

La crisis del mercado automotor



No falta nada. Crisis económica y sanitaria, alta inflación, guerra de tarifas, costos siniestrales en las nubes, precios delirantes de los 0 km, falta de unidades y de repuestos y sumas aseguradas en infraseguro. El principal ramo de la actividad aseguradora no logra recuperarse. Pág. 70

¿Sabes como aumentar las ventas de seguros?

Kurt es una interfaz Digital que utiliza **Inteligencia Artificial y Comercial Aplicada al Negocios de Seguros** y Simplemente:

- Hace eficiente la gestión comercial. / • Aumenta las ventas. / • Reduce gastos / optimiza costos. / • Acelera el tiempo de resultados. / • Ayuda a establecer metas realistas. / • Funciona en la práctica.

Nuestras funcionalidades:

Cross Selling Inteligente

Nuestra tecnología, detecta oportunidades dentro de tu cartera de clientes y saca el máximo provecho de cada uno. Mismos clientes + **Ventas.**

Página web Inteligente
Tendrás tu propia sitio web, Desarrollado con inteligencia comercial, para una mejor usabilidad de tus clientes. Una mejor experiencia digital genera + **Ventas.**

CRM con Inteligencia artificial

Automatiza las acciones comerciales para que puedas realizar un seguimiento detallado de cada una de ellas y poder concretar + **ventas.**

Marketing Digital Inteligente

Eficiencia comercial en campañas de comunicación Digital. Automatización de envíos de E-mail, WhatsApp, Facebook, Instagram y LinkedIn.

Recomendación inteligente de Ventas

Kurt reconoce oportunidades ventas, y automáticamente crear una agenda de trabajo para concretarlas. Mas oportunidades + **Ventas.**

Oportunidades Inteligentes de Ventas

Simple e intuitivo, solo con la actividad comercial, industrial o personal de tus clientes, Kurt identifica un gran número de oportunidades comerciales para **vender +.**

KURT GARANTIZA

- DETECTAR REALES OPORTUNIDADES DE VENTAS.
- CROSS SELLING INTELIGENTE
- GENERAR VENTAJAS COMPETITIVAS.
- OPTIMIZAR PROCESOS COMERCIALES.
- PAGO POR USO / PLUG AND PLAY
- GENERAR VALOR EN LOS CANALES DE INTERMEDIACIÓN
- AUTOMATIZACIÓN DE TAREAS OPERATIVAS
- EFICIENCIA COMERCIAL.
- POSICIONAMIENTO DIGITAL
- POTENCIAR Y DETECTAR NEGOCIOS.
- IDENTIFICAR SEGMENTOS BENEFICIALES.
- EFICIENCIA EN CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN
- ESCALABILIDAD DEL NEGOCIO
- REDUCCIÓN DE COSTOS OPERATIVOS.

SER INTELIGENTES ES UNA VENTAJA COMPETITIVA
VENDER MAS SEGUROS... CON KURT ES POSIBLE!

KURTSEGUROS.NET

+3624629147 CONTACTO@KURTSEGURS.COM



La vocación de proteger también se puede compartir.

Hace más de 140 años que nos dedicamos a ayudar a proteger a las personas. Y aprendimos que todos podemos estar ahí dando una mano, cuidando y acompañando al que lo necesita cuando más lo necesita.

zurich.com.ar

En las pequeñas
y grandes cosas.





Edición del 1
de agosto al 15
de septiembre de 2021

→ **DIRECTORES:** Raúl Veiga - Graciela Sasbon

→ **ASISTENTE DE DIRECCIÓN:** Mónica Desii

→ **COLABORACIÓN ESPECIAL:**
Gabriela Barbeito (*editora*)

→ **COLABORAN EN ESTA EDICIÓN:**
Mónica Fernández, Eliana Carelli, Silvia Raffo,
Diego Billone (*Diseño Gráfico*),
Gustavo Muñoz (*Fotografía*)

→ **ADMINISTRACIÓN:** David Gregorio Sotelo y
Marina Giménez

→ **DIRECCIÓN, REDACCIÓN, ADMINISTRACIÓN
Y PUBLICIDAD:** Santa Fe 3996, P. 13 Of.113 -
C.P. C1425BHO (Ex 1425) - Buenos Aires
Argentina. Tel. 4831-2627/6658.

→ **EMPRESA AUTORIZADA PARA VENTA**
PUBLICIDAD: Marolla Producciones, CUIT:
20-14886646-6, Tel. 4584-5010 y 4586-3812;
claudio.marolla@marollaproducciones.com.ar
Claudio Marolla: 15 6719-8973.

**Miembro de la Asociación de Entidades
Periodísticas Argentinas (ADEPA).**

La revista *Estrategas* tiene domicilio en Santa Fe
3996, P. 13 Of. 113, Capital, Tel. 4831-6658.
Propiedad de Raúl Veiga y Graciela Sasbon.
Marca registrada N° 1.468.450.

Todos los derechos reservados. Prohibida su re-
producción parcial o total. Circula por suscripción.
Precio por ejemplar \$ 300. Suscripciones para la
Argentina por 8 ediciones (1 año) \$ 1.500. Sus-
cripciones por 2 años \$ 2.000. Suscripciones por
débito automático \$ 100 mensuales. Pagos: Visa,
Mastercard, Visa Electron, Mercado Pago o trans-
ferencia bancaria. Solicitar promotor al 4831-
2627 o a estrategas@revistaestrategas.com.ar.

El target de *Estrategas*: empresas grandes y me-
dianas; administradores de riesgo; brókers, pro-
ductores y agentes de seguros de vida; profesio-
nales del seguro y de la banca.

estrategas@revistaestrategas.com.ar
www.revistaestrategas.com.ar



**4 Remuneraciones
en el sector asegurador**
Informe de *Excelencia & Management*.

6 Marketing & Comunicación
Entrevista con Pablo Terlizzi, jefe de
Marketing y Customer Experience
de *Meridional Seguros*.

12 Productos
Novedades en la oferta comercial de
las aseguradoras.

**16 El creciente impacto de
los riesgos de Ciberseguridad**
Escribe Lorenzo Preve.

20 Brókers
Aunque la crisis erosiona los már-
genes de rentabilidad, la produc-
ción se sostiene gracias al aporte
del productor.



**42 Grupo Gaman no detiene
su proceso de expansión**

44 Ranking
Estados contables a Marzo de 2021.

64 Tarifas de seguros de autos

70 Ramo Automotores
Luces y sombras de un negocio que
intenta reconstruirse.

**78 "Posicionar a Marsh entre
las empresas de mejor servicio"**
Entrevista a Matías Rosales, CEO de
Marsh.

**84 Hacia la búsqueda
del nuevo marketing**
Escribe Alejandro Lovagnini.

**88 Crece la demanda
de asistencias con cobertura
por COVID-19**

**90 Nuevo Código Procesal
en las relaciones de consumo**
Escriben Martín G. Argañaraz Luque
y Juliana María Molinelli.

94 Tecnoestrategas
Dos notas clave en la sección: los se-
guros paramétricos y un análisis so-
bre el pago on line de siniestros.

104 La voz de los productores
Temas de actualidad profesional del
productor de seguros.

**112 "Cumplimos 25 años
con una estructura consolidada
y de alta especialización técnica"**
Reportaje a Mara Bettiol, presidente
de la *UART*.

**115 Una agenda empresarial
en favor de la sostenibilidad**
Escribe María Laura Leguizamón.

117 Juicios: continúa la baja

**121 Los bancos a la conquista
de los pequeños inversores**
Buscan competir con las fintech que
se llevaban todas las miradas (y los
ahorros) de los inversores minoristas.



**124 Ranking
Seguros de Personas**

**128 "Hay que tener
mucho cuidado con
los 'simuladores de vida'"**
Diálogo con Analía Amico, produc-
tora de seguros y miembro de la *Me-
sa del Millón de Dólares*.

130 Currículum



Ayudándonos mutuamente a tener éxito.

En Grupo San Cristóbal nos impulsa el compromiso de seguir creando un mejor mañana.

Porque no se trata solo de brindarte respaldo. Se trata de seguir caminando juntos, mejorando día a día.



Nos une el compromiso.
www.gruposancristobal.com.ar

**GRUPO
SAN
CRISTÓBAL**

PABLO TERLIZZI, JEFE DE MARKETING Y CUSTOMER EXPERIENCE DE MERIDIONAL SEGUROS

“Nuestro mayor desafío es mantener la cercanía a pesar del aislamiento”

Bajo esa consigna, desde el área de Marketing de *Meridional Seguros* siguen enfocados en mejorar sus canales de atención online para facilitar el contacto con empleados, productores y asegurados. “Nos proponemos fortalecer los canales de conversación digitales con herramientas basadas en inteligencia artificial a fin de mejorar su experiencia con simplicidad”, explica Pablo Terlizzi, jefe de la unidad.



■ “Escuchamos al productor, su rol ha sido ratificado en este contexto y lo mejor que podemos hacer es generar acciones conjuntas, apoyándolo en su función.”

Al igual que sus pares de otras compañías, quienes integran el área de Marketing de *Meridional Seguros* tuvieron que replanificar y adaptar acciones de relacionamiento y eventos pensados como presenciales a la nueva modalidad virtual que impuso la pandemia. En su caso puntual, generaron mucho material audiovisual, buscando soportes atractivos para comunicar, así como más contenidos orientados a la salud, la prevención y el bienestar. También aprovecharon el trabajo remoto para llegar a los hogares de los empleados de la compañía y de sus productores con regalos y experiencias que fueron muy valoradas.

Por el lado del servicio, en tanto,

mejoraron los canales de atención online, implementaron el envío digital del 100% de las pólizas que emite la compañía y lanzaron *WhatsApp*, que hoy se ha convertido en el medio de preferencia de sus clientes.

No conformes con los buenos resultados que arrojaron esas acciones, por estos días siguen enfocados en acercarse cada vez más a sus grupos de interés. Así lo confirma Pablo Terlizzi, jefe de Marketing y Customer Experience de la compañía, quien explica que hoy el mayor desafío del área que lidera es mantener la cercanía a pesar del aislamiento.

“Me refiero a la cercanía en un sentido amplio: con los productores, ayudándolos en su tarea de asesoramiento y brindándoles herramientas para vender más y mejor; con los clientes, a partir de servicios de calidad, acceso simple y facilidades en aquellas actividades que se han visto resentidas por los efectos de la pandemia; y muy especialmente con el equipo interno; algo clave para *Meridional* y que estamos atendiendo con un enfoque triple: la protección de la gente en términos de salud y bienestar, el reconocimiento por su esfuerzo y compromiso y la consolidación de una relación de camaradería que resulta fundamental para mantenernos unidos bajo un propósito común”, precisa el ejecutivo.

¿Qué cambió de 2020 a hoy en su compañía? ¿Cuál era la prioridad el año pasado y cuál es ahora en términos de Marketing?, le pregunta **Estrategas** al jefe de Marketing de *Meridional Seguros*.

Claramente hubo un cambio en el primer trimestre del año pasado, ya que 2020 se había planteado como un año ‘normal’, con actividades y eventos presenciales. Nuestra acción podría dividirse en dos instancias: un primer momento de

“ Nos focalizamos en optimizar el servicio, con el lanzamiento de canales online y la inclusión de asistencia de telemedicina para empleados, productores y clientes. ”



SPECIAL
DIVISION

REINSURANCE BROKERS

EL BROKER DE REASEGUROS INDEPENDIENTE

#1 EN PRIMA INTERMEDIADA



It's important to be the first, but it's more important to be the best



www.specialdivisionre.com



info@specialdivisionre.com

shock en el que hubo que actuar con sentido de urgencia para contener a la gente, adaptar procesos que no estaban pensados para desarrollarse de manera remota y poner foco en la conectividad; y una segunda etapa donde visualizamos que el aislamiento se extendería en el tiempo y nos centramos en seguir generando experiencias y manteniendo la cercanía tanto interna como externamente a través de acciones de comunicación, relacionamiento y desarrollo de mejoras para una atención más simple.

¿Hicieron campañas de lanzamiento o actualización de productos?

En la fase de contención realizamos descuentos y facilidades para los pagos. En ese proceso el rol del productor fue fundamental por su cercanía y conocimiento de los asegurados. Luego lanzamos campañas de venta con beneficios en productos e incentivos para los productores que funcionaron muy bien en todo el país. Pero más que en productos nos focalizamos en optimizar el servicio, con el lanzamiento de canales online y la inclusión de asistencia de telemedicina para empleados, productores y clientes.

¿Cómo ven esta gran ola de e-commerce? ¿Qué coberturas estiman que se comercializarán por esta vía?

La pandemia aceleró y masificó ese proceso, haciéndolo indispensable. El aislamiento sumado a la presencia digital hizo crecer la intención del consumidor de contar con coberturas por uso. En ese sentido, creo que paulatinamente comenzarán a aflorar las opciones de

“ A nivel productos creo que **lo que se viene con fuerza es el *pay-per-use***, con posibilidad de activar el seguro cuando se lo necesita. ”

“ Nos focalizamos en optimizar el servicio, con el lanzamiento de canales online y **la inclusión de asistencia de telemedicina para empleados, productores y clientes.** ”

seguros on/off tanto para bienes como para cubrir accidentes.

¿Cuáles son las principales acciones que hoy llevan a cabo para retener cartera e impulsar las ventas?

Principalmente lo que hacemos es escuchar al productor. Su rol ha sido ratificado en este contexto y

lo mejor que podemos hacer es generar acciones conjuntas, apoyándolo en su función. Nuestras acciones son diversas, pero si tuviese que destacar una hablaría de nuestras campañas orientadas a segmentos de clientes y/o productos. Un ejemplo de esto es ‘Master en Seguros’, una campaña que ya tuvo seis ediciones y año tras año incrementa su performance. Se trata de una acción multiproducto para líneas como Autos, Hogar, AP, Vida, Travel y Comercio,

entre otras, en la que participan intermediarios de todo el país y que este año entregó unos 7 millones de pesos en premios más el sorteo de un automóvil.

¿Qué reacciones esperan del mercado pospandemia? ¿Cómo será esa nueva normalidad a nivel del marketing?

Creo que paulatinamente volveremos a lo presencial, aunque de un modo más selectivo, generando experiencias omnicanales y con más eficiencia. En servicios veo que lo digital llegó para quedarse. El cliente valora la posibilidad de gestionar todo desde *WhatsApp* en cualquier momento y desde cualquier lugar. Y a nivel productos creo que lo que se viene con fuerza es el *pay-per-use*, con posibilidad de activar el seguro cuando se lo necesita.

¿Cuáles son los próximos pasos del área?

Apoyaremos con buena comunicación la vuelta paulatina a la presencialidad, cuando suceda, y todo lo relacionado con mantener los cuidados. A la vez, nos proponemos seguir fortaleciendo los canales de conversación digitales con herramientas basadas en inteligencia artificial a fin de incrementar la experiencia del cliente con simplicidad, así como hacer crecer el alcance y conciencia de la póliza digital. Y debido a que *Meridional* está inmersa en un gran proyecto de cambio de su sistema *core*, la comunicación en torno a ese tema también seguirá siendo clave para mantener informados a todos los públicos de interés. **E**

Hombre de Marketing

Pablo Terlizzi acredita más de 10 años de experiencia en las áreas de Marketing y Comunicación de distintas aseguradoras, tales como *Liberty* (donde formó parte del *rebranding* a la actual *Integrity Seguros*), *CNP* y *Meridional*, a través de los cuales participó y lideró proyectos de posicionamiento de marca, diseño e imagen, CRM, Customer Experience, estrategias de *branding* y performance en medios digitales.

Su área de especialización es el Marketing Digital. Ingresó a *Meridional* en 2017 y a fines de 2020 asumió el liderazgo del área de Marketing y Customer Experience de la compañía.

Diego Fiorentino

30% off en tu Seguro de Hogar

Para que disfrutes sin preocupaciones

bbvaseguros.com.ar



Además viene con Asistencias Programadas:



**Mantenimiento preventivo
y control de plagas**



**Revisión y recarga de gas
del Aire Acondicionado**



**Revisión y recarga
de gas de Heladera**

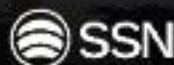
Promoción válida en todo el territorio de la República Argentina hasta el 30/06/2021, para quienes contratan un nuevo Seguro de Hogar con débito automático de tarjeta de crédito en BBVA Seguros Argentina S.A. El beneficio a otorgar será de un descuento del 30% (treinta por ciento) sobre la prima (descontándose la misma como prima) menos tasa de Superintendencia de Seguros de la Nación, impuestos y otros recargos en los tres primeros cuartos. Beneficio exclusivo para altas nuevas. No combinarlo con otras promociones. Para más información consultá en www.bbvaseguros.com.ar

Aseguradora: BBVA Seguros Argentina S.A. CUIT 30-50006423-0. Av. Leandro N. Alem 128/132 (C1001AAP) - C.A.B.A.

Nº de inscripción en SSN
0598

Atención al asegurado
0800-695-8400

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



**SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN**

YA LO SABÉS, SIEMPRE ESTAMOS AHÍ.

23
Años en
Argentina



Donde y cuando nos necesites.
Con nuestra tecnología a tu servicio.
Con nuestro compromiso de siempre.
PORQUE SOMOS EUROP ASSISTANCE,
LOS CREADORES DE LA ASISTENCIA EN EL MUNDO.

Representante comercial
(54) (11) 4322 4700

europ-assistance.com.ar |   

 **europ
assistance**
you live we care

DESTACADO

HAWK GROUP realizó con éxito el PCC 2021 para sus productores

Hawk Group, el bróker de seguros con 75 años de presencia en el mercado argentino y proyección internacional, realizó con éxito el Programa de Capacitación Continuada (PCC) 2021 para 50 productores asesores de seguros.

Es la segunda oportunidad en la que *Hawk Group*—este año de manera virtual— brinda el PCC para que sus productores asesores puedan cumplir con las horas obligatorias de capacitación que dispone la *Superintendencia de Seguros de la Nación (SSN)*. El tema del curso de este primer cuatrimestre de 2021, realizado de la mano de *AMPAS (Asociación Marplatense de Productos Asesores de Seguros)* fue Seguros de Personas, y estuvo a cargo de la PAS Laura Eguren. Asimismo, Sebastián Larrea, CEO de *Hawk Group*, participó de manera activa como disertante, a la vez que ofreció a los productores presentes su visión respecto de la actualidad y hacia dónde se dirige el mercado asegurador.

Mateo Salvatto destacó a CITES como uno de los focos de futuro del país



Mateo Salvatto, se refirió en declaraciones radiales, a CITES, el Centro de Innovación Tecnológica, Empresarial y Social del *Grupo Sancor Seguros*, con base en Sunchales (provincia de Santa Fe), donde la firma mantiene su Casa Central, como “uno de los focos de futuro del país”.

A mediados de junio, el creador de “Háblalo” (una aplicación para que personas con dificultades en el habla logren comunicarse con facilidad), CEO y cofundador de la empresa *Asteroid Technologies* y coautor junto a su hermano del libro “La batalla del futuro”, visitó la Capital Nacional del Cooperativismo para disertar en un evento destinado a jóvenes Productores Asesores del *Grupo Sancor Seguros*. “Me encontré con una ciudad de poco más de 20 mil habitantes y me dije: acá se está desarrollando parte del futuro de la Argentina y nadie lo sabe”, comentó el joven emprendedor especializado en robótica.



**En 60 años
cambiaron
muchas cosas.**

**Pero el valor de
la palabra sigue
siendo el mismo
de siempre.**



SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN
Org. de control www.argentina.gob.ar/ssn
Atención al asegurado 0800-666-8400
N° de insc. en SSN 0286

COMPAÑÍA: PREVENCIÓN RETIRO

PRODUCTO: RETIRO COLECTIVO

Características. El Seguro de Retiro Colectivo de *Prevención* busca ser una herramienta de ahorro pensada para el mediano y largo plazo, como complemento de la jubilación. El objetivo es que el beneficiario pueda disfrutar de los años posteriores a la etapa laboral con mayor tranquilidad y con una buena calidad de vida. Por otro lado, busca ser, para quien contrata la póliza, una forma de motivar y fidelizar al personal, a sabiendas de lo importante que resulta la retención de talentos en un mercado laboral cada vez más demandante de ciertos recursos calificados.

