surf y dos veces latinoamericano, quien actualmente dirige la escuela. Honu Beach es la primera playa que funciona como un club de entrenamiento de deportistas de agua y cuenta con una pileta y gym frente al mar. Está ubicado en una playa con condiciones sumamente favorables. Incluso el equipo de surf argentino entrena ahí.

A su vez, con BBVA somos partners. Ellos apoyan mucho el deporte y nos han acompañado en clubes de rugby y de raqueta. En un momento también apoyamos a skaters. Al deportista argentino le cuesta mucho encontrar ayuda en ese sentido.

## -¿Notas un crecimiento en los últimos años de la práctica de este deporte?

—En los últimos años hubo una explosión del surf tanto amateur como profesional. Hoy tenemos chicos surfistas muy importantes a nivel país que entrenan acá



Tabla en mano y mar de fondo, dos constantes en su vida.



# "El surf no es solo un deporte, sino una forma de vida"

y que fueron campeones latinos. También hay mucha gente que viene de Buenos Aires por el fin de semana sólo a hacer surf. No es solo un deporte, sino una forma de vida.

Se practica tanto en la zona centro como en la zona sur. Hay una infinidad de playas y se va viendo una por una cuál tiene más reparo de los acantilados, que hacen que el mar esté menos movido.

-;Complementas el surf con otros deportes?

—En paralelo muchos surfistas practicamos jiu-jitsu, que tiene cosas muy parecidas. También hay otras disciplinas que son muy complementarias como sucede con yoga y pilates. Porque trabajas mucho la cintura y todos los deportes que trabajan en la zona media son muy útiles al momento de surfear.

## -; Qué le recomendarías a alguien que quiere empezar a practicar surf?

—Que tomen clases por dos o tres días. Al principio no sabes qué tipo de tabla usar o si las condiciones son las apropiadas, pero si apuntas una cita con un profesor, él va a ver las condiciones de toda la semana y te va a decir qué día es para vos y qué tabla tenés que utilizar. Te va a dar consejos y te va a corregir en el agua. ¡Hay que animarse, nunca es tarde!

# 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** 

NOS VEMOS CANAL 8 CABLEVISIÓN





# 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.





COCINA EN CUARENTENA

Protocolo y paciencia: empanadas de carne braseada



Por **ANABELLA CARPENITO**Cocino con canciones

@anicoc.ina

Las recetas de cocción larga son super compatibles con el trabajo en casa. Les va a permitir responder todos esos mails apilados en la bandeja de entrada, estar en un Zoom con una noble excusa para apagar la cámara y chequear que todo va a estar bien. Bueno, todo...

La clave de esta receta, como bien dice el título, es paciencia y protocolo. Primero van a hacer el relleno que lleva unas horas, para luego dejarlo enfriar y rellenar.

¿Por qué esperar? No es porque todo lo bueno se haga esperar, aunque un poco sí. Pero en este caso, es porque la grasa y el colágeno de la carne vuelve a tomar una consistencia sólida y facilitar el armado. Además, no se humedece tanto la masa de las empanadas.

#### **RELLENO**

- Una pieza de carne para cocción larga, puede ser roast beef, paleta, etc.
- Cebollas
- Morrón
- Puerro/apio/verdeo
- Ajo
- Tomates
- · Vino tinto
- Hierbas y especias
- Oliva
- Sal
- · Tapas para empanadas
- Disco: Dueño no tengo, Don Olimpio.

Primero van a poner "play", porque está chequeado que sin música no sale nada en esta vida. Y a dorar la carne, previamente salpimentada. Luego, colocan a su alrededor el aceite, las cebollas, morrones, puerro y ajo. O cualquier otra verdura que aporte gusto y humedad. Agregan sal para que suden los vegetales y las hierbas. Vale todo, romero, clavo de olor, orégano, laurel, lavanda, anís estrellado. También, pueden usar especias, como curry en pasta o en polvo.

Luego van a agregar el vino. Pueden usar cualquiera que sea de su gusto, calidad promedio chino pero que sea de su agrado para beber. Fuego suave, muy suave, si la hornalla es muy violenta pueden valerse de un difusor. Lo importante es que la cocción sea bien lenta para que el tejido conectivo de la carne no quede tenso o elástico y quede deshilachada. Los tomates los pueden agregar un ratito después del vino, si bien el objetivo es que se desarmen, el proceso no les lleva tanto tiempo.

Unas horas después, van a esperar que se enfríe para romper toda la carne y ¡listo! tenemos nuestro relleno. Si el líquido no les quedó lo suficiente denso pueden sacar la carne y reducir un poco más.