Cobertura. Algunas de las principales características de la cobertura son:

- Flexibilidad en su diseño.
- Libertad del contratante para definir las condiciones de acceso a los fondos por parte del empleado.
- Garantiza una rentabilidad mínima y puede contratarse tanto en pesos como en dólares.
- Los aportes no están sujetos a contribuciones patronales.

- Exento del impuesto a los bienes personales y deducible en el impuesto a las ganancias (tanto el contratante como el empleado, según quien realice el pago).
- Inembargabilidad de los fondos.

Vigencia. Es al momento de emitir la póliza cuando se define el tiempo en el que se realizarán los aportes, como así también se especifica el tipo de renta que percibirá el asegurado cuando inicie su etapa de retiro, pudiendo optar por diferentes alternativas. Las mismas son: renta vitalicia, temporaria, extensible a un sucesor o garantizada por un período de tiempo determinado.

Beneficios adicionales. *Prevención* posee una serie de beneficios para sus seguros de Retiro, tanto colectivos como individuales:

- Servicio "Llamando al Doctor", un consultorio virtual que ofrece atención médica calificada e inmediata por videollamada, disponible las 24 horas, todos los días del año. Constituye un diferencial muy valioso en tiempos de pandemia.
- Servicio de Óptica Digital, una tienda online donde los asegura-



dos pueden acceder a un amplio catálogo de anteojos de sol, recetados, de contacto, marcos y cristales, a precios convenientes.

- Sitio de autogestión para realizar trámites en cualquier momento y lugar.

Canales de comercialización. Se ofrece a través de la red de Productores Asesores de la compañía. A su vez, las personas interesadas pueden contactarse por vía telefónica al 0800-444-1104; por e-mail, escribiendo a info@prevencionretiro.com.ar; o en redes sociales.

Website.

www.prevencionretiro.com.ar.

COMPAÑÍA: PREVINCA SEGUROS

PRODUCTO: PROFESIONALL

Características. Seguro pensado para profesionales o trabajadores independientes (autónomos con actividad económica declarada), que

los protege ante riesgos y costos que se originen a consecuencia de una enfermedad inculpable y/o accidentes que le impidan desarrollar su actividad profesional.

Coberturas. Se activa cuando el asegurado queda impedido de realizar su actividad independiente por un período superior a diez días. A



partir del día 11, la compañía abona un monto diario hasta que pueda retomar su trabajo.

Beneficios adicionales. La cobertura posee servicios adicionales relacionados con la salud:

- Segunda Opinión Médica en instituciones como *Fundación Favaloro*, *ICR de Rosario*, *Instituto Modelo de*

Cardiología de Córdoba, entre otras.

- Servicio de asistencia médica en tránsito, prestado por *Universal Assistance*.

Canales de comercialización.

Principalmente Productores Asesores Directos, Organizadores y Brókers. Pero los interesados pueden contactarse directamente con la compañía a través de su página web www.previncaseguros.com.ar, telefónicamente al 0810-345-0049 o por correo electrónico a comercial@previncaseguros.com.ar.

En Grupo Omint contás con
**seguros de ART, vida,
asistencia al viajero y planes de salud**
para ofrecer a tus clientes.

- 🔥 Plataforma online para cotizar nuestros productos.
- 🔥 Web ágil para resolver todos los trámites.
- 🔥 Atención personalizada para productores: 0800-555-0278.
- 🔥 App para que los asegurados puedan consultar y seguir su tratamiento.



OMINT ART

OMINT
SEGUROS

OMINT
ASSISTANCE

OMINT

Nº de inscripción en SSN
0962/0894

Atención al asegurado
0800-565-8400

Organismo de control
www.ssn.gov.ar



SSN | SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN

COMPAÑÍA: SEGUROS SURA

PRODUCTO:

SOLUCIÓN INTEGRAL PYME

Características. Producto pensado para proteger al pequeño y mediano empresario, a sus empleados y a su compañía ante todo tipo de riesgos que puedan afectarlo. Busca brindar respaldo ante posibles problemas, ya sea relacionados con el negocio o con el mantenimiento de las operaciones. Además, pone a disposición del asegurado un equipo de especialistas en áreas como tecnología, marketing, finanzas, recursos humanos, legales y optimización de procesos.

Coberturas. Protege el negocio, su contenido, las mercaderías, las maquinarias y los equipos electrónicos frente a daños por incendio, agua y robos. También protege el transporte de las mercaderías, riesgos cibernéticos y accidentes de empleados mientras estén trabajando.



Principales coberturas:

- Incendio edificio, contenido, maquinaria y mercaderías, con gastos de limpieza incluido.
- Responsabilidad Civil sobre propiedades linderas a consecuencia de incendio.
- Robo contenido general, objetos específicos, valores en caja o valores en tránsito.
- Daños al contenido por agua o inundación.
- Riesgos cibernéticos.
- Accidentes personales.
- Todo riesgo equipos electrónicos fijos, móviles y a equipos de contratista.

- Transporte terrestre.
- Responsabilidad Civil de directores y gerentes, profesional y comprensiva.

Beneficios adicionales. La cobertura cuenta además con asistencias para el mantenimiento edilicio y de la operación de la empresa. Las mismas se encuentran englobadas dentro de los siguientes ámbitos:

- Plomería
- Cerrajería
- Gas
- Electricidad
- Aires acondicionados
- Seguridad
- Asistencia médica

Canales de comercialización.

Cuenta con un cotizador en la página web de la compañía:

<https://www.segurossura.com.ar/solucionintegralpyme/>. A su vez, puede ser contratado a través de los canales tradicionales.

COMPAÑÍA: ZURICH SEGUROS

PRODUCTO: NOMADN

Características. Producto pensado por Zurich para asegurar los equipos de movilidad urbana presentes en las calles. Busca acompañar la transformación en la forma en que los ciudadanos se transportan en la actualidad.

Cobertura. La cobertura incluye equipos de movilidad (monopatines, rollers, patinetas, skates, patines, snakeboards, hoverboards, bicicletas y triciclos); de su kit de seguridad (casco, coderas, rodilleras y también los candados de seguridad); los equipos electrónicos portátiles (celular, auriculares, notebook o tablet); las mochilas y objetos de uso personal.

También cuenta con la cobertura de Responsabilidad Civil que ampara ante los reclamos de terceros por daños corporales, materiales y perjuicios que se puedan causar acci-

dentalmente utilizando los equipos de movilidad.

Vigencia. El seguro puede ser contratado en dos modalidades. Por un lado, ofrece una opción tradicional que consta de una póliza mensual de renovación automática. Y por otro, tiene una novedosa alternativa On Demand, que puede prenderse y apagarse desde la plataforma Zurich Now, seleccionando el objeto a asegurar y cuándo se lo quiere asegurar.

Beneficios adicionales. NOMADN cuenta con 3 tipos de asistencia:

- Traslado y reparación: como primera alternativa, se busca ayudar con la reparación en la calle en el lugar donde esté la persona. Si no es posible la reparación, se lo traslada a un taller o a su domicilio.
- Asistencia a las personas: brinda el traslado al domicilio o comisaría ante un robo. También inclu-



ye la coordinación de denuncias de tarjetas de crédito y baja de línea de celulares. Además, provee un escolta telefónico para ingreso/egreso al domicilio.

- Help Desk tecnológico: para que la persona pueda hacer uso de sus equipos electrónicos portátiles sin problemas, se brinda asistencia telefónica para resolver problemas operativos, como así también del envío de un técnico a domicilio.

Canales de comercialización. Se puede contratar ingresando en la página web www.zurich.com.ar, a través de los asesores de seguros, o bien optando por la propuesta on-demand desde la aplicación Zurich Now.

RUS es la primera aseguradora del país

en vender seguros
para celulares 100% virtual
a través de los **Productores
Asesores de Seguros.**



Segurocell





EL RIESGO DE CYBER ATAQUE ESTÁ EN EL TOP TRES

El creciente impacto de los riesgos de Ciberseguridad

El autor interpela: hay que empezar a pensar, de manera sistémica e institucional, en la ciberseguridad. Deberíamos abordar el tema tanto a nivel del organismo regulador para tutelar los derechos de la sociedad, a nivel de las empresas como una herramienta competitiva, y a nivel de la sociedad como parte del escrutinio que los *stakeholders* hacen de las empresas con las que interactúan.

Escribe **Lorenzo Preve**
LPreve@iae.edu.ar



En las últimas semanas hemos visto una seguidilla de eventos de ciberseguridad que nos deberían llamar a la reflexión.

El 7 de mayo, el Colonial Pipeline, el oleoducto que lleva combustibles desde Houston TX a la costa este de los Estados Unidos, sufrió un ciberataque del tipo *ransomware* que bloqueó sus operaciones. Para poder reanudarlas, tuvieron que pagar un rescate de US\$ 4,4 millones en bitcoins a los hackers que lo habían perpetuado (según fuentes

del departamento de justicia de los Estados Unidos parte de lo pagado fue recuperado unos pocos días después).

Entre el 13 y el 14 de mayo, los servicios de salud de Irlanda, sufrieron un *devastador* (sic) ciberataque en el que los hackers amenazaban con develar información sensible si no se les pagaban un rescate por los datos secuestrados. Según fuentes del gobierno de Irlanda, el problema se resolvió porque los mismos hackers les dieron el software para resolver el ataque sin exigir compensación alguna. El domingo 30 de mayo, *JBS*, el principal productor mundial de

carne, sufrió un ciberataque (también del tipo *ransomware*) que bloqueó sus operaciones en Australia, Canadá, y los Estados Unidos. La empresa tuvo que pagar unos US\$ 11 millones en bitcoins para poder recuperar sus sistemas y reiniciar sus operaciones.

Estos son sólo algunos de los ataques más famosos que aparecieron en las noticias del mes pasado. A éstos se les suman ataques a universidades, empresas, gobiernos, etc. Cada vez es más común ver que hackers disrumpen el normal transcurrir de la vida de las instituciones de manera imprevista y, generalmente, muy grave. La tecnología permite, además, que los hackers perpetúen sus ataques a un objetivo situado en cualquier lugar del mundo, por lo que se caen las fronteras y la eventual protección geográfica que pudiera haber existido. Al mismo tiempo, la sociedad en general, y las organizaciones, en particular, generan cada vez más instancias de uso que son vulnerables a la ciberseguridad. Las entradas para el cine o un evento deportivo se sacan por la web y se muestran en una app; los médicos indican los medicamentos para sus pacientes en los hospitales (o en las farmacias en algunos países) por sistema; los movimientos del sistema financiero son online, y los tickets aéreos son e-tickets, entre otros innumerables ejemplos. Obviamente esto genera grandes comodidades e innegables ventajas, pero el costo en seguridad también es alto.

Esto preocupa a los profesionales del risk management que estudian los diferentes riesgos que afectan a las organizaciones. De hecho, en el *Allianz Risk Barometer*, el estudio anual de riesgos de la empresa aseguradora alemana, el riesgo de cyber ataque está en el top tres desde hace ya varios años. En la versión 2021, comparte el podio, con "Inte-

Seguro Paramétrico de Sequía para el Agro

¡Una nueva e innovadora forma
de proteger los cultivos!



EL NORTE

COMPañIA DE SEGUROS

Compañía de Seguros EL NORTE S.A.

CASA CENTRAL: Edificio "El Norte" • Bv. 25 de Mayo 1825 • San Francisco • Córdoba

• Tel: (03564) 47-5700 • info@elnorte.com.ar • www.elnorte.com.ar



rrupción del Supply Chain” y “Pandemia”, con más del 40% de los votos. En el *Global Risk Report 2021*, estudio realizado anualmente por el *World Economic Forum (WEF)*, aparecen cuatro riesgos relacionados con la ciberseguridad entre los primeros diez. Análogamente en el *Top Risks for 2021*, desarrollado anualmente por la consultora de riesgo político *Eurasia*, aparecen dos riesgos relacionados con la ciberseguridad en el top ten de los riesgos relevados en el estudio. Ya en el ámbito local, en la última edición de la encuesta anual realizado

nicación, que inicialmente se generaba entre computadoras, pasa a incluir una red de teléfonos, tablets, relojes, y todo tipo de otros artefactos conectados, desde lavarropas hasta autos, pasando por todo tipo de sensores. Cada una de estas puertas de acceso genera una gran comodidad y muchas de ellas constituyen una ventaja competitiva. Sin embargo, la comodidad generada por cada una de estas puertas se crea a un costo que, estamos descubriendo, puede ser muy elevado. En términos de tecnología, hasta la irrupción masiva de internet a prin-

cialmente devastador, prefiero no ahondar en ejemplos, pero son bastante obvios. A este punto deberíamos preguntarnos quién está regulando las capacidades de ciberseguridad de las empresas, o si cada empresa se está autorregulando en su ciberseguridad. También sería interesante saber si existe suficiente cantidad de profesionales con el conocimiento necesario respecto de estos temas como para trabajarlo a un nivel sistémico. Por otro lado, cabe preguntarse si las empresas tendrían el presupuesto suficiente para mejorar sus capacidades de ciberseguridad en caso de ser requerido por un regulador. Este debate se reavivó con los recientes eventos de los hackers, muchas de las discusiones giraban en torno a una eventual regulación de ciberseguridad, y la prohibición del pago de rescate por los datos en los casos de *ransomware*.

En suma, y para cerrar, creo que deberíamos empezar a pensar, de manera sistémica e institucional, en la ciberseguridad. Deberíamos abordar el tema tanto a nivel del organismo regulador para tutelar los derechos de la sociedad en su conjunto en ese respecto, a nivel de las

JBS, el principal productor mundial de carne, sufrió un ciberataque (tipo *ransomware*) que bloqueó sus operaciones en Australia, Canadá, y los Estados Unidos. La empresa tuvo que pagar unos US\$ 11 millones en bitcoins para poder recuperar sus sistemas y reiniciar sus operaciones.

por el centro de Gobernabilidad y Transparencia del *IAE Business School*, el riesgo de ciberseguridad aparece en el top tres de los riesgos que más preocupan a los *compliance officers*.

PROBABILIDAD. Como vemos, la ciberseguridad no es un tema menor, ni mucho menos ajeno a la preocupación en contexto de la gestión de los riesgos. El problema es que no parecería que esa preocupación se vea materializada en hechos concretos y relevantes para disminuir su probabilidad de ocurrencia ni su impacto.

Una de las razones que favorece este aumento del riesgo, es el rápido cambio que hemos vivido en la tecnología en los últimos años. La cantidad de puertas de acceso por la que diferentes *stakeholders* pueden interactuar con las empresas crece rápidamente. A las tradicionales páginas web interactivas se sumaron las diferentes apps que hoy ofrecen las empresas; la comu-

nicación del siglo en curso, las organizaciones vivían en el equivalente a un bunker sin accesos ni salidas al exterior, y, en menos de dos décadas, pasaron a vivir en una casa con todo tipo de accesos. Lamentablemente, la capacidad de controlar la seguridad de todos estos nuevos accesos no creció al mismo ritmo

En el *Allianz Risk Barometer*, el riesgo de cyber ataque está en el top tres desde hace ya varios años. En la versión 2021, comparte el podio, con Interrupción del SupplyChain y Pandemia, con más del 40% de los votos.

que su apertura. Los resultados están a la vista, la ciberseguridad es uno de los temas preocupantes, pero la respuesta a esta preocupación parecería estar haciéndose esperar.

¿Qué deberíamos estar pensando en hacer al respecto? Imaginen el impacto que tendría un ataque a algún servicio de primera necesidad. Si una empresa de servicios públicos fuera atacada por ciberdelincuentes el efecto sería, poten-

empresas como una herramienta competitiva, y a nivel de la sociedad en su conjunto como parte del escrutinio que los *stakeholders* hacen de las empresas con las que interactúan. Si no lo hacemos seguiremos viendo ejemplos de ciberseguridad en los medios. **E**

El autor es director del Centro de Risk Management del *IAE Business School*. Y director de *UpsideRisks*.



NATIVA

seguros

www.nativaseguros.com.ar

Seguinos en:    Nativa Seguros

BRÓKERS

Creatividad e innovación para recuperar rentabilidad

Aunque la crisis erosiona los márgenes de rentabilidad, la producción se sostiene gracias al invaluable aporte del productor asesor para retener cartera. Capitalizar el renovado protagonismo de la figura del PAS es prioridad para los brókers. En la minuta están marchando: capacitación, digitalización y diversificación de la oferta.

La pandemia fue una suerte de referéndum de canales comerciales del mercado asegurador. Los productores asesores de seguros, con el trinomio *asesorar-contener-retener*, ganaron por goleada. En este informe especial de **Estrategas**, 19 brókers y organizadores revalidan el rol fundamental que cumplieron los productores para sostener el negocio en un año crítico y los invitan a capitalizar este renovado protagonismo con capacitación y tecnología. Tienen el foco puesto en darles servicios principalmente para profesionalizarlos y digitalizarlos, siempre con el ob-

Los productores asesores de seguros, con el trinomio *asesorar-contener-retener*, ganaron por goleada.

jetivo en rentabilizar y hacer crecer los negocios.

PRIORIDADES. Las reglas de juego cambiaron. Ya no alcanza con lograr excelencia en venta y servicio de posventa. Hoy prevalece el que agregue valor real en las operaciones. La transformación digital, entonces, debe estar sujeta a la inteligencia. La reconfiguración de los negocios que se impone es mucho más amplia que la tecnología.

En un marco económico complejo, algunos operadores reconocen una reducción de la rentabilidad. La creatividad y la innovación son habilidades ineludibles para recomponer esos márgenes. Todos van en busca de un crecimiento de la producción -incluso cuando eso

implique competir por los mismos clientes- y de la red comercial. Sumar más productores al staff está entre las prioridades de los brókers y organizadores.

Sin embargo, algunos a *players* comienzan a pensar *fuera de la caja* para encontrar la forma de hacer crecer el negocio para sí mismos y para sus aliados. Las novedades, reflejadas en este informe, vienen por el lado de la inversión en tecnología, la expansión territorial (incluso la regionalización de las operaciones) y la diversificación ampliando la oferta sin limitarla necesariamente al rubro seguros.

Informe: Eliana Carelli

Matías Rosales, CEO Marsh Argentina & Uruguay

“Las ventas online pueden llegar a ser protagonistas en el futuro del negocio”

“El rubro de seguros está mostrando una rápida recuperación que es muy posible se dé durante este año.”



1. El rubro de seguros se vio afectado por la crisis del Covid como casi todas las industrias, pero está mostrando una rápida recuperación que es muy posible se dé durante este año.

LAS PREGUNTAS

1. En el actual contexto de crisis económica agudizada por la crisis sanitaria generada por el COVID-19, ¿cuál es el escenario de su negocio en materia de producción y rentabilidad?
2. ¿Cree que esta crisis producirá cambios en la intermediación de seguros? ¿Cuáles?
3. En este complejo escenario, ¿cuáles son las perspectivas de su negocio en términos de crecimiento o decrecimiento para el próximo ejercicio 2021/2022?

Sumar más productores al staff está entre las prioridades de los brókers y organizadores.

SIMPLICIDAD
TRANSPARENCIA
EXCELENCIA
EN EL SERVICIO
CONFIANZA



Con vos en cada momento



N° de inscripción SSN
0244

Atención al asegurado
0800-666-8400

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



SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN

2. Nuestra actividad está evolucionando a un servicio cada vez más cercano al cliente, pero sin descuidar el avance necesario en tecnología para que ese servicio sea rápido y con menos fallas. Las ventas online pueden llegar a ser protagonistas en el futuro del negocio. Por otro lado, las crisis locales son cada vez más complejas de analizar en detalle, y eso es una oportunidad de acercarse a clientes como asesores y consultores de riesgos, además del servicio que nos distingue en la intermediación y colocación de seguros.

3. Confiamos que vamos a cumplir todas nuestras metas de crecimiento, con un gran equipo al cual se suman nuevas incorporaciones, inversiones en colegas y en tecnología, nuevas oficinas y una propuesta renovada de marca que incluye un fuerte cambio cultural y en el modelo de servicio.

Ficha técnica:

- ♦ Razón social: Marsh S.A.
- ♦ Accionistas: Marsh Argentina.
- ♦ Cantidad de empleados: más de 400.
- ♦ Primas anuales netas intermediadas: \$32.000 millones.
- ♦ Composición de la cartera intermediada: Buen balance entre seguros de propiedad, seguros de empleados y consultoría de riesgos.
- ♦ Producción: Mayormente negocio corporativo, seguido por pyme y seguros de Personas. Canales de venta: fuerte aporte en intermediación de seguros y reaseguros, con una apuesta a seguir creciendo de la mano de productores y grupos de afinidad.
- ♦ Red de productores: 400 apróx.
- ♦ Zona geográfica de operación: Todo el país, con oficinas y representantes en CABA, Córdoba, Neuquén, Rosario, Mendoza, Mar del Plata, San Juan y Tucumán.
- ♦ Servicios tecnológicos que operan: Distintas plataformas tecnológicas, tanto para la gestión de cartera de productores como de cara a mercados.

Franco Di Lucca, CEO y presidente de Aon Argentina

“La digitalización es la dimensión clave sobre la que debemos seguir trabajando”

“Seguiremos impulsando proyectos digitales como Agentes y Cover Wallet.”



1. El negocio no sufrió cambios grandes. Procuramos estar más cerca de los clientes y tuvimos una rápida reacción ante la crisis. Desde la perspectiva de la productividad, hemos implementado mejoras: Gestión del calendario (reuniones más cortas, preparación previa); preparación para ser exitosos (espacio y herramientas); metas relevantes y alcanzables.

2. La digitalización es la dimensión clave sobre la que debemos seguir trabajando. En nuestro caso, aceleramos iniciativas sobre las cuales veníamos trabajando: pilotos de home office, emisión, cotización online, cobranzas digitales, entre otros. Además, lanzamos otros proyectos, por ejemplo, dos modelos operativos digitales end to end.

3. Seguiremos impulsando proyectos digitales como Agentes y Cover Wallet. El primero es una alianza con productores en la que los invitamos a ser partners, beneficiándonos y potenciándonos mutuamente. El segundo es el lanza-

miento local de Cover Wallet, otra plataforma digital que nos permite fortalecernos en mercados adyacentes y acercar servicios y productos de altísima calidad y versatilidad a todos los consumidores.

Fiche técnica:

- ♦ Razón social: Aon Risk Services Argentina S.A.
- ♦ Accionistas: Aon Corp.
- ♦ Cantidad de empleados: 500.
- ♦ Primas anuales netas intermediadas: \$25.000 millones.
- ♦ Composición de la cartera intermediada: Property, ART, Autos, Casualty, Vida y Caución.
- ♦ Red de productores: 150.
- ♦ Principales aseguradoras: Allianz, Sura, Experta, Galeno, Meridional, Chubb, Zurich, Sancor y Starr.
- ♦ Zona geográfica de operación: dos oficinas en B.A., presencia en Córdoba, Santa Fe y Neuquén.
- ♦ Servicios tecnológicos: Cover Wallet (desarrollo de CW). Productores: desarrollo propio de Aon en comunicación con las aseguradoras (web services).

Marcelo Rodríguez, presidente Risk Group Argentina

“Sólo permanece en pie el que agregue valor real en las transacciones”

“Cuando se sinceren los patrimonios tambalearán hasta los más grandes.”



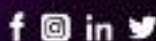
Una mirada diferente al mercado asegurador

Charles Taylor InsureTech ayuda a la industria global de seguros a lograr un éxito medible a través de una evolución simple. Al simplificar las operaciones a través de soluciones tecnológicas, se logra una mayor agilidad y las ineficiencias se eliminan rápidamente, lo que permite más tiempo libre y un mayor presupuesto para definir diferenciadores clave y ofrecer experiencias de primera clase al cliente.

**Contáctenos para
descubrir como podemos
ayudarle a enfrentar
sus desafíos.**

Para más información envíenos
un email a infolatam@ctplc.com

latam.ctinsuretech.com



Charles
Taylor  InsureTech

1. La búsqueda de la sustentabilidad financiera y la mejora del negocio en términos de eficiencia son el nuevo paradigma. COVID-19, un catalizador. En el planeamiento estratégico del siglo XXI no existe una brújula del futuro, aunque sí se ven las tendencias. Uno como empresario decide si *surfea* la ola o se deja golpear.

2. La identificación de segmentos objetivos y el análisis de las ventajas competitivas en cada uno de ellos se convierte en el instrumento primordial para un desarrollo poderoso. En *Risk Group Argentina* lo implementamos mediante grupos de trabajo ad-hoc basados en el concepto de las organizaciones ágiles. Al mismo tiempo se apunta a tener masa crítica, generar contenido y agregar valor en las relaciones.

3. No preveo crecimiento en este ejercicio para la mayoría de los operadores. En algún momento, cuando se sinceren los patrimonios, tambalearán hasta los más grandes. Estos dos últimos años entre fusiones y adquisiciones, caída de la demanda y reducción de la actividad, quedó demostrado que no hay puesto seguro, ni cliente garantizado. Las crisis derrumban el *sno-bismo* de lo cosmético. Sólo permanece en pie el que agregue valor real en las transacciones.

Ficha técnica:

- ♦ Razón social: Risk Group Argentina.
- ♦ Accionistas: Marcelo Rodríguez, Gabriel Capristo, Ariel Eiras, Nicolás Rodríguez y Alcides Ricardes.
- ♦ Cantidad de empleados: 38.
- ♦ Composición de la cartera intermediada:

Energía y Petróleo 40%, Nuevas Tecnologías 10%, Personas 20%.

- ♦ Producción: 90% propia.
- ♦ Red de productores: 5.
- ♦ Principales aseguradoras: Chubb, Federación Patronal, La Segunda, Meridional, Zurich, entre otras.
- ♦ Zona geográfica de operación: Todo el país.
- ♦ Servicios tecnológicos que operan: Multicotizador online, aplicación móvil MyPAS, plataforma administración de riesgos, cubo ciber-riesgos, video-peritación, truck&planton-demandinsurtech y sistemas operativos 100% cloud.

Ezequiel Meana-Álvarez,
director de Middle Sea

“Todos los players competiremos por los mismos clientes redundando en una reducción de la rentabilidad”



FAHYCO SPRINT

SOMOS DISTINTOS PORQUE HACEMOS LAS COSAS DE UNA FORMA DISTINTA

UN PROGRAMA DE OBJETIVOS E INCENTIVOS QUE POTENCIAN TU ACTIVIDAD

info@fahyco.com.ar | www.fahyco.com.ar | 7079-7017 | fahyco fahyco.ar

Nº de inscripción en CNA 100 | Atención al asegurado 0800 565 6400 | Organismo de control www.argentina.gub.ar | SSN 19904410028

SEKURIT

GLAZING IN MOTION

1 de cada 2 autos tiene Sekurit



TE PRESENTAMOS

✓ SIROS

Servicio Integral de Reposición Original Sekurit

- Atención integral y Personalizada en **Reposición de Cristales.**
- Cobertura en todo el País.
- Garantía de **Cristal Original.**
- **Call Center** a todas las Compañías: **0810-122-1003**

Sekurit es líder en cristales originales para el automóvil. Pertence al grupo **Saint-Gobain** con presencia internacional desde hace **350 años** y a través de sus empresas en Argentina hace **más de 80 años.**

**TEK
BOND**
SAINT-GOBAIN

NORTON
SAINT-GOBAIN

weber
SAINT-GOBAIN

megaflex

ISOVER
SAINT-GOBAIN

Tuyango
SAINT-GOBAIN

PAM
SAINT-GOBAIN

📞 Call Center: 0810-122-1003
✉ ventasssekurit@saint-gobain.com
☎ Teléfonos (02320) 622849

📱 @sekuritargentina
🌐 @sgsekuritargentina
🌐 @sgsekuritargentina


SAINT-GOBAIN

“Se profundizará la digitalización en la compra de seguros y en el servicio posventa.”

2. Creemos que se profundizará aún más la digitalización, tanto en la compra de seguros como en el servicio posventa esperado por los asegurados.

3. No vemos crecimiento en la inversión ni el consumo, con lo cual todos los players competiremos por los mismos clientes redundando en una reducción de la rentabilidad.

Ficha técnica:

- ◆ Razón social: Middle Sea.
- ◆ Accionistas: capitales nacionales.
- ◆ Cantidad de empleados: 80.
- ◆ Primas anuales netas intermediadas: \$15.000 millones.
- ◆ Composición de la cartera intermediada: Automotores, Vida, Transporte, Construcción, Montaje, RC, Riesgos del Trabajo, Caucción, Incendio, AP, Robo, D&O, E&O, Crédito y Otros.
- ◆ Producción: propia.
- ◆ Principales aseguradoras: Aseguradoras internacionales y nacionales de primer nivel.
- ◆ Zona geográfica de operaciones: Todo el país.
- ◆ Servicios tecnológicos que operan: Para el negocio masivo utilizamos plataformas desarrolladas in house e *Inbroker Cloud* para el negocio corporativo.

Juan Manuel Manganaro, presidente de Grupo Gaman



“La innovación es parte de nuestra responsabilidad”

“Vimos un aceleramiento en el proceso de concentración en la industria y una reducción en los porcentajes de rentabilidad.”

1. Vimos un aceleramiento en el proceso de concentración en la industria y una reducción en los porcentajes de rentabilidad. Dicho contexto refuerza la necesidad imperiosa de mancomunarse para subsistir.

2. Notamos con agrado que nuevamente se pone al productor asesor en el centro de la escena. Por otro lado, la innovación es parte de nuestra responsabilidad, pero debemos ser dueños de nuestro tiempo; poner la tecnología a disposición del hombre y no el hombre a disposición de la tecnología.

3. Mantener el crecimiento por encima de la inflación y por encima de la competencia tarifaria. La integración y la complementariedad de soluciones y servicios deben acompañar el crecimiento de la facturación; invertir más para facturar más, de lo contrario el *statu quo* lleva inevitablemente al decrecimiento.

Ficha técnica:

- ◆ Razón social: Grupo Gaman.
- ◆ Accionistas: Juan Manuel Manganaro, Marc Herzfeld, Daniel Mancini, Leandro Canosa, Gregorio Sánchez, Mariana Goldfarb y Ezequiel Martínez Bieule.
- ◆ Cantidad de empleados: 150.
- ◆ Primas anuales netas intermediadas: \$8.735 millones (Producción propia: Gaman \$521 millones, Alea \$1.751 millones y Asset \$461 millones. Productores: \$6.002 millones).
- ◆ Composición de la cartera intermediada: Property&Casualty 51,65% y Riesgos del Trabajo 48,35%.
- ◆ Red de productores: Más de 600.
- ◆ Principales aseguradoras: Política de preferentes con preacuerdos: Federación Pa-

tronal, HDI, Chubb, Meridional, Asociart y Mercantil andina.

- ◆ Distribución de primas por aseguradora: Federación Patronal 25%, Grupo Provincia 13%, HDI 5,5%, Chubb 2,4%, Meridional 2,6%, Asociart 10% y Mercantil andina 5%.
- ◆ Zona geográfica de operación: Tucumán, Salta, La Pampa, Bariloche, parte de región litoral, prov. de Bs.As. y CABA.

Héctor Martínez Sosa, presidente de Héctor Martínez Sosa y Cía.



“No creemos que la crisis produzca cambios en la intermediación de seguros”

“Nuestra idea siempre es crecer, un poco más o un poco menos de acuerdo al marco global, pero jamás pensamos en decrecer.”

1. Nuestra empresa pudo mantener un crecimiento constante que estuvo en el orden del 50 por ciento. Teniendo en cuenta que, en 2020, con casi 10 meses de pandemia, existieron muchos descuentos, reducciones de cobertura, etc., ese 50 por ciento es más que satisfactorio. De hecho, superó las expectativas que teníamos en marzo del año pasado.

2. En las crisis hay cambios en los hábitos de consumo. La gente busca achicar gastos, se compran coberturas más económicas, se reducen las que se tienen y también

Cumplimos
25
AÑOS



**Y NUESTRO DESEO ES
SEGUIR CUMPLIENDO CON VOS**

Cuidando la salud de tu trabajo



se da algunas bajas. Pero no creemos que la crisis produzca cambios en la intermediación de seguros. Esos cambios pueden darse, pero relacionados a otros factores.

3. Somos optimistas de cara al futuro. Si logramos superar esta pandemia, el país puede experimentar una reactivación paulatina y así nos encontraríamos mejor parados. Nuestra idea siempre es crecer y en eso focalizamos nuestra energía: crecer un poco más o un poco menos, de acuerdo al marco global, pero jamás pensamos en decrecer.

Ficha técnica:

- ♦ Razón social: Héctor Martínez Sosa y Cía. S.A.
- ♦ Accionistas: Héctor Martínez Sosa.
- ♦ Cantidad de empleados: 62.
- ♦ Primas anuales netas intermediadas: \$6.573,47 millones.
- ♦ Composición de la cartera intermediada: 42% Riesgos del Trabajo, 15% Vida y 43% Patrimoniales.
- ♦ Producción: 55% productores y 45% propia.
- ♦ Red de productores: 653.
- ♦ Principales aseguradoras: Federación Patronal, Provincia ART, Experta ART, Provincia Seguros, Zurich, Nación Seguros, La Caja, Allianz, Sura y Meridional.
- ♦ Zona geográfica de operación: CABA, GBA, Tierra del Fuego, Santa Cruz y Chubut.
- ♦ Servicios tecnológicos que operan: ULTUM.

Hugo Tito, presidente de National Brokers



“Comenzamos a percibir los primeros signos de reactivación”

“Proyectamos un escenario de crecimiento en la captación de nuevos clientes y de desarrollo integral de nuestra cartera.”

1. Durante el último semestre comenzamos a percibir los primeros signos de reactivación, lo cual no supone un crecimiento. Riesgos del Trabajo se ve afectado por la disminución de cápitales y del salario real. En nuestra cartera de 7.000 empresas, notamos una caída del 15 por ciento en la nómina de empleados.

2. Vemos una convivencia entre la contratación digital y la tradicional. Contamos con las herramientas tecnológicas adecuadas para brindar soporte de manera eficiente, con un nivel de demanda mayor al habitual, logrando una excelente contactabilidad con los interesados, sea cual fuere el canal que el usuario elija. Destacamos el rol del productor en tiempos donde se reconoce el agregado de valor en el asesoramiento antes, durante y después de la contratación de una cobertura.

3. Sumamos dos empresas que integran el Grupo, que complementan a *National Brokers*: *National Med*, gerenciadora de medicina laboral y *National Safety*, gestora de seguridad e higiene. Proyectamos un escenario de crecimiento en la captación de nuevos clientes y de desarrollo integral de nuestra cartera. Seguimos incorporando nuevas herramientas tecnológicas y apostando fuertemente al crecimiento de nuestra red de productores a nivel nacional con mejores condiciones comerciales, apoyo técnico y operativo, análisis de riesgos y plan de desarrollo de cartera.

Ficha técnica:

- ♦ Razón social: National Brokers S.A.

- ♦ Accionistas: Armando Hugo Tito.
- ♦ Cantidad de empleados: 200.
- ♦ Composición de la cartera intermediada: 75% Riesgos del trabajo y 25% Patrimoniales.
- ♦ Producción: 85% propia y 15% productores.
- ♦ Red de productores: 150.
- ♦ Principales aseguradoras: Federación Patronal, Grupo Provincia, Mercantil andina, Boston, Omint, La Segunda y Asociart.
- ♦ Zona geográfica de operación: CABA, Buenos Aires (Pilar), Córdoba, Mendoza, Neuquén y Tucumán.

Alejandro Bleuzet, presidente de Grupo Absa



“Creemos mucho en la suma asesoramiento + tecnología para estar a la altura”

“Pondremos especial foco en el desarrollo del negocio de Vida Individual y, en Patrimoniales, en el segmento pyme.”

1. Nuestra empresa se adaptó bien a las nuevas metodologías de trabajo para acompañar y seguir dando respuesta a nuestros clientes y productores. La primera mitad de este año nos muestra buenos resultados de desarrollo de negocio, especialmente en los segmentos de Vida y Líneas Personales.

2. Más que nunca, los clientes buscan la resolución inmediata de sus consultas y requerimientos y contar con una combinación de ca-

Nueva Web de Clientes

Una experiencia online más fácil y dinámica

Actualizamos nuestra Web de Clientes para que las gestiones online sean mucho más rápidas, incluso desde el celular.



clientes.mapfre.com.ar

En su Espacio MAPFRE, nuestros clientes pueden:

- Chequear y descargar pólizas.
- Denunciar y gestionar siniestros.
- Generar órdenes de reposición de cristales y cerraduras.
- Descargar certificado de circulación.
- Abonar cuotas y modificar formas de pago.
- Entre otras gestiones online.

NUESTRO ESPACIO MAPFRE PARA CLIENTES, EVOLUCIONÓ JUNTO A ELLOS.



www.mapfre.com.ar



Nº de inscripción en SSN
213/599

Atención al asegurado
0800-656-8400

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



SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN

nales digitales y tradicionales para gestionar y recibir respuestas. En este contexto, productores y brókers deberán acelerar el proceso de transformación para combinar el asesoramiento profesional con herramientas y opciones digitales. Creemos mucho en la suma “asesoramiento + tecnología” para estar a la altura.

3. Continuaremos con el foco en la incorporación de productores basados en nuestra propuesta de valor de tres pilares: nuestro equipo profesional y de especialistas, la oferta integral de productos y las mejores aseguradoras, y *AbsaNet*, nuestra exclusiva plataforma para la gestión y el desarrollo del negocio. Pondremos especial foco en el desarrollo del negocio de Vida Individual y, en Patrimoniales, en el segmento Pyme.

Ficha técnica:

- ◆ Razón social: Grupo Absa.
- ◆ Cantidad de empleados: 50.
- ◆ Composición de la cartera intermediada: Patrimoniales 60%, Vida Individual 20%, Riesgos del Trabajo 20%.
- ◆ Red de productores: más de 350.
- ◆ Principales aseguradoras: Zurich, Sura, Allianz, Meridional, Experta, Sancor, Galeño y Provincia.
- ◆ Zona geográfica de operación: AMBA, NOA, Provincia de Bs. As. y otras.
- ◆ Servicios tecnológicos: *AbsaNet*, plataforma integral de gestión y desarrollo del negocio.

Juan Graham, director comercial de Norden Brokers

“Los números de la empresa son buenos”

“Pensamos seguir creciendo con la incorporación de nuevas alianzas con productores y con el mantenimiento de la red de sucursales y agentes.”

1. Los números de la empresa



son buenos. La producción (creciendo por arriba de la inflación y del sector asegurador) y la rentabilidad no se vieron afectadas. Esto nos permitió seguir con los mismos planes de inversión previstos para 2020 y 2021. Con la división de Seguros Agrícolas crecimos un 10 por ciento en hectáreas aseguradas superando el 1.400.000 y en sumas aseguradas impulsado por el aumento del valor de los granos.

2. Más que por la crisis, por el cambio de hábito en los consumidores pospandemia. Nosotros seguimos apostando a innovar dándole cada vez más herramientas a nuestra red comercial. Nuestro sistema de administración y gestión *Norden BI* y la app *Norden Clientes* integran una plataforma de servicios que nos permite poner el foco en el cliente.

Adicionamos un área de Marketing que genera herramientas digitales para productores, para que fortalezcan su propia marca.

3. Más allá del contexto económico, pensamos seguir creciendo con la incorporación de nuevas alianzas con productores y con el mantenimiento de nuestra red de sucursales y agentes en todo el país. También buscamos afianzar la nueva oficina *NB Uruguay* recientemente inaugurada en el marco de nuestro plan de expansión regional en todo Latam.