Ahora, arman las empanadas con el repulgue preferido. Vale usar tenedor. Harina a la asadera. Fuego fuerte y al horno hasta que estén doradas.

Copa de vino y Don Olimpio, ¡Salud!

# Extra: Salsita

Para los amantes del picante y la textura

- Cebolla picada
- · Morrón picado
- Tomate en cubos (muy chiquito)
- Ajo picado
- Oliva y limón/vinagre
- Perejil o cilantro
- Merkén o ají molido







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.



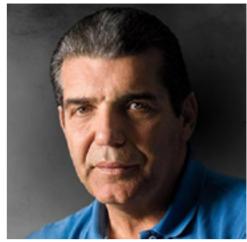
Nº de inscripción en SSN 0039, 0228 y 0541 Atención al asegurado 0800-666-8400 Organismo de control www.argentina.gob.ar/ssn



# Retratados

#### VIDRIERA EN CUARENTENA





 $\uparrow$ 

Sancor Seguros motivó a su cuerpo de ventas con una charla virtual de Carlitos Páez. La pandemia de COVID-19 impulsó muchos desafíos y uno de ellos, sin dudas, es la necesidad de adaptarse a una "nueva normalidad" y a un escenario en permanente transformación, caracterizado por la incertidumbre con respecto al futuro. Fue una de las tantas charlas organizadas en el marco de un ciclo de webinarios en el que recurre a especialistas de disciplinas tan diversas como la economía, el marketing y las neurociencias.



En el mes de julio/2020, Galicia Seguros realizó una donación de fondos para la construcción del Hospital Solidario Covid Austral y entregó dosis de vacunas antigripales para voluntarios de la Cruz Roja Argentina que realizan tareas de asistencia en alojamientos temporales. Reforzando su compromiso durante el aislamiento, la compañía destaca una vez más su rol activo con la sociedad a través de acciones solidarias.





En el marco de su estrategia de Responsabilidad Social y por iniciativa de su Consejo de Administración, Río Uruguay Seguros visitó diez comedores y merenderos locales para donarles diferentes alimentos. Esta acción tiene el fin de "ayudar a los que ayudan" en estos lugares en los que la gente trabaja solidariamente para entregarles un plato de comida a quienes más lo necesitan.



El pasado 6 de octubre/2020, a través de la plataforma Google Meet, se realizó la presentación oficial del Proyecto "Inclusión y Diversidad" elaborado por Río Uruguay Seguros (RUS) junto a la Asociación de Mujeres en Seguros(AMES) con el objetivo de formar en seguros a un grupo de personas de sectores marginados a modo de posibilitar una salida laboral a largo plazo.



A mediados de agosto/2020, Se donación para el Hospita Córdoba, la cual consistió para la realización de elas en alrededor de un mill Diagnóstico por Imáge provincia de Córdoba, aledañas,

A mediados de agosto/2020, Seguros Rivadavia concretó una nueva y significativa donación para el Hospital de Niños de la Santísima Trinidad de la ciudad de Córdoba, la cual consistió en un Ecógrafo Doppler fijo con tres transductores, para la realización de elastografías. El equipo de última generación, valuado en alrededor de un millón y medio de pesos, será destinado al Servicio de Diagnóstico por Imágenes, donde se da cobertura a pacientes tanto de la provincia de Córdoba, como de centros de salud municipales y provincias aledañas, con derivaciones de estudios de alta complejidad.

 $\downarrow$ 



A mediados de julio/2020, el Grupo Asegurador La Segunda celebró su 87 aniversario con un encuentro virtual junto a Manu Ginóbili. Durante una charla distendida y profunda, el extraordinario ex jugador de básquet contó grandes anécdotas de su carrera, se refirió a su presente fuera de la cancha y reflexionó sobre el impacto de la pandemia que afecta a todo el planeta.

A principios de septiembre/2020, con la finalidad de agasajar a las Productoras Asesoras que pertenecen al Club de Mujeres de todo el país, ASOCIART organizó un divertido after virtual con la exclusiva presencia y buena onda de Anita Martínez. Este encuentro se realizó en un ambiente armonioso y distendido vía Zoom.











A mediados de septiembre/2020, SURA Argentina mudó sus oficinas de la provincia de Córdoba a un nuevo edificio sustentable ubicado en un centro neurálgico de la Ciudad, frente a la Plaza Italia y a metros del Palacio Municipal. Se trata de la primera sucursal de la compañía en el interior del país diseñada bajo los conceptos de sostenibilidad ambiental que, a su vez, funcionará como cabecera regional de las zonas Centro, Cuyo y NOA del país.