Ficha técnica:

- ◆ Razón social y accionistas: Grupo Norden: Norden Brokers S.A., NB Productores S.A. (G. Blousson), Norden La Pampa S.A. (A. Aguirre, J. Graham, M. Campos, G. Mariani y E. Ghione) y NBU SRL Uruguay (J. Bestard).
- ◆ Cantidad de empleados: 65
- ◆ Primas anuales netas intermediadas: \$4.120 millones.
- ◆ Composición de la cartera intermediada: 35% Agro, 30% Riesgos del Trabajo, 35% Seguros Generales y Vida.
- ◆ Producción: 20% propio y 80% productores.
- ◆ Red de productores: 210.
- ◆ Principales aseguradoras: Sancor, Prevención ART, Zurich, Mercantil andina, Allianz, Federación Patronal, Sura y Experta.
- ◆ Zona geográfica de operación: CABA, GBA, Pcia. de Bs. As., La Pampa, Córdoba, Santa Fe, Tucumán y Corrientes.
- ◆ Servicios tecnológicos que operan: Plataforma de servicios *Norden BI* (gestión y administración, multicotizador de Autos y Agro, reportes, siniestros) extensible a todos nuestros productores, vendedores y clientes.

Pablo Federico Luhning, presidente de VIS Asesores de Seguros

“Seguimos invirtiendo en tecnología”



L2 RECOM PENSA!

Programa de Beneficios

Descargá **NetVos** y disfrutá de los descuentos y beneficios exclusivos para clientes en todo el país.



Escaneá el QR
y conocé más

NetVos
Todo más simple, seguro.

L2 GRUPO ASEGURADOR
La segunda

LO PRIMERO SOS VOS

NP de inscripción en SSN
0317 - 0618 - 0117 - 0435

Atención al asegurado
0800-566-8400

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



SSN

SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN

“Debemos desarrollar marketing digital de manera conjunta con el productor.”

1. Nuestro negocio está en constante crecimiento y cumplimos nuestros presupuestos en la incorporación, capacitación y maduración de los nuevos productores. Seguimos invirtiendo en tecnología para que nuestra red llegue a sus clientes de manera más simple, y rápida. Continuamos pensando en simplificar cada uno de los procesos de esta industria para obtener más rentabilidad.

2. Sabemos que hay nuevas formas de comunicarse, nuevos canales digitales y nuevas necesidades de coberturas. Debemos estar más cerca de nuestros productores y desarrollar marketing digital de manera conjunta.

3. Siempre en crecimiento, siempre pensando en mejorar. Queremos tener métrica e información de todo. Damos servicio bien de cerca y resolvemos los problemas de los productores. Trabajamos con ellos para especializarlos y desarrollamos en conjunto las campañas digitales y la creación de nuevos productos.

Ficha técnica:

- ♦ Razón social: VIS Asesores de Seguros S.A.
- ♦ Accionistas: Pablo Luhning 60% y Clarisa Luhning 40%.
- ♦ Cantidad de empleados: 28.
- ♦ Primas anuales netas intermediadas: \$3.500 millones.
- ♦ Composición de la cartera intermediada: Agro 25%, Riesgos del Trabajo 35%, Autos 25%, Pymes 10%, resto 5%.
- ♦ Producción: 90% productores, 10% directa.
- ♦ Red de productores: 400.
- ♦ Principales aseguradoras: RUS, Provincia Seguros, Nación Seguros, Experta Seguros, Triunfo, Omint ART, Experta ART, SURA, La Holando y Galeno Seguros.
- ♦ Zona geográfica de operación: Todo el país.
- ♦ Servicios tecnológicos que operan: Siste-

ma propio de administración y ventas, cotizaciones y emisiones. Sistema de marketing digital para productores.

**Sebastián Larrea,
CEO de Hawk Group**



**“Estrategia comercial:
potenciar nuestra presencia
regional e internacional”**

“Aseguralo.com revoluciona la forma de cotizar, contratar y gestionar pólizas de seguro para autos, motos, movilidad urbana, tecnología portátil, hogar, salud prepaga, cauciones de alquiler y comercios.”

1. Nos adaptamos rápidamente al nuevo contexto mediante la optimización de procesos y servicios innovadores. Concretamente, exploramos nuevos nichos de mercado y, a la vez, nos hicimos más fuertes en los segmentos en los que ya trabajamos.

2. Se potenciaron las herramientas digitales para la comercialización de seguros, al mismo tiempo que la demanda exige mayor profesionalismo en el mercado asegurador. En esa línea, lanzamos este año nuestro sitio *Aseguralo.com*, una plataforma de seguros online que viene a revolucionar la forma de cotizar, contratar y gestionar pólizas de seguro para productos como autos, motos, movilidad urba-

na, tecnología portátil, hogar, salud prepaga, cauciones de alquiler y comercios, entre otros.

3. Desde el inicio de la pandemia, y con foco particular en este año, hemos planificado estrategias comerciales para potenciar nuestra presencia regional e internacional. Nuestros objetivos de crecimiento nos impulsan indefectiblemente a la búsqueda de nuevos negocios y a fidelizar nuestra cartera actual.

Ficha técnica:

- ♦ Razón social: Hawk Group S.A.
- ♦ Accionistas: Sebastián Larrea.
- ♦ Cantidad de empleados: 50.
- ♦ Primas anuales netas intermediadas: \$2.900 millones.
- ♦ Composición de la cartera intermediada: Patrimoniales 55%, Vida 25%, Riesgos del Trabajo 20%.
- ♦ Cantidad de productores con los que trabaja: 100.
- ♦ Principales aseguradoras: Sancor Seguros, Prevención ART, San Cristóbal Seguros, Asociart, Mapfre, Galeno y Mercantil andina.
- ♦ Zona geográfica de operaciones: 55% Interior, 45% CABA y GBA.
- ♦ Servicios tecnológicos que operan: Desarrollo tecnológico inhouse.

**Pablo Romasanta, director
de Romasanta y Asociados**

**“Nuestras perspectivas
son muy altas”**





Vos nos convertiste en la compañía N°1 en motos.
Ahora también queremos cuidar tu auto.

En el mercado de motos, marcamos la diferencia, somos la Compañía N°1 con los mejores beneficios y las más grandes prestaciones. Con presencia en 19 provincias y más de 10 años de experiencia en el mercado. Somos ATM Seguros: siempre de tu lado.

atmsegueros.com.ar

0810 345 0492

Para mayor información, **consultá a tu Productor Asesor de Seguros.**

ATM
SEGUROS

Nº de inscripción en CNA
082

Nº de inscripción en CNA
0600-666-4700

Organismo de control

www.argentina.gob.ar/ta



SSN SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACION

“Estamos trabajando para convertir al productor en un agente de consulta y comercialización de una enorme y diversa cantidad de productos.”

1. Vemos retracciones como la caída en las ventas de vehículos 0 Km, la poca recuperación de la construcción y la caída en el consumo, pero creemos que lo peor ya lo hemos superado. La gran cantidad de nuevos negocios han hecho que la crisis se convierta en una oportunidad. Ni hablar de la rentabilidad de nuestro negocio. Crecimos en facturación y mejoramos nuestra composición de costos.

2. Creemos que los antiguos *lay out* de las oficinas deberían ser revisados y en ese camino estamos en Romasanta. Por otro lado, ofrecemos herramientas para que los productores puedan poner al alcance de sus clientes productos que tradicionalmente (en las oficinas de los PAS) no se comercializan y que pueden ofrecer de forma 100 por ciento digital.

3. Nuestras perspectivas son muy altas y están basadas en el soporte tecnológico de nuestro servicio y la enorme diversificación en la que estamos avanzando para que el productor incremente su facturación. Estamos trabajando para convertirlo en un agente de consulta y comercialización de una enorme y diversa cantidad de productos, que jamás pensó poder ofrecer a sus clientes (esto no es un proyecto; es una realidad que los invitamos a conocer).

Ficha técnica:

- ◆ Razón social: Romasanta y Asociados S.A.
- ◆ Accionistas: Enrique Romasanta y María Cuñarro.
- ◆ Cantidad de empleados: 23.
- ◆ Primas anuales netas intermediadas: \$2.737 millones.
- ◆ Composición de la cartera intermedia-

da: 60% Automotores, 15% Riesgos del Trabajo y 25% resto de ramos.

- ◆ Producción: 100% servicio a productores.
- ◆ Red de productores: 630.
- ◆ Principales aseguradoras: Grupo San Cristóbal (Patrimoniales y Riesgos del Trabajo), Grupo Sancor (Patrimoniales y Riesgos del Trabajo), Orbis, HDI, otras.
- ◆ Distribución de primas por aseguradora: San Cristóbal 60%, Sancor 20%, Orbis 7%, HDI 5%, resto 8%.
- ◆ Zona geográfica de operación: República Argentina.
- ◆ Servicios tecnológicos que operan: *Procloud* sistema de tickets (para organizaciones); *Procloud* sistema administración de cartera (para productores).

Norberto Cipollatti, presidente de S&C Brokers



“El plan es seguir creciendo; habrá oportunidades”

“Tenemos mucha fe en desarrollar el bróker en Uruguay. Hay muchísimas oportunidades.”

1. Nuestro bróker sigue creciendo con nuevos negocios como Salud, Vida, Accidentes Personales y Agropecuarios, entre otros. Patrimoniales, principalmente Autos, que sufrió una caída en 2020, se va recuperando en lo que va de 2021. Aeronavegación creció ahora que empezaron a volar privados, y caución también, fruto de la construc-

ción privada. A veces debemos reducir precios para ganar negocios, pero igual nuestro crecimiento fue bueno en producción y rentabilidad.

2. Creemos que el productor asesor va a estar siempre. Las personas necesitan asesoramiento y nosotros trabajamos para estar siempre su lado brindándoles servicios, conteniéndolos en el siniestro. El tema no es sólo vender sino hacerle ver lo que necesita y atenderlo siempre.

3. En el ejercicio 20-21 el plan es seguir creciendo; habrá oportunidades. Comenzamos hace un tiempo con un bróker en Uruguay y tenemos mucha fe en desarrollarlo; hay muchísimas oportunidades en materia aseguradora.

Ficha técnica:

- ◆ Razón social: S&C Broker de Seguros S.A.
- ◆ Accionistas: Raúl Bessone y Norberto Cipollatti.
- ◆ Cantidad de empleados: 30.
- ◆ Primas anuales netas intermediadas: \$2.190 millones (al 31/03/21).
- ◆ Composición de la cartera intermediada: Riesgos del Trabajo 35%, Patrimoniales 52%, Personas 13%.
- ◆ Producción: propia 40%, productores 60%.
- ◆ Red de productores: +270.
- ◆ Principales aseguradoras: Sancor Seguros, Mercantil andina, Meridional, Sura.
- ◆ Zona geográfica de operación: Argentina y Uruguay.
- ◆ Servicios tecnológicos que operan: Multicotizador y comparador web, sistema de gestión para organizadores.

Marcelo Montañez, presidente de MGP Broker

“Nos acercamos al fin del ejercicio con un crecimiento por encima de la inflación”

“Si los brókers logran adaptarse y adoptar las nuevas herramientas, esta crisis es una oportunidad para ganar terreno.”

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



Pérdida parcial y total por incendio sin franquicia.



Robo o hurto parcial al amparo del total sin franquicia.



Daños por granizo.



Servicio de gestión gratuito en caso de robo o pérdida total de la unidad.

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

Cobertura de Seguros brindada por Colón Compañía de Seguros S.A. Los servicios de asistencia son prestados por Colón Servicio y Asistencias S.A. El presente anuncio no constituye ni podrá considerarse una formal oferta de seguro sino una simple invitación a solicitar la cobertura referida en el presente folleto o publicidad. Reservándose Colón Compañía de Seguros S.A. la facultad de aceptar o rechazar la solicitud de seguro en base a su sólo criterio.



1. Nos acercamos al fin de este ejercicio con un crecimiento por encima de la inflación debido a la competitividad de nuestros productos, al servicio que brindamos a nuestra red de productores y al desarrollo de herramientas que contrarrestan la competencia del mercado y las opciones ofrecidas mediante las compañías con las que operamos.

2. La era digital supone un cambio que llegó para quedarse. Si los brókers, y por consiguiente sus productores, logran adaptarse y adoptar las nuevas herramientas, esta crisis es una oportunidad para ganar terreno frente a los que no lo hagan.

3. Para el 2021/2022 tenemos perspectivas de crecimiento, no sólo en la producción genuina de nuestra red sino también en la incorporación de productores, en virtud de las apuestas que realizamos con acciones comerciales y de sumar más tecnología como herramienta fundamental para que el productor pueda desarrollarse en su actividad.

Ficha técnica:

- ◆ Razón social: MGP Broker S.A.
- ◆ Accionistas: Integrantes del Grupo Megapro.
- ◆ Cantidad de empleados: 6.
- ◆ Primas anuales netas intermediadas: \$1.930 millones.

- ◆ Composición de la cartera intermediada: 48% Automotores, 34% Riesgos del Trabajo, 18% Otros riesgos.
- ◆ Producción: 100% productores.
- ◆ Red de productores: 300 apróx.
- ◆ Principales aseguradoras: Federación Patronal, Swiss Medical Seguros, Mercantil andina, Providencia Seguros, Galeno, Libra Seguros y Zurich.
- ◆ Zona geográfica de operación: Principalmente AMBA. También presencia en puntos del interior del país.
- ◆ Servicios tecnológicos que operan: App para asegurados, multicotizador de Autos y Motos, sistema de gestión interno del bróker (CRM), sistema de gestión y administración, pre-suscriptor de riesgos, entre otras soluciones.

Mariano De Luca, gerente general de SMSV Asesores de Seguros

“La oferta de seguros se sigue diversificando por canales digitales”



“El desafío es incorporar más productos a la oferta, sobre todo en Vida y Salud donde vemos una oportunidad.”

1. Nuestro bróker no sólo retuvo, sino que creció en producción, incorporó más servicios, nuevas pó-

lizas y nuevos productores a la red. Estamos cerrando el ejercicio 2020-2021 con un crecimiento superior al 50%. Todo el equipo de trabajo y los productores han superado nuestras expectativas.

2. La oferta de seguros se sigue diversificando por canales digitales y eso es bueno para el mercado y para nuestros clientes. El rol de productores y brókers conteniendo, asesorando y reteniendo cartera es irremplazable. El desafío es incorporar más productos a su oferta, sobre todo en Vida y Salud donde vemos una oportunidad, y seguir capacitándose y profesionalizarse en riesgos más complejos.

3. Nuestras perspectivas son alentadoras. Confiamos en que, a partir de fin de año, iremos volviendo a la normalidad y se recuperará la economía. Nuestro objetivo es crecer por arriba de la inflación, brindar más servicios a clientes y productores e incorporar más productos a nuestra oferta.

Ficha técnica:

- ◆ Razón social: SMSV Asesores de Seguros S.A.
- ◆ Accionistas: Sociedad Militar Institución Mutualista y SMSV Compañía Argentina de Seguros S.A.
- ◆ Cantidad de empleados: 33.
- ◆ Primas anuales netas intermediadas: \$1.800 millones (mayo 2021).
- ◆ Composición de la cartera intermediada: Automotores 48%, Riesgos del Trabajo 24%, Int. Consorcio/Com./Caución/otros 20%, Combinado Familiar 6% y Salud 2%.
- ◆ Producción: directo 20%, productores 80%.
- ◆ Red de productores: 230.
- ◆ Principales aseguradoras: SMG, LMA, Prevención ART, Provincia ART y Asociart ART.
- ◆ Zona geográfica de operación: Interior 50%, CABA 30%, GBA 20%.
- ◆ Servicios tecnológicos que operan: *Inbroker*, *Sysone*, *Gaus*, *CRM Vocalcom*, *Doppler Relay*, página web comercial *IBM Portal*.



interassist
travel
Sabemos de ASISTENCIAS

*Somos una compañía integral de
asistencias, coordinamos de manera directa
todos nuestros servicios con marcada
eficiencia, atención personalizada, y un
equipo de profesionales altamente
calificados con más de 20 años de
experiencia.*

Algunos de nuestros servicios

***Asistencia al vehículo
Asistencia al hogar
Asistencia al viajero
Servicios de call center***

*Interassist,
una empresa donde la experiencia
marca la diferencia*

*Nuestro equipo de profesionales
está para asesorarle*

***comercial@interassist.travel
Cerrito 1070 1°Piso Of. A
CABA - Argentina***

Álvaro Diego Otazu, presidente de New Leaders



“Estamos comprometidos a que el próximo ejercicio sea un verdadero despegue”

“Las estructuras de la cadena de valor se modificaron. Las aseguradoras están revisando sus vínculos con proveedores, brókers, organizaciones y productores.”

1. Apoyamos a nuestra red de productores en cada necesidad, establecimos puentes de comunicación con las aseguradoras más afines y logramos consolidar nuestra posición con un crecimiento superior al que pronosticamos antes de la pandemia. La rentabilidad se mantuvo, pues el crecimiento de producción se volcó a diversas inversiones en nuestro propio negocio.

2. Las estructuras de la cadena de valor se modificaron. Las aseguradoras están revisando el tipo de vínculo con proveedores, brókers, organizaciones y productores. El protagonismo del productor en los meses críticos de la pandemia fue fundamental para mantener el negocio en pie. Ahora debe revalidar este logro siendo cada vez más profesional y ahí está el foco de nuestro trabajo: colaborar con él para que se convierta en referente de su cartera de clientes.

3. New Leaders está profunda-

mente comprometido para que el próximo ejercicio sea un verdadero despegue, en consonancia con los pronósticos de reactivación de la actividad económica. En términos de resultados, tendremos un ejercicio muy positivo. Estamos lanzando un plan de capacitación integral para productores que recién comienzan y para aquellos que ya transitan la actividad hace tiempo.

Ficha técnica:

- ◆ Razón social: New Leaders.
- ◆ Accionistas: Álvaro Otazu, Flavia Miralles, Facundo Lacaria y Mariano Merlo
- ◆ Cantidad de empleados: 18.
- ◆ Primas anuales netas intermediadas: \$1.200 millones.
- ◆ Composición de la cartera intermediada: Patrimoniales y Vida 75%, Riesgos del Trabajo 25%.
- ◆ Producción: propia 10%, productores 90%.
- ◆ Red de productores: 265.
- ◆ Principales aseguradoras: RUS, Federación Patronal, Experta Seguros y ART.
- ◆ Zona geográfica de operaciones: Todo el país.
- ◆ Servicios tecnológicos que operan: Sistema de Administración de Cartera para PAS a través de AdminSe, Intranet propia a través de EARS SA. Soporte al MKT digital.

Tomás Perdomo, coordinador comercial de Atlantic



“La producción se recuperó y la rentabilidad también”

“Nuestra proyección es terminar

el ejercicio con un crecimiento superior al 42 por ciento en número de pólizas.”

1. Superado el primer cimbronazo producto del cese de actividades, la producción se recuperó y en niveles de rentabilidad también. Las empresas se vieron favorecidas por el nuevo modelo de gestión home office. Operamos en todas las ramas, pero, con base en fuertes estrategias de desarrollo, promoción y capacitación, se incrementó en las carteras de nuestros productores la participación de seguros de Ramas Varias y de Personas, notando una gran demanda por parte de los clientes en productos de Vida y Salud.

2. Este contexto permitió que los productores puedan empezar a adoptar nuevas herramientas de comercialización y gestión de cartera. Las aseguradoras pudieron también responder a este proceso y desarrollar muchas herramientas que faciliten las gestiones en línea, la desburocratización y descentralización de tareas. Por nuestra parte, nuestro equipo de TI brinda soporte a los productores en la incorporación de sistemas y desarrollos tecnológicos.

3. Durante el último ejercicio articulamos y gestionamos la emisión de más de 15.500 pólizas. Nuestra proyección para este ejercicio según las estimaciones y el cierre de los primeros meses de este año, es terminar el ejercicio con un crecimiento superior al 42 por ciento en número de pólizas.

Ficha técnica:

- ◆ Razón social: Atlantic SAS.
- ◆ Cantidad de empleados: 25.
- ◆ Red de productores: más de 450.
- ◆ Principales aseguradoras: RUS, San Cristóbal y Paraná.
- ◆ Zona geográfica de operación: Mesopotamia, Buenos Aires, Santa Fe, La Pampa y Córdoba.

TRAZABILIDAD Y TRANSPARENCIA



Calidad garantizada por Pilkington

- Más de 60 años ininterrumpidos en Argentina
- Parabrisas y Cristales Originales
- Fabricación Nacional
- Stock permanente garantizado



PILKINGTON

Pilkington Argentina acompaña hace más de 15 años al mercado asegurador, brindando una Red profesional de más de 400 talleres de colocación en todo el país.

Ofrecemos un Call Center especializado en la gestión de siniestros de cristales, ejecutivos de cuenta que brindan asistencia personalizada y un Back Office que brinda soporte permanente.

Somos pioneros en ofrecer SAS: Sistema de administración de siniestros, que permite garantizar la reposición de cristales de forma ágil y transparente brindando el mejor servicio tanto a la Compañía de Seguros como sus asegurados.



NSG
GROUP



Pioneros en la red de servicios para el mercado asegurador



+54 11 4756 - 9999

www.pilkington.com.ar

seguros@ar.nsg.com

Vélez Sarsfield 5831, Munro, Buenos Aires, Argentina.

Andrés Mariani, director de CMD

“La idea es duplicar la cartera con la misma cantidad de colaboradores”



“No vemos a un empresario pyme cotizar su fábrica a través de una fintech o una aplicación.”

1. Contamos con una clientela muy profesional que pudo navegar la crisis y mantenerse a flote. Decidimos acompañarla bajando nuestra rentabilidad (sin descuidar las sumas a asegurar), lo que permitió que todas nuestras cuentas pudieran renovarse. Sigue habiendo grandes oportunidades en los negocios de nicho y en seguros de Personas.

2. El consumidor promedio se volcó a la web. Sabemos que la batalla de tarifas en Automotores estará perdida, pero no vemos a un empresario pyme cotizar su fábrica a través de una *fintech* o una aplicación. El rol del productor asesor seguirá siendo fundamental y en ese sentido es clave la relación que tengamos con las compañías y, sobre todo, con los suscriptores.

3. Somos muy optimistas para 2022: incrementamos nuestro nivel de producción varios puntos por encima de la inflación y pretendemos continuar igual. Nuestra inversión en tecnología y en un nuevo sistema operativo está rindiendo frutos. La idea es duplicar la cartera

con la misma cantidad de colaboradores e instar a nuestros productores asociados a seguir creciendo, ofreciéndoles más herramientas tecnológicas y excelentes condiciones de cobertura y comerciales.

Incorporamos Vida Individual para brindar asesoramiento integral.

Ficha técnica:

- ◆ Razón social: CMD y Asociados S.R.L.
- ◆ Accionistas: Carlos Mariani Dolan, Andrés Mariani Dolan y Gabriela Mariani.
- ◆ Cantidad de empleados: 10.
- ◆ Composición de la cartera intermediada: Riesgos Generales 60%; Riesgos del Trabajo 40%.
- ◆ Producción: propia 95%; productores 5%.
- ◆ Red de productores: 5.
- ◆ Principales aseguradoras: Zurich, Chubb, La Holando, Allianz, Prudential, Victoria, Berkley ART y Experta ART.
- ◆ Zona geográfica de operación: CABA y prov. de Buenos Aires.
- ◆ Servicios tecnológicos: Sistema operativo *Absanet*. *Google Workspace* a implementar en enero 2022.

Tomás Condomí Alcorta, gerente general de HD Insurance Broker



“Estamos creciendo desde el punto de vista tecnológico”

“Nuestra nueva oficina en Madrid, España, será un punto estratégico para el año próximo.”

1. En líneas generales, en pandemia los resultados han sido posi-

tivos. En un principio nos enfocamos en mantener la calidad de la atención al cliente como prioridad: solidificamos las renovaciones, profundizamos relaciones, ofrecimos alternativas disminuyendo primas y revisando coberturas. Esta flexibilidad comercial y técnica nos permitió luego comenzar a generar negocios con clientes nuevos.

2. La falta de presencialidad deja ver que se pueden seguir fortaleciendo los vínculos a través de los distintos soportes tecnológicos. La irrupción de la venta de los seguros online, si bien aún no está consolidada, tenderá a crecer y los que estén más cerca de ese escenario serán los que tengan ventajas en el futuro.

3. Estamos creciendo desde el punto de vista tecnológico para poder dar nuevos soportes a nuestros clientes y captar nuevas oportunidades de negocio. Nuestra nueva oficina en Madrid, España, también será un punto estratégico para el año próximo, ya que podremos dar soporte técnico, administrativo y operativo desde la Argentina optimizando costos tecnológicos y de recursos humanos.

Ficha técnica:

- ◆ Razón social: HDIB S.A.
- ◆ Accionistas: Agustín Daza, Tomás Condomí Alcorta, Ignacio González Álzaga, Florencia Daza y Gustavo Zárate.
- ◆ Cantidad de empleados: 15.
- ◆ Primas anuales netas intermediadas: \$507 millones.
- ◆ Composición de la cartera intermediada: Riesgos del Trabajo 45%, Patrimoniales 45%, Affinity 10%.
- ◆ Producción: 95% propia, 5% Productores.
- ◆ Red de productores: 12.
- ◆ Principales aseguradoras: Grupo Sancor, Asociart, Chubb, Zurich, Meridional, Afianzadora y Provincia.
- ◆ Zona geográfica de operación: República Argentina.
- ◆ Servicios tecnológicos que operan: Broker Up. **E**



Productor- Equitativo:

***Con una mano
te atiende
el teléfono,
y con la otra
te va apurando
los trámites***

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

La Equitativa. Nosotros, nuestros productores y vos.

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



LA EQUITATIVA
COMPAÑÍA DE SEGUROS



INCORPORÓ A ASSET BROKER

Grupo Gaman no detiene su proceso de expansión

Tras su última adquisición, hoy nuclea a cuatro brókers, una empresa de desarrollo tecnológico, una organización de salud y seguridad ocupacional y una fundación de ayuda social.

Gruppo Gaman dio otro paso en su proceso de expansión empresarial: incorporó a su estructura a *Asset Broker*, en gran medida por considerarlo un referente en uno de los segmentos más apetecidos dentro del mercado en el que opera, el de Pymes y Riesgos del Trabajo.

"Nuestro presidente siempre busca el crecimiento a través de distintos formatos de relacionamiento. Entendemos que en la unión hay una oportunidad muy enriquece-

dora a partir de la complementariedad de carteras y, sobre todo, el potencial desarrollo del segmento de Patrimoniales dentro de la cartera vigente de *Asset Broker*", explica Marc Herzfeld, director comercial de *Grupo Gaman*. "El principal activo que nos aporta el bróker es su capital humano, integrado por todo su equipo, sus directores y en especial la impronta y la materia gris de su gerente general, Ezequiel Martínez Bieule", precisa el ejecutivo.

CONTRA VIENTO Y MAREA.

Tras esta última incorporación, *Grupo Gaman* quedó conformado por cuatro brókers de seguros (*Gaman*, *Alea*, *Asset Broker* y *Quore Vida y Ahorro*, que atienden a más de 195.000 clientes en todo el país); una empresa de tecnología (*Next-Step*, que provee desarrollos tanto para el grupo como para clientes externos); una organización de servicios de salud y seguridad ocupacional, medioambiente y sistemas

de gestión (*EHS Prevención*); y una fundación cuyo objetivo es ayudar a quienes se encuentran en situación de vulnerabilidad social y económica (*Fundación Bruna*).

Por estos días, el grupo cuenta con 19 oficinas a nivel nacional (Tu-

El grupo cuenta con 19 oficinas a nivel nacional y trabaja con un total de 15 brókers, 30 organizadores y más de 600 productores de seguros en todo el país.

cumán, Salta, La Pampa, Bariloche, el litoral, provincia de Buenos Aires y CABA) y trabaja con un total de 15 brókers, 30 organizadores y más de 600 productores de seguros en todo el país. "A pesar de la pandemia logramos mantener nuestra cartera y un crecimiento global por encima de la inflación", destaca Herzfeld. "El ejercicio anterior finalizamos con 6.750 millones de pesos de prima y nuestra proyección para este año era de 9.920 millones de pesos, pero desde la Dirección de Planeamiento están realizando una adecuación a ese presupuesto ya que habiendo finalizado el primer semestre tenemos una posición optimista sobre el cumplimiento de nuestro objetivo general", anticipa el directivo.

¿Cuáles son los mayores desafíos para el grupo en este contexto tan particular?, le pregunta **Estrategas** al director comercial de *Grupo Gaman*.

Uno de los mayores desafíos es lograr la integración y la consolidación entre las distintas empresas ba-



■ Herzfeld. "Uno de los mayores desafíos es lograr la integración entre las distintas empresas bajo un mismo modelo de negocios."

jo un mismo modelo de negocios. Por otro lado, la integración y la complementariedad de soluciones y servicios deberían redundar en el crecimiento de la facturación y en una mejora en el estado de resultados. Se trabaja con mucho enfoque en la cultura del grupo sobre todas las empresas que lo conforman.

¿Cuáles son los próximos pasos de la organización?

Juan Manuel Manganaro lidera un equipo de trabajo desde hace más de 20 años que busca posicionar al productor asesor de seguros en el centro de la escena. En este contexto pondremos foco en brindar más soluciones y servicios con el objetivo de ampliar el margen de seguridad de los productores, organizadores y brókers que nos acompañan. El grupo sigue suman-

Mercantil andina lanza una cobertura para perros peligrosos

Tener una mascota también es responder por ella. Por eso, con el objetivo de acompañar y promover la tenencia responsable, la nueva cobertura que ofrece *Mercantil andina* mantiene indemne al asegurado por los daños que surjan exclusivamente como consecuencia de ataques y/o mordeduras de perros potencialmente peligrosos incluidos en la normativa específica, en razón de la Responsabilidad Civil extracontractual.

Contar con un seguro de esta índole es uno de los requisitos contemplados en la nueva reglamentación de la Ley 4.078 de la Ciudad de Buenos Aires, que prevé el registro de propietarios de perros de razas consideradas peligrosas. Para su inscripción, los dueños de perros abarcados dentro de esta categoría deberán contar con una póliza de Responsabilidad Civil que cubra los gastos por lesiones o daños que puedan provocar los canes a terceras personas u otros animales.

El listado de perros incluye razas con más de 20 kilogramos de peso, así como también aquellos perros adiestrados para el ataque. Algunas de las razas mencionadas son pit bull terrier, doberman, rottweiler, dogo de burdeos, entre otros.

do herramientas para la comercialización de nuestros socios estratégicos y mantiene sus políticas de ubicar al productor en el centro del

negocio; es una línea que se impone en nuestro ADN. **E**

Diego Fiorentino

MÁS Herramientas. Mejor Servicio

Cambiamos el modo, pero no el Compromiso con nuestros **PRODUCTORES**

FEDERACION PATRONAL SEGUROS S.A.

www.fedpat.com.ar

Instagram Facebook Twitter LinkedIn

EN CASA

CIFRAS PARA DECIDIR DÓNDE ASEGURARSE

Las cifras parciales del ejercicio anual 2020/2021 a Marzo de 2021, muestran una moderada rentabilidad del 5% sobre primas devengadas. Setenta y tres aseguradoras registran resultados negativos.

En los primeros 9 meses del ejercicio 2020/2021, con cifras a marzo de 2021, el conjunto de las aseguradoras del mercado argentino obtuvieron una rentabilidad después de impuestos de **\$30.762 millones**, que representan una ganancia del **5% sobre primas devengadas**.

Si bien los **14 operadores** de mayor producción acumulan en estos 9 meses un resultado final positivo, **73 aseguradoras** sobre 183 activas, cierran el período en rojo.

En un extremo de la columna de resultados aparece **Estrella Retiro** con ganancias por \$3.842 millones y **Federación Patronal** (en el segmento de patrimoniales y mixtas) con \$3.453 millones. En el extremo de las mayores pérdidas aparece **Liderar** con un rojo en el período de \$818 millones.

RESULTADO FINANCIERO. La "culpa" de esa débil rentabilidad de la industria aseguradora en su conjunto, debe buscarse en el derrum-

be del Resultado Financiero. Así como en los anteriores balances a valores nominales, el Resultado Financiero compensaba la pérdida técnica, en los estados contables ajustados por inflación, **el deficitario Resultado Financiero (-\$24.806 millones) erosiona la ganancia final**. El cuadro de resultados muestra una siniestralidad del **44%** sobre primas devengadas; gastos totales del **43%**; un Resultado Técnico positivo del **12%**; un Resultado Financiero negativo del **4%** y un Resultado del Período equivalente al **5%** de las PD.

DOS PRINCIPALES RAMOS. En tanto, los dos principales ramos de la actividad aseguradora, **Automotores** y **Riesgos del Trabajo**, cerraron con resultado técnico positivo. **Automotores**, con 64 compañías activas, registró una siniestralidad del 43,7% sobre primas devengadas. Los gastos de producción y explotación alcanzaron al 47,6% y el Resultado Técnico ascendió a \$21.710 millones equivalentes al

8,5% de las primas devengadas.

Motovehículos, con 55 operadores, acusó una siniestralidad del 52,8% y gastos de producción y explotación equivalentes al 56,6% de las primas devengadas arrojando un quebranto técnico de \$702 millones que representan un rojo del 9,4%.

Por su parte **Riesgos del Trabajo**, con 19 operadores, tuvo una siniestralidad del 51,1% y gastos de producción y explotación equivalentes al 40% de las PD con un Resultado Técnico positivo de \$807 millones que representan el 11,5% de las primas devengadas.

PRODUCCIÓN. De acuerdo al último informe de la Superintendencia de Seguros, la producción **experimenta una moderada recuperación**. A valores constantes ajustados por inflación, la producción de seguros patrimoniales ha crecido en términos reales **7,9%** comparando Mayo de 2020 con Mayo de 2021. Los seguros de Vida permanecen estancados con apenas un **0,6%** y los de Retiro crecen **4,3%**.

Los dos principales ramos registran variaciones dispares; **Automotores** crece **13,8%** en términos reales y **Riesgos del Trabajo** retrocede **5,5%**.

ESTE RANKING. A continuación publicamos los datos de todas las aseguradoras correspondientes a los primeros 9 meses del ejercicio 2020/2021, con cifras a Marzo de 2021 (producción, patrimonio, resultados) y las tablas de primas emitidas por ramos.

Ranking completo en web

Ver y descargar el Ranking por Ramos completo con datos de producción y resultados técnicos en www.revistaestrategas.com.ar (sección Ranking).





WWW.ATLANTICSEGUROS.COM.AR

ESTAMOS YENDO MÁS ALTO. ¿VENÍS?

Somos ATLANTIC, una de las más vastas redes de Productores Asesores de Seguros del país, y estamos en la búsqueda permanente de mejores alternativas e innovadores servicios para el crecimiento de tu cartera de clientes.

Nos dedicamos con pasión al Brokerage de Seguros, a la administración de riesgos y al asesoramiento.

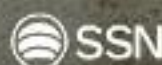
Con presencia en Capital Federal y en todo el Litoral, mediante alianzas estratégicas con las aseguradoras líderes a nivel nacional, brindamos soporte, capacitación y respaldo a nuestros Productores Asesores.

Estamos yendo alto, y queremos llegar más alto todavía, para desarrollar juntos el negocio del seguro en todos sus aspectos. Vení con nosotros.

ASESORAMIENTO EN TODAS LAS RAMAS DEL SEGURO Y TODO TIPO DE RIESGO. RESPALDO. EQUIPOS DE FORMACIÓN. CAPACITACIONES. HERRAMIENTAS DE MARKETING, COMERCIALIZACIÓN Y COMUNICACIÓN.

OFICINA PARANÁ
Santa Fe 18 | Tel: 0343 407 4859
infoarana@atlanticseguros.com.ar

OFICINA CONCEPCIÓN DEL URUGUAY
Av. Ricardo Belbin 2004 | Tel.: 0344 2437298
infoconcepcion@atlanticseguros.com.ar



SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN

CIFRAS DEL EJERCICIO DEL SECTOR SEGUROS A MARZO 2021

N°	ASEGURADORAS	%	PRIMAS EMITIDAS (\$)	PRIMAS DEVENG. (\$)	PATRIMONIO NETO (\$)	SINIESTROS NETOS (\$)	GASTOS TOTALES (\$)	RESULTADO TÉCNICO (\$)	RESULTADO FINANCIERO (\$)	IMPUESTO A LAS GANANCIAS (\$)	RESULTADO DEL EJERCICIO (\$)
1	FEDERACIÓN PATRONAL	7,28	52.561.914.129	50.731.288.325	34.788.181.479	(33.751.345.462)	(16.324.031.226)	249.688.325	7.324.198.619	(4.120.000.000)	3.453.886.944
2	SANCOR	6,10	44.055.115.378	32.499.068.212	38.619.598.846	(11.474.624.029)	(15.683.281.235)	5.485.061.042	(3.838.531.257)	0	1.646.529.785
3	PREVENCIÓN ART	4,79	34.583.264.858	29.756.042.197	10.028.956.787	(18.548.722.702)	(5.442.030.803)	5.428.091.829	(3.816.182.815)	(498.534.805)	1.113.374.209
4	CAJA SEGUROS	4,60	33.230.664.942	31.506.638.326	25.451.684.193	(11.767.970.648)	(16.071.181.114)	3.637.626.145	(1.233.091.348)	(1.043.840.193)	1.360.694.604
5	PROVINCIA ART	4,20	30.308.278.299	30.265.147.049	8.667.654.400	(20.971.734.336)	(5.896.116.712)	2.939.045.581	(1.386.905.516)	(674.807.517)	877.332.548
6	SEGUNDA C.S.L.	3,87	27.956.936.654	23.979.305.403	33.620.875.981	(10.080.459.396)	(11.753.446.506)	2.375.085.087	(503.238.888)	0	1.871.846.199
7	NACIÓN SEGUROS	3,53	25.462.795.231	13.554.049.025	18.158.827.812	(3.797.578.318)	(4.380.380.268)	5.661.620.470	(1.187.055.782)	(2.327.702.900)	2.146.861.788
8	SAN CRISTÓBAL	3,48	25.106.323.584	23.036.682.059	32.978.032.101	(9.679.994.871)	(11.787.750.346)	1.568.906.603	66.097.743	0	1.635.004.346
9	SEGUROS RIVADAVIA	3,43	24.790.937.038	23.274.007.513	25.599.576.909	(9.770.496.556)	(11.793.319.604)	1.710.223.684	(896.346.396)	0	813.877.288
10	MERCANTIL ANDINA	2,81	20.276.851.922	18.801.609.243	7.187.594.787	(8.362.328.602)	(7.988.869.767)	2.509.016.337	(1.295.141.879)	(471.325.965)	742.548.493
11	ALLIANZ ARGENTINA	2,70	19.503.058.356	12.963.447.534	16.638.942.821	(4.331.212.602)	(5.975.492.537)	2.621.042.281	(1.585.015.160)	(898.605.199)	137.421.922
12	PROVINCIA	2,54	18.307.862.531	15.881.382.171	6.148.484.217	(6.576.256.916)	(6.277.766.089)	1.834.911.726	(385.789.774)	(656.950.838)	792.171.114
13	EXPERTA ART	2,48	17.876.446.328	18.410.621.477	5.855.112.074	(9.132.618.492)	(4.842.687.300)	4.072.180.623	(3.213.969.944)	(581.315.533)	276.895.146
14	ZURICH ARGENTINA	2,38	17.171.105.628	9.251.125.068	4.602.528.383	(2.563.133.903)	(5.090.076.449)	1.436.403.099	(560.510.711)	(539.168.330)	336.724.058
15	GALENO ART	2,33	16.830.326.674	16.759.776.244	4.499.380.841	(17.075.271.441)	(2.853.903.320)	(3.673.268.192)	1.827.862.120	1.141.676.677	(703.729.395)
16	SEGUROS SURA	2,10	15.182.402.251	12.838.358.613	4.390.372.697	(3.443.013.587)	(8.215.470.863)	1.179.942.776	(1.022.214.207)	(306.399.999)	(148.671.430)
17	LA SEGUNDA ART	2,03	14.691.493.589	14.651.571.647	7.333.327.847	(7.838.420.563)	(2.760.405.830)	3.123.216.915	(1.818.434.561)	(434.236.849)	870.545.505
18	ASOCIART ART	1,98	14.265.692.503	14.294.875.180	7.192.937.799	(6.217.967.436)	(2.709.964.345)	5.015.078.448	(606.588.266)	(1.791.205.090)	2.617.285.092
19	MERIDIONAL	1,76	12.732.124.046	5.685.667.646	7.082.272.766	(1.216.039.110)	(3.009.107.801)	1.460.569.138	(684.733.940)	(518.258.158)	257.577.040
20	MAPFRE ARGENTINA	1,67	12.069.903.190	6.845.948.654	6.380.386.904	(2.056.398.231)	(3.629.092.667)	1.160.457.756	(193.513.197)	(135.657.137)	831.287.422
21	ZURICH LIFE	1,60	11.577.262.186	7.611.983.851	3.847.733.735	(63.341.129)	(956.487.417)	4.628.794.235	(5.084.373.944)	237.016.750	(218.562.959)
22	SWISS MEDICAL ART	1,52	11.000.399.315	10.925.666.354	4.079.094.212	(7.481.208.756)	(1.734.009.705)	1.560.429.752	(793.417.969)	(572.251.854)	194.759.929
23	ZURICH ASEG. ARG.	1,50	10.801.878.778	10.408.734.741	7.913.789.885	(2.744.773.047)	(4.426.569.477)	3.235.592.937	(382.791.579)	(1.116.108.079)	1.736.693.279
24	CHUBB SEGUROS ARG.	1,02	7.388.167.852	3.036.793.765	4.106.581.427	(546.651.012)	(1.704.448.934)	783.436.237	(929.280.209)	(163.766.662)	(309.610.634)
25	GALICIA SEGUROS	1,00	7.186.314.506	6.900.474.006	1.673.956.474	(1.031.280.924)	(4.575.018.681)	1.255.145.670	(73.945.623)	(513.917.579)	667.282.468
26	RÍO URUGUAY	0,98	7.056.471.451	6.551.836.660	4.689.019.004	(2.860.291.791)	(3.145.880.725)	546.656.480	(523.215.224)	0	23.441.256
27	ORBIS	0,90	6.503.020.338	6.226.199.453	3.508.306.170	(2.807.505.752)	(3.771.450.703)	(354.571.888)	129.526.982	111.429.457	(113.615.449)
28	SMG SEGUROS	0,87	6.247.137.060	4.016.872.332	5.824.580.666	(1.679.452.527)	(1.951.217.503)	392.267.508	(379.908.803)	(237.104.485)	(224.745.780)
29	METLIFE SEGUROS	0,83	6.027.441.198	6.185.746.661	5.673.959.841	(834.327.629)	(4.211.475.742)	612.424.456	(531.239.620)	(65.314.321)	15.870.515
30	PRUDENTIAL	0,83	6.020.569.938	7.926.902.726	4.549.000.082	(658.041.767)	(3.022.569.841)	3.010.531.410	(2.657.860.609)	(452.552.123)	(99.881.322)
31	HOLANDO SUDAMERICANA	0,78	5.667.195.665	3.235.598.643	2.821.509.120	(943.449.821)	(1.867.450.823)	428.457.496	(9.746.251)	(95.900.000)	322.811.245
32	ZURICH SANTANDER	0,76	5.508.994.250	5.520.381.002	3.559.720.473	(723.924.103)	(3.480.199.285)	1.355.508.924	(183.921.944)	(451.102.798)	720.484.182
33	ESTRELLA RETIRO	0,71	5.102.782.884	12.314.000.705	5.934.279.993	0	(1.778.933.116)	(854.519.047)	5.773.630.361	(1.076.291.116)	3.842.820.198
34	BBVA SEGUROS	0,69	5.018.047.153	4.625.698.271	4.335.315.713	(1.158.811.287)	(2.297.061.013)	1.123.597.308	(265.542.405)	(363.531.627)	494.523.276
35	COOP. MUTUAL PATRONAL	0,67	4.830.234.717	4.425.479.038	4.005.064.664	(1.503.255.211)	(2.348.162.545)	667.711.311	(372.160.990)	0	295.550.321
36	NORTE	0,57	4.091.901.391	3.552.744.848	1.989.517.201	(1.442.685.869)	(1.825.676.635)	295.225.919	(255.271.653)	(26.504.470)	13.449.796
37	IAPSER SEGUROS	0,56	4.079.585.468	3.980.426.745	9.463.477.633	(1.355.750.118)	(1.361.189.013)	1.259.027.429	(563.172.991)	0	695.854.438
38	HDI SEGUROS	0,56	4.068.266.228	3.001.045.011	1.678.159.041	(1.142.479.828)	(1.667.881.478)	209.766.791	(195.842.636)	(3.999.632)	9.924.523
39	BERKLEY INTERNATIONAL	0,56	4.047.831.713	3.168.690.512	7.888.794.337	(964.708.847)	(1.732.700.172)	471.281.493	(783.010.818)	138.160.235	(173.569.090)
40	STARR COMPANY	0,54	3.883.138.999	69.446.364	874.806.587	(1.208.713)	(36.397.845)	27.360.175	(62.460.059)	(17.342.893)	(52.442.777)
41	TRIUNFO	0,52	3.780.861.440	3.709.967.868	4.753.708.528	(2.647.497.836)	(2.890.053.571)	(1.884.745.638)	(2.415.886.679)	0	71.952.623
42	BOSTON	0,49	3.566.583.851	2.540.975.311	1.722.389.651	(1.124.989.235)	(1.903.006.441)	(485.550.500)	240.116.500	0	(245.434.000)
43	PARANÁ	0,49	3.547.905.009	3.786.935.862	2.006.778.942	(1.464.181.601)	(1.958.008.215)	309.421.557	(306.585.742)	0	2.835.815
44	LIDERAR	0,44	3.148.660.927	2.994.027.206	1.964.463.518	(2.563.250.674)	(1.848.143.059)	(1.376.532.701)	558.453.652	0	(818.079.049)
45	CARUSO	0,43	3.101.421.152	3.081.941.118	1.860.252.513	(1.509.238.213)	(1.290.668.127)	282.034.778	99.196.433	(213.092.862)	168.138.349
46	OMINT ART	0,41	2.985.411.511	2.977.539.408	1.397.157.745	(2.004.731.295)	(745.716.755)	121.169.495	56.856.141	(10.039.439)	167.986.197
47	QUALIA	0,41	2.941.803.101	3.283.623.374	1.676.699.630	(656.375.423)	(1.273.020.318)	1.354.191.745	(483.049.104)	(327.537.036)	543.605.605
48	HSBC VIDA	0,38	2.773.716.495	2.825.284.655	3.801.337.805	(576.681.613)	(1.167.812.989)	468.702.922	(460.802.613)	(111.126.153)	(103.225.844)
49	GALENO SEGUROS	0,38	2.764.630.104	2.466.568.719	587.604.203	(1.448.392.440)	(1.220.464.845)	(197.274.484)	368.636.802	(56.827.227)	114.535.091

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

0 8 1 0 - 9 9 9 - 7 3 4 8
comercial@smsvseguros.com.ar



www.smsvseguros.com.ar



www.smsvasesores.com.ar



JUSTCLICKBID.COM

Gestión de Siniestros F04D - F08

- Líderes en **Compliance y Transparencia** en Nuestra Gestión.
- Gestión **ajustada a la necesidad** de cada Compañía de Seguros.
- Red de **61 Rudac** y **2 Gestoría** con Presencia en Todo el País.
- **14 Compañías de Seguros** Confían en Nosotros.



DRINKA

Todos los servicios en tu mano

- Drinka es una Plataforma de Autogestión para pedir cualquier tipo de **servicio y asistencia** al alcance de tu mano.
- Autogestión total es igual a **minimizar errores** y una satisfactoria Experiencia de Cliente.
- Buscamos a los **Early Adopters** en las compañías.





**SABEMOS
COMO
HACERLO**



+54 9 11 6565-6775



info@grupomassasistencia.com

CIFRAS DEL EJERCICIO DEL SECTOR SEGUROS A MARZO 2021

N°	ASEGURADORAS	%	PRIMAS EMITIDAS (\$)	PRIMAS DEVENG. (\$)	PATRIMONIO NETO (\$)	SINIESTROS NETOS (\$)	GASTOS TOTALES (\$)	RESULTADO TÉCNICO (\$)	RESULTADO FINANCIERO (\$)	IMPUESTO A LAS GANANCIAS (\$)	RESULTADO DEL EJERCICIO (\$)
50	SOL NACIENTE	0,36	2.633.420.018	1.965.382.607	1.411.040.492	(421.289.140)	(946.778.681)	597.351.389	105.865.864	(192.009.548)	511.207.705
51	BERKLEY INT. ART	0,36	2.617.419.697	2.455.091.544	5.830.822.902	(1.135.354.980)	(464.884.209)	836.234.540	(1.326.532.422)	210.026.377	(280.271.505)
52	PERSEVERANCIA	0,34	2.490.359.603	2.398.886.486	1.367.527.602	(833.397.274)	(1.305.766.183)	260.085.355	(119.067.292)	0	141.348.642
53	SEGUURCOOP	0,32	2.322.416.827	1.930.968.352	2.408.364.187	(554.393.898)	(779.985.788)	549.793.650	2.611.897	0	552.405.547
54	ASSURANT ARGENTINA	0,30	2.186.166.830	2.136.210.958	1.222.681.622	(285.443.162)	(1.867.091.779)	(42.259.471)	(209.945.858)	(26.124.039)	(278.329.368)
55	INTÉGRITY	0,30	2.149.161.879	1.943.758.356	1.753.109.956	(491.842.800)	(1.213.633.429)	270.646.107	(188.528.222)	19.088.542	101.206.427
56	PROF	0,29	2.120.272.267	2.169.460.383	1.829.167.885	(1.022.522.102)	(1.166.184.289)	205.788.557	(389.097.312)	0	(183.308.755)
57	HORIZONTE	0,29	2.059.756.524	1.993.218.309	592.354.512	(984.961.812)	(526.975.463)	478.858.896	(492.656.973)	0	(13.798.077)
58	SMG LIFE	0,27	1.924.995.374	1.766.130.686	5.895.679.886	(264.284.171)	(1.102.707.282)	127.284.322	421.808.673	(65.003.778)	484.089.217
59	ATM SEGUROS	0,27	1.917.240.105	1.823.747.521	454.359.657	(1.362.052.854)	(1.041.936.962)	(580.242.295)	429.931.622	(5.700.000)	(156.010.673)
60	BINARIA VIDA	0,26	1.904.056.270	398.189.971	2.180.163.568	(163.292.209)	(788.164.230)	244.808.771	(83.546.847)	(115.542.701)	45.719.223
61	SUPERVIELLE SEGUROS	0,25	1.822.289.223	1.808.563.953	1.226.925.964	(333.101.714)	(849.919.431)	630.483.326	(80.161.744)	(221.291.071)	329.030.511
62	ESCUDO	0,24	1.734.623.320	1.358.082.781	592.055.041	(440.082.852)	(1.174.303.848)	(256.303.919)	(190.391.209)	0	(446.698.630)
63	ORÍGENES SEGUROS	0,24	1.724.022.426	1.363.356.975	471.033.628	(532.572.043)	(922.433.129)	(93.730.275)	136.660.835	(18.372.367)	24.558.193
64	SEGUNDA PERSONAS	0,23	1.692.394.361	1.621.058.201	1.726.037.876	(490.109.817)	(876.578.217)	283.444.422	(110.302.126)	(27.973.439)	145.168.857
65	VICTORIA	0,22	1.619.636.417	1.232.463.881	1.257.995.182	(421.902.230)	(638.731.332)	172.133.740	(86.159.977)	(104.621.805)	(18.648.042)
66	BHN GENERALES	0,22	1.592.925.898	1.594.918.981	1.600.610.026	(141.131.950)	(725.874.802)	727.912.229	(54.471.800)	(227.552.621)	445.887.808
67	VIRGINIA SURETY	0,22	1.569.705.241	1.561.988.540	991.693.019	(260.493.385)	(1.347.517.174)	(44.753.185)	31.680.443	(19.809.809)	(32.882.551)
68	CARDIF SEGUROS	0,21	1.528.330.487	1.602.820.761	680.130.572	(249.933.171)	(1.767.616.570)	(465.162.279)	(145.642.084)	101.418.181	(509.386.182)
69	BHN VIDA	0,21	1.519.180.619	1.539.795.400	2.122.552.862	(177.927.838)	(752.467.375)	609.400.187	(27.587.213)	(205.989.376)	375.823.598
70	SEGUROMETAL	0,21	1.518.913.395	1.414.059.983	2.029.064.652	(663.494.048)	(696.732.789)	54.582.203	(17.081.507)	0	37.500.696
71	INSTITUTO SALTA VIDA	0,21	1.517.341.777	1.504.270.562	1.182.438.253	(531.333.760)	(618.292.674)	351.879.113	45.510.256	(132.574.879)	264.814.490
72	CALEDONIA ARGENTINA	0,21	1.503.941.607	1.499.161.445	465.461.361	(366.857.551)	(937.758.765)	115.014.766	(95.326.389)	19.281.640	38.970.017
73	CNP SEGUROS	0,21	1.483.692.484	1.486.591.560	2.560.225.316	(266.818.280)	(1.086.320.829)	(40.876.842)	20.434.254	(164.568.019)	(185.010.607)
74	EDIFICAR SEGUROS	0,20	1.478.868.289	1.083.424.713	626.532.142	(277.158.159)	(623.534.487)	102.748.260	40.909.476	(61.144.408)	82.513.328
75	CPA TUCUMÁN	0,20	1.439.028.332	1.355.291.707	2.577.710.477	(556.404.846)	(909.643.090)	(110.971.831)	(299.841.734)	0	(410.813.565)
76	EQUITATIVA DEL PLATA	0,20	1.423.224.786	1.224.072.341	1.133.019.062	(407.909.932)	(675.115.956)	145.644.172	(41.158.103)	(16.296.863)	88.189.206
77	OPCIÓN	0,20	1.420.694.725	736.888.759	583.085.389	(165.179.830)	(493.990.798)	200.505.472	32.911.693	(55.421.223)	177.995.942
78	NACIÓN RETIRO	0,19	1.349.269.796	2.658.576.375	2.970.105.935	0	(161.135.721)	1.076.186.291	(491.892.763)	(498.329.351)	85.964.177
79	CÍA. SEGUROS INSUR	0,18	1.272.096.620	433.273.964	478.801.931	(51.084.314)	(150.204.727)	231.878.895	16.075.500	(100.486.509)	147.467.886
80	CÍA. DE SEGUROS MAÑANA	0,18	1.270.290.551	711.490.225	255.569.945	(43.561.987)	(533.182.988)	135.130.130	(117.015.537)	(5.952.337)	12.162.256
81	ANTÁRTIDA	0,17	1.198.895.952	1.124.652.071	391.225.861	(437.655.965)	(698.514.346)	(20.690.189)	31.535.269	0	10.845.080
82	IÚNGO	0,16	1.185.008.513	1.088.987.308	1.000.187.928	(584.374.934)	(944.372.315)	(446.270.752)	25.593.348	(38.708.831)	(459.386.235)
83	PROVIDENCIA	0,16	1.171.205.730	1.143.075.293	304.336.235	(384.789.323)	(711.941.255)	46.088.602	19.214.110	(25.790.426)	39.512.286
84	HAMBURGO	0,16	1.122.574.423	1.107.445.046	575.062.428	(521.669.874)	(297.832.579)	279.534.066	(86.506.338)	(95.000.000)	98.027.728
85	EVOLUCIÓN	0,15	1.084.672.262	1.010.016.523	766.217.564	(278.474.331)	(472.113.020)	259.429.172	(210.839.199)	(16.699.616)	31.890.357
86	SAN CRISTÓBAL RETIRO	0,13	925.287.024	(1.520.580.546)	2.210.841.308	(29.129.512)	(185.454.755)	(121.216.113)	466.800.414	(248.969.434)	96.614.867
87	PRUDENCIA	0,13	915.179.049	141.182.863	444.190.086	(326.856.897)	(277.972.919)	(458.533.070)	472.813.846	0	14.280.776
88	COFACE	0,13	904.943.664	172.527.246	782.232.229	1.654.076	(121.167.834)	64.486.569	(40.914.730)	(16.030.454)	7.541.385
89	PROVINCIA VIDA	0,13	902.960.292	971.347.381	1.269.965.633	(21.173.508)	(593.122.714)	296.973.906	(74.389.381)	(136.113.913)	86.470.612
90	FIANZAS Y CRÉDITO	0,12	898.331.490	492.188.554	383.926.527	(15.893.644)	(406.877.688)	72.800.443	55.884.033	(50.937.370)	77.747.106
91	LIBRA	0,12	891.598.332	820.728.354	191.652.008	(416.046.923)	(545.762.040)	(141.080.609)	65.053.567	0	(76.027.042)
92	NUEVA	0,12	860.287.856	717.752.268	1.480.545.636	(923.677.691)	(831.140.195)	(1.036.886.170)	1.043.216.367	0	6.330.197
93	SMSV SEGUROS	0,12	854.792.404	902.094.642	569.515.957	(632.067.814)	(238.464.733)	(69.075.251)	27.721.136	17.864.770	(23.489.345)
94	MAPFRE VIDA	0,11	825.841.211	675.436.156	637.806.569	(216.492.073)	(438.025.712)	41.101.721	632.060	1.599.156	43.332.937
95	SURCO	0,11	775.455.197	728.363.092	306.511.204	(189.911.219)	(375.722.348)	165.985.589	(19.089.005)	(49.100.001)	97.796.583
96	NATIVA	0,10	727.753.078	683.091.064	773.444.512	(173.694.550)	(310.208.734)	199.187.780	(50.521.624)	(36.964.593)	111.701.563
97	HANSEÁTICA SEGUROS	0,10	710.821.935	397.469.713	453.783.889	(26.896.379)	(253.976.756)	116.858.285	104.048.498	(60.336.619)	160.570.164
98	ACG	0,10	706.967.550	246.745.277	622.925.878	9.844.925	(221.497.967)	96.400.652	(131.554.031)	(62.445.650)	(97.599.029)



IAPSER SEGUROS

Sumate a nuestra red de Productores.*

Trabaja con una empresa con más de 70 años de experiencia.

- Acompañamiento en tu desarrollo profesional.
- Trabajo en equipo garantizado.
- Planes de capacitación continua.

*Válida para PIS de las provincias de Entre Ríos, Santa Fe, Corrientes, Misiones, Itapúa, San Luis y San Juan.