Allianz Argentina presentó su nueva iniciativa medioambiental "Con el corazón en la Tierra", junto a Banco de Bosques, una acción que busca preservar la belleza y biodiversidad del bosque nativo Curvas del Urugua-i, en la provincia de Misiones.

El 21 de septiembre/2020, ATM Seguros apoyó la campaña "Primavera sin estrellas amarillas" que se viene desarrollando desde el 2008 en toda la Argentina, impulsada por un grupo de padres que perdieron a sus hijos en siniestros viales y la Agencia Nacional de Seguridad Vial incluyó esta fecha conmemorativa en su calendario. "En esta fecha es muy importante recordar el respeto por las señales viales, no sobrepasar las velocidades máximas permitidas e insistir en el uso del casco porque su correcta utilización siempre salva vidas, las medidas preventivas siempre garantizan un traslado más seguro", sostuvo Sebastián Porto, múltiple campeón de motociclismo y embajador de Seguridad Vial de ATM Seguros.



# Comisión Directiva







**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**

### Comisiones de Trabajo y Delegaciones: Alejandro Carrá

## Técnica y Jurídica:

Marcelo Garasini

#### **Defensa del PAS:**

Maria Estela D´Amelio

#### Jóvenes:

Franco Cavicchia

#### Internacional:

Sebastián Del Brutto

#### **Asociados-Socios:**

Ignacio Sammarra

# Formación Profesional:

Daniel González Girardi

#### Capacitación:

Julián Niccoló

## Comunicación y Prensa:

Nicolás Saurit Román

#### Sociedades:

Francisco Fariña y Mariano De Luca

## **Seguridad Vial:**

María Julia García Vilariño

## Diversidad e Inclusión Laboral

Marcela Curi

# DELEGACIONES

### Delegación La Plata:

Delegado: Maximiliano Pérez

#### **Delegación Oeste:**

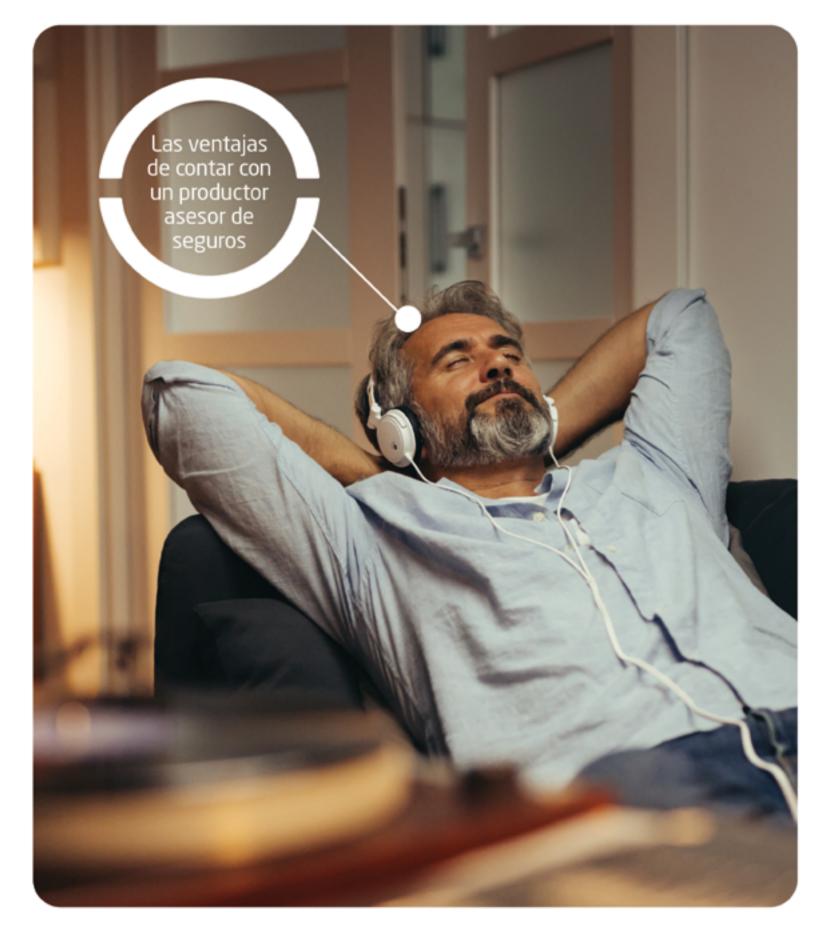
Delegada: Andrea Benedetti

### **Delegación Norte:**

Delegado: Claudio Feliu-Badaló

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





Con un productor asesor de seguros, es más seguro



# 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