IAPSER
SEGUROS

Comunícate con nuestra oficina de Atención a Productores

☎ (0343) 4420135

✉ apcc@institutoseguro.com.ar

www.iapserseguros.com.ar



CIFRAS DEL EJERCICIO DEL SECTOR SEGUROS A MARZO 2021

Nº	ASEGURADORAS	%	PRIMAS EMITIDAS (\$)	PRIMAS DEVENG. (\$)	PATRIMONIO NETO (\$)	SINIESTROS NETOS (\$)	GASTOS TOTALES (\$)	RESULTADO TÉCNICO (\$)	RESULTADO FINANCIERO (\$)	IMPUESTO A LAS GANANCIAS (\$)	RESULTADO DEL EJERCICIO (\$)
99	LATITUD SUR	0,10	699.273.130	589.002.413	563.123.633	(279.141.055)	(111.801.434)	169.647.763	(178.741.813)	5.728.224	(3.365.826)
100	ORÍGENES RETIRO	0,09	683.886.388	(11.028.643.755)	5.366.935.329	50.487	(1.702.550.564)	(4.236.693.924)	7.255.135.243	(787.962.353)	2.230.478.966
101	TPC	0,09	658.776.253	629.028.945	393.806.360	(206.162.209)	(560.413.223)	(137.546.487)	21.798.669	0	(115.747.818)
102	HSBC RETIRO	0,09	653.519.388	3.015.739.815	5.787.277.865	0	(169.531.305)	(272.122.380)	(5.091.957)	(21.720.844)	(298.935.181)
103	SEGUROS MÉDICOS	0,08	608.004.657	518.873.025	166.961.507	(44.853.451)	(361.168.695)	112.850.879	(95.980.147)	0	16.870.732
104	AFIANZADORA LAT.	0,08	584.876.212	331.366.100	167.113.092	(24.381.374)	(258.707.023)	73.667.757	(23.144.275)	(16.688.208)	33.835.274
105	COPAN	0,08	556.406.888	572.828.738	937.069.156	(126.345.812)	(433.259.677)	13.266.841	(88.764.316)	0	(75.497.475)
106	SEGUNDA RETIRO	0,07	537.248.456	490.577.996	690.563.351	0	(31.749.122)	(32.011.374)	175.044.512	(26.564.276)	116.468.862
107	COLÓN	0,07	523.185.567	497.623.518	210.000.206	(41.383.695)	(472.344.632)	(13.773.330)	(25.288.951)	(1.208.851)	(40.271.132)
108	INSTITUTO SEGUROS	0,07	507.718.151	459.879.572	826.243.650	52.802.437	(87.725.058)	424.956.951	(231.658.655)	(18.486.719)	174.811.577
109	TESTIMONIO SEGUROS	0,07	506.780.814	480.259.343	494.917.951	119.271.987	(323.404.446)	282.676.200	(41.897.903)	(87.700.879)	153.077.418
110	PROTECCIÓN M.T.P.P.	0,07	500.142.603	502.133.521	1.137.657.496	(1.142.708.456)	(99.309.868)	(767.637.536)	230.321.538	0	(537.315.998)
111	EXPERTA SEGUROS	0,07	497.718.273	273.344.532	184.735.919	(76.180.321)	(148.046.766)	59.107.532	(51.316.954)	(13.184.504)	(5.393.926)
112	CRÉDITO Y CAUCIÓN	0,07	496.567.797	152.039.552	124.134.863	7.504.655	(190.228.320)	31.358.945	5.565.293	(17.421.054)	19.503.184
113	AGROSALTA	0,07	478.141.222	486.258.131	5.450.616.495	(780.129.415)	(735.812.275)	(1.029.683.559)	363.993.279	0	(665.690.280)
114	NOBLE RESP. PROF.	0,06	457.700.467	414.963.684	296.201.950	(60.305.530)	(252.745.609)	102.285.550	(56.440.040)	(13.601.176)	32.244.334
115	PROGRESO SEGUROS	0,06	451.229.854	449.279.338	862.902.773	(102.994.903)	(264.093.990)	82.272.399	689.323	0	82.961.722
116	RECONQUISTA ART	0,06	441.099.811	438.380.702	203.507.316	(198.840.708)	(84.351.769)	138.211.312	(79.228.260)	(27.081.090)	31.901.962
117	NIVEL SEGUROS	0,06	440.832.838	402.346.944	289.537.402	(169.226.079)	(277.170.338)	(44.049.473)	25.242.326	0	(18.807.147)
118	METROPOL	0,06	430.083.780	424.780.669	331.434.970	(113.487.230)	(193.096.847)	118.196.592	(104.117.773)	(4.500.119)	9.578.700
119	TRES PROVINCIAS	0,06	428.947.294	389.676.080	131.948.896	(235.118.236)	(233.178.257)	(41.494.938)	39.234.319	(11.157.950)	(13.418.569)
120	ARG. SALUD, VIDA Y PAT.	0,05	392.639.409	259.645.117	114.406.432	(47.403.621)	(224.824.409)	(11.937.751)	(4.288.761)	0	(16.226.512)
121	PEUGEOT CITROEN SEG.	0,05	374.939.479	374.925.806	480.302.809	(130.200.614)	(124.572.734)	120.152.458	(14.842.262)	(35.063.325)	70.246.871
122	INST. ASEG. MERCANTIL	0,05	369.439.933	327.936.296	307.828.860	(118.029.019)	(240.664.428)	(21.122.713)	(15.390.548)	0	(36.513.261)
123	ALBA	0,05	341.008.865	217.884.240	213.433.862	(28.019.025)	(174.980.635)	15.653.777	10.024.535	0	25.678.312
124	ASEG. DE CAUCIONES	0,05	335.039.467	266.871.046	316.609.389	(97.611.335)	(261.780.023)	(92.520.312)	(55.776.953)	47.193.603	(101.103.662)
125	GESTIÓN	0,04	314.079.547	209.513.635	166.851.007	(16.138.584)	(112.588.525)	95.882.293	(25.300.754)	(9.506.168)	61.075.371
126	DULCE	0,04	309.250.700	294.112.501	927.277.495	(107.559.392)	(120.140.369)	117.394.205	(162.570.168)	0	(45.175.963)
127	INST. SEGUROS JUJUY	0,04	304.814.733	304.814.733	530.201.504	(137.285.771)	(29.943.060)	137.582.352	(117.583.366)	0	19.998.986
128	ASSEKURANSA	0,04	289.745.861	194.095.493	103.144.240	(49.221.382)	(98.667.390)	54.680.665	(59.755.932)	(12.199.293)	(17.274.560)
129	PREVINCA	0,04	265.282.192	260.251.658	343.147.176	(125.065.510)	(139.758.466)	(11.059.743)	(6.870.715)	(6.610.411)	(22.646.505)
130	BENEFICIO	0,04	261.936.772	251.926.560	104.012.881	(18.286.512)	(185.720.068)	50.960.574	(31.946.974)	(9.947.182)	9.066.418
131	RIVADAVIA M.T.P.P.	0,04	258.305.194	261.380.597	2.649.157.348	(784.545.657)	(83.473.850)	(606.638.910)	(44.788.682)	0	(651.427.592)
132	ARGOS M.T.P.P.	0,03	232.804.933	224.502.207	981.994.357	(669.081.155)	(37.142.601)	(495.458.546)	212.247.192	0	(283.211.354)
133	SAN GERMÁN	0,03	197.035.380	195.011.598	56.299.767	(11.255.803)	(146.700.258)	37.051.987	402.442	(13.494.661)	23.959.768
134	TUTELAR SEGUROS	0,03	196.472.405	97.347.994	150.315.674	(5.353.875)	(70.581.355)	21.412.764	(61.462.354)	(3.616.950)	(43.666.540)
135	PIEVE SEGUROS	0,03	195.688.933	197.840.358	100.978.461	(127.476.429)	(55.637.313)	14.726.616	(11.059.905)	(774.773)	2.891.938
136	MUTUAL PETROLEROS ART	0,03	182.215.236	181.703.486	194.869.244	(124.910.425)	(52.101.394)	(398.678)	27.210.483	0	26.811.805
137	COSENA	0,02	170.307.043	135.315.353	160.213.040	(1.177.029)	(129.115.719)	5.033.421	(4.286.182)	0	747.239
138	CAMINOS PROTEGIDOS	0,02	169.255.204	164.258.472	488.036.047	(39.413.571)	(35.632.473)	89.282.799	(75.939.145)	(15.673.883)	(2.330.229)
139	CERTEZA	0,02	165.577.862	165.577.862	116.584.973	(77.182.667)	(54.868.741)	33.697.270	903.029	(13.658.807)	20.941.492
140	BONACORSI PERSONAS	0,02	156.458.701	153.863.774	154.387.918	(39.254.043)	(81.478.071)	22.034.922	(13.326.621)	(9.337.699)	(629.398)
141	SENTIR	0,02	150.819.208	150.819.208	303.541.458	(63.395.253)	(53.192.081)	34.231.874	(16.646.042)	(4.453.277)	13.132.555
142	ASOC. MUTUAL DAN	0,02	143.727.000	131.079.138	459.219.144	(26.336.163)	(35.689.426)	69.216.841	23.051.829	0	92.268.670
143	METROPOL M.T.P.P.	0,02	136.273.216	138.870.279	463.799.207	(236.252.885)	(91.257.936)	(188.640.542)	(83.968.236)	0	(272.608.778)
144	LUZ Y FUERZA	0,02	134.188.891	120.837.500	454.491.883	(39.155.872)	(47.133.744)	34.547.884	(35.140.527)	0	(592.643)
145	BINARIA RETIRO	0,02	131.975.628	(1.192.057.836)	473.709.570	(1.948.914)	(132.203.879)	(151.256.113)	253.443.696	(70.390.017)	31.797.566
146	PLENARIA VIDA	0,02	122.807.114	122.100.964	201.797.969	(17.725.172)	(94.005.758)	10.440.847	(7.016.150)	(4.305.382)	(880.685)
147	ARGOS	0,02	120.547.025	95.591.235	452.218.585	(66.024.072)	(24.964.212)	3.985.512	(102.189.750)	(1.194.164)	(99.398.402)



**CUIDAMOS
MUCHO
MÁS QUE
SU CARGA.**

Le ofrecemos toda **nuestra experiencia** y el **respaldo financiero**, para que usted y su cliente estén tranquilos y disfruten de lo que verdaderamente importa.

CAUCIONES - GARANTÍAS IATA - TRANSPORTE DE MERCANCÍAS - AERONAVEGACIÓN

www.assekuransa.com/productores

QSSN
REGISTRO
Nº 000-000-000-000
0800-666-8600
OF. DE PRODUCTORES


Assekuransa
COMPAÑÍA DE SEGUROS

CIFRAS DEL EJERCICIO DEL SECTOR SEGUROS A MARZO 2021

Nº	ASEGURADORAS	%	PRIMAS EMITIDAS (\$)	PRIMAS DEVENG. (\$)	PATRIMONIO NETO (\$)	SINIESTROS NETOS (\$)	GASTOS TOTALES (\$)	RESULTADO TÉCNICO (\$)	RESULTADO FINANCIERO (\$)	IMPUESTO A LAS GANANCIAS (\$)	RESULTADO DEL EJERCICIO (\$)
148	IAPSER SEG. RETIRO	0,02	119.954.642	(49.006.295)	600.270.813	0	(23.813.258)	(84.928.142)	162.055.623	0	77.127.481
149	GARANTÍA M.T.P.P.	0,02	119.027.924	117.235.701	1.128.585.250	(184.377.271)	(37.294.360)	(104.435.930)	117.010.191	0	12.574.261
150	PREMIAR	0,02	115.899.391	43.568.955	75.926.644	(2.068.511)	(51.017.148)	(9.529.411)	(8.017.908)	1.494.658	(16.052.661)
151	PACÍFICO SEGUROS	0,02	112.985.936	41.818.891	57.232.591	(3.451.077)	(38.892.539)	7.694.087	(6.387.071)	5.447.288	6.754.304
152	CREDICOOP RETIRO	0,01	92.463.461	(928.305.190)	1.511.938.186	0	(93.472.222)	(79.948.984)	164.074.582	(117.340.617)	(33.215.019)
153	FOMS	0,01	84.961.138	35.947.787	64.795.668	(2.150.117)	(51.315.097)	(17.514.961)	(7.043.597)	(433.134)	(24.991.692)
154	PREVENCIÓN RETIRO	0,01	80.602.381	9.349.803	148.769.848	0	(33.627.414)	(12.084.018)	(21.137.814)	(3.407.062)	(36.628.894)
155	SMG RETIRO	0,01	78.213.441	549.657.028	3.274.782.325	674.044	(88.042.497)	170.633.886	138.841.432	(119.710.277)	189.765.041
156	ANTICIPAR	0,01	73.219.785	73.219.785	74.131.615	(34.496.689)	(36.586.500)	2.136.596	(7.389.168)	(130.751)	(5.383.323)
157	CAJA PREV. SEG. MED. PBA	0,01	71.695.737	59.877.367	1.273.896.527	(27.833.445)	(30.157.453)	2.076.776	250.654.786	0	252.731.562
158	TRAYECTORIA SEGUROS	0,01	64.250.159	26.185.876	91.796.710	(2.579.981)	(79.437.820)	(55.928.198)	(336.857)	11.474.370	(44.790.685)
159	ASEG. DEL FINISTERRE	0,01	63.611.978	59.063.982	147.163.324	(10.815.906)	(80.171.457)	(31.923.381)	(327.294)	0	(32.250.675)
160	POR VIDA SEGUROS	0,01	57.383.247	57.383.247	92.242.509	(3.120.639)	(26.491.344)	27.771.264	(4.104.876)	(10.865.078)	12.801.310
161	CRUZ SUIZA	0,01	52.813.846	52.389.103	32.938.135	(12.870.799)	(46.345.152)	(6.419.907)	(8.371.368)	330.040	(14.461.235)
162	SAN PATRICIO	0,01	44.183.280	37.726.932	110.846.793	(22.320.939)	(47.685.443)	(32.279.450)	(3.008.108)	0	(35.287.558)
163	MUTUAL RURAL	0,01	39.346.129	39.346.129	104.066.058	(16.727.274)	(30.278.110)	(7.876.305)	(23.073.474)	0	(30.949.779)
164	CIÁ. MERCANTIL ASEG.	0,00	35.006.156	35.006.156	184.252.257	(6.411.829)	(26.319.789)	2.274.538	(16.577.330)	(1.832.965)	(16.135.757)
165	FEDERADA SEGUROS	0,00	28.849.084	24.714.140	34.328.503	(3.292.514)	(25.962.633)	(4.541.007)	(14.170.393)	0	(18.711.400)
166	SANTÍSIMA TRINIDAD	0,00	22.497.723	22.942.662	96.058.563	(735.437)	(19.988.221)	2.219.004	46.095	(1.875.820)	1.136.056
167	GALICIA RETIRO	0,00	20.633.670	44.940.851	118.174.985	0	(20.781.742)	(32.002.446)	20.845.714	(11.281.695)	(22.438.427)
168	CONFLUENCIA	0,00	20.076.841	20.129.824	158.148.805	(1.206.994)	(13.497.532)	5.425.298	1.223.745	(4.000.000)	2.649.043
169	SANTA LUCÍA SEGUROS	0,00	18.766.597	19.083.282	76.346.644	(8.181.245)	(19.853.468)	(8.951.431)	(3.014.428)	0	(11.965.859)
170	SUMICLI	0,00	16.231.300	7.800.016	133.918.778	(2.454.367)	(12.375.003)	(7.029.354)	(6.118.069)	0	(13.147.423)
171	METLIFE RETIRO	0,00	11.685.843	1.670.579.033	4.080.136.735	(4.040.943)	(627.103.213)	5.447.162.442	(5.263.892.461)	(59.613.476)	123.656.505
172	EUROAMÉRICA	0,00	9.089.573	9.198.572	398.900.782	(31.701)	(504.274)	8.662.597	(7.942.064)	0	720.533
173	FED. PATRONAL RETIRO	0,00	7.192.682	2.342.062	181.007.364	0	(2.433.082)	4.459.284	(3.372.850)	383.017	1.469.451
174	PREVISORA SEPELIO	0,00	6.561.443	6.451.929	93.048.979	(1.341.371)	(6.232.813)	(1.214.760)	217.326	(371.994)	(1.369.428)
175	TERRITORIAL VIDA	0,00	4.077.715	3.498.445	81.829.047	(279.246)	(1.755.448)	1.450.591	2.313.119	(454.316)	3.309.394
176	DIGNA SEGUROS	0,00	3.781.330	1.900.882	81.138.896	(319.342)	(7.922.808)	(6.341.268)	6.698.498	0	357.230
177	OMINT SEGUROS	0,00	2.303.108	1.620.932	29.464.657	154.086	(3.587.687)	(1.095.690)	(2.792.239)	(436.341)	(4.324.270)
178	SAN MARINO	0,00	1.574.556	313.953	38.484.471	(21.373)	(1.048.086)	(755.506)	(1.317.752)	(430.685)	(2.503.943)
179	COMARSEG	0,00	1.350.575	111.006	162.998.600	(2.220)	(171.218)	(62.432)	(2.596.524)	0	(2.658.956)
180	SOLVENCIA RETIRO	0,00	269.330	(47.860)	279.515.748	0	(15.695.976)	(15.743.836)	3.151.271	(14.200.000)	(26.792.565)
181	CESCE	0,00	139.767	(7.484)	50.657.005	(308.100)	(3.062.559)	4.020.468	(3.985.682)	0	34.786
182	WARRANTY INSURANCE	0,00	61.599	225.312	32.802.665	3.757	(735.916)	(506.847)	(991.715)	0	(1.498.562)
183	LATIN AMERICAN SEG.	0,00	5.127	2.828	89.096.996	(1.657)	(10.636.360)	(10.635.189)	26.823.101	(6.216.845)	9.971.067
184	BRADESCO	0,00	0	0	109.297.527	5.155.717	(11.875.378)	(6.719.661)	(2.225.310)	(2.744.399)	(11.689.370)
185	COMPañÍA ASEG. DEL SUR	0,00	0	0	146.915.004	(3.327.873)	(607.848)	(3.935.721)	(13.664.791)	2.197.600	(15.402.912)
186	ESENCIA SEGUROS	0,00	0	0	20.855.274	0	0	3	(2.428.803)	2.595.612	166.812
187	EXPERTA RETIRO	0,00	0	0	68.847.893	0	(3.377.195)	(3.383.521)	(2.928.391)	3.311.963	(2.999.949)
188	JUNCAL AUTOS Y PATR.	0,00	0	0	171.689.518	(1.979.811)	(21.232.945)	(23.212.756)	28.418.097	0	5.205.341
189	LÍDER MOTOS SEGUROS	0,00	0	1.679.967	66.949.750	(389.608)	(85.112)	1.205.247	(4.529.385)	0	(3.324.138)
190	N.S.A. SEGUROS GRALES.	0,00	0	0	14.078.683	0	(2.027.436)	(2.027.436)	233.103	0	(1.794.333)
191	PROYECCIÓN RETIRO	0,00	0	(36.212.456)	489.757.539	0	0	15.493.118	84.975.460	0	100.468.578
192	ZURICH RETIRO	0,00	0	1.248.992	142.386.744	0	(7.390.892)	(7.390.892)	(5.255.385)	(3.347.378)	(15.993.655)
Total general		100,00	722.194.985.789	612.870.655.662	529.558.472.679	(268.635.360.740)	(261.336.081.246)	74.705.719.002	(24.806.416.339)	(23.512.658.607)	30.762.197.214

Copyright ESTRATEGAS 2021

(*) Las primas emitidas de Zurich Life, Starr y Coface han sido recalculadas para unificar las cifras con el resto de las entidades. Las restantes cifras de estas entidades son las que figuran en sus balances.



SAN GERMÁN

SEGUROS

**SOMOS UNA COMPAÑÍA ESPECIALIZADA
EN SEGUROS DE PERSONAS.**

En San Germán Seguros asumimos el desafío de diseñar productos que permitan el desarrollo y crecimiento de tu cartera de clientes.



SEGUROS DE VIDA

- Obligatorio - Voluntario
- Convenio Mercantil - Contrato de Trabajo



ACCIDENTES PERSONALES



SEGURO DE SEPELIO



SEGURO DE SALDO DEUDOR

Te invitamos a formar parte de nuestra red de Productores - Asesores.

SAN GERMAN SEGUROS SA

Maipú 255, Piso 14 - C1064ABE - Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Tel.: (54 11) 4327-0050 - Info@sangermanseguros.com.ar

www.sangermanseguros.com.ar



SSN

SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN

PRODUCCIÓN POR RAMO A MARZO DE 2021 (Ver ranking completo en www.revistaestrategas.com.ar)

Nº	ASEGURADORAS	% EN EL RAMO	PRIMAS EMITIDAS \$	Nº	ASEGURADORAS	% EN EL RAMO	PRIMAS EMITIDAS \$	Nº	ASEGURADORAS	% EN EL RAMO	PRIMAS EMITIDAS \$
ACCIDENTES A PASAJEROS											
1	FEDERACIÓN PATRONAL	65,44	787.219.479	29	CALEDONIA ARGENTINA	0,55	1.479.282.586	13	NACIÓN SEGUROS	1,99	159.415.571
2	SEGUROS RIVADAVIA	28,20	339.244.198	30	BERKLEY INTERNATIONAL	0,54	1.430.338.825	14	MERCANTIL ANDINA	1,96	157.613.859
3	COOP. MUTUAL PATRONAL	5,96	71.688.727	31	SEGUROMETAL	0,52	1.398.877.349	15	SEGUROS SURA	1,60	128.329.916
4	RÍO URUGUAY	0,29	3.483.623	32	IÚNIGO	0,44	1.169.506.404	16	TPC	1,57	126.283.413
5	SEGUNDA C.S.L.	0,06	687.972	33	ANTÁRTIDA	0,43	1.135.098.405	17	PROVINCIA	1,43	115.046.448
6	IAPSER SEGUROS	0,05	620.714	34	HOLANDO SUDAMERICANA	0,42	1.129.220.281	18	LIDERAR	1,38	110.588.473
TOTAL DEL RAMO			100,00 1.202.944.713	35	SEGUROCOOP	0,42	1.121.559.564	19	ORBIS	1,37	109.976.820
AERONAVEGACIÓN											
1	NACIÓN SEGUROS	27,46	667.952.940	36	PROVIDENCIA	0,41	1.101.840.763	20	SAN CRISTÓBAL	1,18	94.631.764
2	PROVINCIA	26,59	646.953.372	37	INTÉGRITY	0,34	908.447.575	21	MAPFRE ARGENTINA	1,09	87.600.393
3	SANCOR	16,55	402.702.742	38	NUEVA	0,32	848.628.115	22	CHUBB SEGUROS ARG.	0,87	70.029.842
4	HOLANDO SUDAMERICANA	10,98	267.214.508	39	VICTORIA	0,30	795.736.687	23	ESCUDO	0,83	66.785.375
5	SEGUNDA C.S.L.	6,38	155.223.896	40	IAPSER SEGUROS	0,26	683.650.894	24	NORTE	0,81	65.264.705
6	BOSTON	5,27	128.138.343	41	CHUBB SEGUROS ARG.	0,25	677.505.175	25	PERSEVERANCIA	0,73	58.440.776
7	IAPSER SEGUROS	1,32	32.187.982	42	EQUITATIVA DEL PLATA	0,25	673.012.136	26	MERIDIONAL	0,71	56.619.115
8	SAN CRISTÓBAL	1,10	26.792.677	43	NATIVA	0,23	619.746.057	27	COLÓN	0,67	53.770.475
9	COOP. MUTUAL PATRONAL	1,01	24.678.602	44	COPAN	0,19	520.306.421	28	ANTÁRTIDA	0,56	44.911.945
10	CAJA SEGUROS	0,87	21.091.059	45	LIBRA	0,19	510.764.818	29	PARANÁ	0,50	39.751.445
TOTAL DEL RAMO			100,00 2.432.622.949	46	AGROSALTA	0,17	463.085.674	30	SAN PATRICIO	0,42	33.842.312
AUTOMOTORES											
1	FEDERACIÓN PATRONAL	11,44	30.563.548.515	47	PROGRESO SEGUROS	0,16	426.574.309	31	ZURICH ASEG. ARG.	0,41	33.156.571
2	CAJA SEGUROS	9,62	25.680.714.470	48	METROPOL	0,15	412.308.860	32	GALENO SEGUROS	0,32	25.399.403
3	SEGUROS RIVADAVIA	8,29	22.127.538.371	49	NIVEL SEGUROS	0,15	393.279.973	33	BOSTON	0,31	24.726.984
4	SANCOR	8,19	21.881.565.457	50	HORIZONTE	0,14	363.136.994	34	CALEDONIA ARGENTINA	0,30	24.160.220
5	SAN CRISTÓBAL	7,49	20.014.358.131	51	PROF	0,12	332.911.951	35	NATIVA	0,27	21.632.719
6	SEGUNDA C.S.L.	6,77	18.084.875.741	52	TPC	0,12	313.482.046	36	ASEG. DEL FINISTERRE	0,21	16.791.254
7	MERCANTIL ANDINA	5,95	15.879.100.410	53	CARUSO	0,10	267.531.902	37	NIVEL SEGUROS	0,20	15.946.718
8	PROVINCIA	4,14	11.062.414.960	54	PRUDENCIA	0,09	246.910.491	38	CARUSO	0,20	15.757.286
9	ALLIANZ ARGENTINA	3,59	9.578.336.265	55	HAMBURGO	0,05	137.803.667	39	IAPSER SEGUROS	0,20	15.687.509
10	ZURICH ARGENTINA	3,02	8.058.171.412	56	INSTITUTO SEGUROS	0,05	123.141.089	40	EQUITATIVA DEL PLATA	0,20	15.674.013
11	ZURICH ASEG. ARG.	2,55	6.811.806.257	57	ARGOS	0,04	115.723.747	41	PROF	0,19	15.154.444
12	SEGUROS SURA	2,48	6.611.563.295	58	EXPERTA SEGUROS	0,04	94.389.317	42	AGROSALTA	0,19	15.055.548
13	RÍO URUGUAY	2,14	5.728.213.734	59	LATITUD SUR	0,03	68.198.360	43	SEGUROMETAL	0,16	12.590.527
14	MAPFRE ARGENTINA	1,92	5.140.673.006	60	LUZ Y FUERZA	0,02	49.275.111	44	SMG SEGUROS	0,12	9.257.234
15	MERIDIONAL	1,79	4.775.210.821	61	ATM SEGUROS	0,01	30.908.506	45	PROGRESO SEGUROS	0,11	9.185.603
16	NACIÓN SEGUROS	1,53	4.080.060.830	62	CAMINOS PROTEGIDOS	0,01	22.376.289	46	PROVIDENCIA	0,11	8.479.467
17	ORBIS	1,44	3.836.874.405	63	EVOLUCIÓN	0,01	14.454.956	47	COPAN	0,10	7.627.798
18	COOP. MUTUAL PATRONAL	1,43	3.827.966.726	64	EUROAMÉRICA	0,00	5.382	48	NUEVA	0,09	7.435.601
19	NORTE	1,10	2.940.512.508	TOTAL DEL RAMO			100,00267.052.367.301	49	METROPOL	0,07	5.765.694
20	PARANÁ	1,02	2.714.195.222	MOTOVEHÍCULOS							
21	LIDERAR	1,00	2.683.421.677	1	ATM SEGUROS	23,49	1.885.555.745	50	HORIZONTE	0,05	4.343.129
				2	SEGUROS RIVADAVIA	9,70	778.306.372	51	HOLANDO SUDAMERICANA	0,04	3.329.467
				3	TRIUNFO	7,30	586.274.999	52	BERKLEY INTERNATIONAL	0,02	1.845.229
				4	SANCOR	6,75	542.219.642	53	HDI SEGUROS	0,01	872.076
				5	RÍO URUGUAY	5,18	415.552.713	54	SEGUROCOOP	0,01	654.544
								55	LUZ Y FUERZA	0,00	152.202
								TOTAL DEL RAMO			100,00 8.027.591.411


www.creditoycaucion.com.ar

SSN - Subsecretaría de Seguros
 Dirección General de Seguros
 Dirección de Seguros de Vida
 Dirección de Seguros de Accidentes y Enfermedades
 Dirección de Seguros de Fianzas y Crédito
 Dirección de Seguros de Motores y Vehículos
 Dirección de Seguros de Navegación y Aeronavegación
 Dirección de Seguros de Otros

22	TRIUNFO	0,93	2.488.641.199
23	SMG SEGUROS	0,89	2.381.354.877
24	BOSTON	0,86	2.286.678.790
25	PERSEVERANCIA	0,82	2.200.475.437
26	HDI SEGUROS	0,78	2.085.770.977
27	GALENO SEGUROS	0,69	1.848.540.999
28	ESCUDO	0,60	1.600.762.130

6	LIBRA	4,70	377.573.012
7	FEDERACIÓN PATRONAL	4,55	365.290.376
8	ALLIANZ ARGENTINA	4,00	320.829.008
9	SEGUNDA C.S.L.	3,30	265.273.306
10	INTÉGRITY	2,77	222.277.186
11	CAJA SEGUROS	2,73	219.046.908
12	COOP. MUTUAL PATRONAL	2,00	160.325.626

CAUCIÓN			
1	FIANZAS Y CRÉDITO	9,45	898.331.490
2	CHUBB SEGUROS ARG.	7,89	749.836.128
3	ACG	7,44	706.967.550
4	AFIANZADORA LAT.	6,15	584.876.212
5	TESTIMONIO SEGUROS	5,33	506.780.814
6	CRÉDITO Y CAUCIÓN	5,22	496.567.797


¿ASEGURAS A TUS CLIENTES CUANDO ESTÁN DE VIAJE?

BRINDALES TRANQUILIDAD ESTÉN DONDE ESTÉN.

 INTERESANTES COMISIONES

 CAPACITACIÓN Y ATENCIÓN PERSONALIZADA

 MULTICOTIZADOR CON 15 COMPAÑÍAS DE ASISTENCIA AL VIAJERO

 COBERTURA DE COVID 19 Y MAS



 productores@tusegurodeviaje.net

 0800 362 0118

 54 911 6308 9085

 **tuseguro
deviaje.NET**

ASISTENCIA AL VIAJERO E SEGUROS DE VIAJE

PRODUCCIÓN POR RAMO A MARZO DE 2021 (Ver ranking completo en www.revistaestrategas.com.ar)

Nº	ASEGURADORAS	% EN EL RAMO	PRIMAS EMITIDAS \$
7	BERKLEY INTERNATIONAL	4,48	426.278.213
8	ALBA	3,59	341.008.865
9	ASEG. DE CAUCIONES	3,52	335.039.467
10	SANCOR	3,52	334.201.397
11	ALLIANZ ARGENTINA	3,48	331.319.515
12	GESTIÓN	3,13	297.140.397
13	NACIÓN SEGUROS	3,02	287.477.331
14	ZURICH ARGENTINA	2,23	211.871.614
15	SURCO	2,21	210.149.445
16	INTÉGRITY	2,21	209.809.994
17	TUTELAR SEGUROS	2,07	196.456.430
18	CÍA. SEGUROS INSUR	2,00	190.566.392
19	GALENO SEGUROS	1,97	187.172.784
20	SMG SEGUROS	1,96	186.330.332
TOTAL DEL RAMO		100,00	9.507.797.344

COMBINADO FAMILIAR E INTEGRAL

1	FEDERACIÓN PATRONAL	7,73	2.832.910.246
2	SANCOR	6,97	2.554.657.306
3	GALICIA SEGUROS	6,27	2.295.807.998
4	ZURICH SANTANDER	6,07	2.222.985.598
5	ALLIANZ ARGENTINA	5,97	2.187.678.981
6	SAN CRISTÓBAL	5,01	1.835.922.519
7	SEGUNDA C.S.L.	4,66	1.706.497.066
8	MERCANTIL ANDINA	4,52	1.656.297.291
9	ZURICH ASEG. ARG.	4,47	1.635.906.804
10	MAPFRE ARGENTINA	4,06	1.488.853.100
11	SEGUROS SURA	3,97	1.456.160.946
12	BBVA SEGUROS	3,80	1.392.179.534
13	ZURICH ARGENTINA	3,78	1.385.582.097
14	NACIÓN SEGUROS	2,86	1.049.098.758
15	MERIDIONAL	2,31	847.924.009
16	BERKLEY INTERNATIONAL	2,30	841.235.003
17	METLIFE SEGUROS	2,09	765.570.671
18	QUALIA	2,08	760.723.210
19	PROVINCIA	2,05	751.617.069
20	SEGUROS RIVADAVIA	1,84	675.198.269
21	CAJA SEGUROS	1,84	674.501.173
22	SEGUROCOOP	1,59	580.794.484
23	HDI SEGUROS	1,53	562.284.482
24	CHUBB SEGUROS ARG.	1,47	538.267.541
25	SMG SEGUROS	1,42	520.642.321
26	HOLANDO SUDAMERICANA	1,38	506.602.851
27	BHN GENERALES	1,14	419.210.282
28	INTÉGRITY	0,86	315.912.589
29	COOP. MUTUAL PATRONAL	0,69	251.792.544
30	BOSTON	0,65	236.394.113
31	NORTE	0,57	208.553.059
32	RÍO URUGUAY	0,47	173.001.990
33	OPCIÓN	0,46	167.848.288
34	VICTORIA	0,37	133.818.380
35	SUPERVIELLE SEGUROS	0,33	122.620.195
TOTAL DEL RAMO		100,00	36.636.864.599

CRÉDITOS

1	CÍA. SEGUROS INSUR	46,14	1.081.530.228
2	COFACE	38,60	904.943.664
3	SANCOR	8,41	197.176.954
4	ALLIANZ ARGENTINA	6,83	160.217.457
5	PRUDENCIA	0,01	274.970
TOTAL DEL RAMO		100,00	2.344.143.273

INCENDIO

1	NACIÓN SEGUROS	21,75	9.311.289.804
2	MAPFRE ARGENTINA	11,24	4.812.896.177
3	MERIDIONAL	10,20	4.367.884.098
4	SANCOR	8,37	3.580.921.794
5	STARR COMPANY	7,34	3.140.836.313
6	ZURICH ARGENTINA	7,00	2.994.541.860
7	ALLIANZ ARGENTINA	4,41	1.887.445.387
8	CHUBB SEGUROS ARG.	4,10	1.753.020.885
9	FEDERACIÓN PATRONAL	3,99	1.707.499.660
10	SMG SEGUROS	2,87	1.228.446.212
11	SEGUROS SURA	2,73	1.168.312.341
12	HOLANDO SUDAMERICANA	2,30	986.471.307
13	BHN GENERALES	2,01	860.588.372
14	SEGUNDA C.S.L.	2,00	855.240.243
15	ZURICH ASEG. ARG.	1,39	596.276.582
16	SAN CRISTÓBAL	1,22	523.466.430
17	BERKLEY INTERNATIONAL	0,95	407.215.089
18	CAJA SEGUROS	0,92	393.888.914
19	MERCANTIL ANDINA	0,87	370.618.994
20	BOSTON	0,71	303.582.883
21	HDI SEGUROS	0,67	287.937.637
22	PROVINCIA	0,66	280.971.569
23	SEGUROS RIVADAVIA	0,26	109.975.212
24	VICTORIA	0,25	108.345.083
25	EQUITATIVA DEL PLATA	0,21	89.955.652
26	INTÉGRITY	0,20	85.366.908
27	OPCIÓN	0,20	83.975.561
28	RÍO URUGUAY	0,17	74.029.991
29	COOP. MUTUAL PATRONAL	0,17	73.463.844
30	NORTE	0,10	44.888.365
31	IAPSER SEGUROS	0,09	36.835.272
32	GALICIA SEGUROS	0,08	32.515.880
33	CAMINOS PROTEGIDOS	0,07	30.066.919
34	SEGUROCOOP	0,06	27.705.699
35	PERSEVERANCIA	0,06	27.180.819
TOTAL DEL RAMO		100,00	42.803.795.597

OTROS RIESGOS DE DAÑOS PATRIMONIALES

1	ASSURANT ARGENTINA	14,40	1.630.830.330
2	SEGUROS SURA	13,91	1.575.062.313
3	VIRGINIA SURETY	13,86	1.569.705.241
4	CAJA SEGUROS	11,68	1.322.777.243
5	MERIDIONAL	6,69	757.202.711
6	CARDIF SEGUROS	5,80	656.837.887
7	BBVA SEGUROS	5,65	640.211.772
8	GALICIA SEGUROS	5,26	595.818.934

9	OPCIÓN	4,97	563.043.522
10	ZURICH SANTANDER	3,30	374.270.365
11	SEGUROCOOP	2,33	264.005.477
12	COLÓN	1,84	208.607.617
13	SANCOR	1,65	187.437.591
14	FEDERACIÓN PATRONAL	1,56	176.384.670
15	NACIÓN SEGUROS	1,07	121.069.422
16	GALENO SEGUROS	1,00	113.709.528
17	CHUBB SEGUROS ARG.	0,71	80.455.278
18	SEGUROS RIVADAVIA	0,70	79.686.723
19	MAPFRE ARGENTINA	0,64	72.895.819
20	ZURICH ASEG. ARG.	0,53	59.624.270
TOTAL DEL RAMO		100,00	11.326.747.372

RESPONSABILIDAD CIVIL

1	NACIÓN SEGUROS	15,78	2.371.824.826
2	CHUBB SEGUROS ARG.	9,23	1.388.091.641
3	ZURICH ARGENTINA	9,02	1.356.145.239
4	SMG SEGUROS	8,49	1.276.002.964
5	FEDERACIÓN PATRONAL	7,74	1.162.994.511
6	MERIDIONAL	6,63	996.515.096
7	SANCOR	5,65	849.979.936
8	SEGUROS MÉDICOS	4,04	608.004.657
9	ALLIANZ ARGENTINA	3,39	510.008.367
10	SEGUROS SURA	2,83	426.007.250
11	HOLANDO SUDAMERICANA	2,78	417.995.884
12	SEGUNDA C.S.L.	2,55	382.734.924
13	NOBLE RESP. PROF.	2,54	381.754.553
14	BERKLEY INTERNATIONAL	2,30	345.367.583
15	PROVINCIA	1,82	273.078.888
16	HDI SEGUROS	1,46	218.926.524
17	PRUDENCIA	1,45	218.022.571
18	MERCANTIL ANDINA	1,30	196.010.611
19	BOSTON	1,21	181.666.708
20	CAJA SEGUROS	1,20	180.597.603
TOTAL DEL RAMO		100,00	15.032.661.705

RIESGOS DEL TRABAJO

1	PREVENCIÓN ART	21,26	34.583.264.858
2	PROVINCIA ART	18,63	30.308.278.299
3	EXPERTA ART	10,99	17.876.446.328
4	GALENO ART	10,35	16.830.326.674
5	LA SEGUNDA ART	9,03	14.691.493.589
6	ASOCIART ART	8,77	14.265.692.503
7	SWISS MEDICAL ART	6,76	11.000.399.315
8	FEDERACIÓN PATRONAL	6,24	10.149.513.925
9	OMINT ART	1,84	2.985.411.511
10	IAPSER SEGUROS	1,62	2.637.005.981
11	BERKLEY INT. ART	1,61	2.617.419.697
12	PROF	1,07	1.739.980.532
13	HORIZONTE	0,63	1.032.234.385
14	HOLANDO SUDAMERICANA	0,39	638.085.483
15	RECONQUISTA ART	0,27	441.099.811
16	LATITUD SUR	0,23	368.100.524
17	VICTORIA	0,16	256.918.338



**SEGUROS
RIVADAVIA**



UNA HISTORIA JUNTOS



Hace 75 años comenzábamos esta historia, emitiendo nuestra primera póliza. Todo cambió y evolucionó, y nosotros también, manteniendo el espíritu y la visión de nuestros fundadores.

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**



PRODUCCIÓN POR RAMO A MARZO DE 2021 (Ver ranking completo en www.revistaestrategas.com.ar)

Nº	ASEGURADORAS	% EN EL RAMO	PRIMAS EMITIDAS \$
18	MUTUAL PETROLEROS ART	0,11	182.215.236
19	MUTUAL RURAL	0,02	39.346.129
TOTAL DEL RAMO 100,00 162.643.233.118			

RIESGOS AGROPECUARIOS Y FORESTALES

1	SANCOR	24,96	5.372.700.409
2	SEGUNDA C.S.L.	23,03	4.956.190.966
3	ALLIANZ ARGENTINA	12,62	2.715.081.926
4	SAN CRISTÓBAL	6,14	1.321.168.989
5	ZURICH ARGENTINA	6,01	1.293.479.060
6	MERCANTIL ANDINA	5,22	1.122.363.801
7	SEGUROS SURA	4,03	867.488.997
8	FEDERACIÓN PATRONAL	2,93	630.862.269
9	NACIÓN SEGUROS	2,83	609.767.881
10	NORTE	2,39	515.106.016
11	DULCE	1,44	309.250.700
12	RÍO URUGUAY	1,22	261.988.867
13	LATITUD SUR	1,19	256.847.277
14	HOLANDO SUDAMERICANA	1,09	234.306.143
15	EXPERTA SEGUROS	0,86	185.312.856
16	VICTORIA	0,81	173.383.018
17	ASOC. MUTUAL DAN	0,67	143.727.000
18	MAPFRE ARGENTINA	0,66	141.535.151
19	PROVINCIA	0,44	95.521.102
20	GALENO SEGUROS	0,43	92.348.750
TOTAL DEL RAMO 100,00 21.521.271.666			

ROBO Y RIESGOS SIMILARES

1	GALICIA SEGUROS	15,36	1.235.488.257
2	NACIÓN SEGUROS	9,73	782.863.617
3	SANCOR	9,17	737.970.435
4	QUALIA	8,49	683.218.468
5	METLIFE SEGUROS	7,40	595.309.714
6	PROVINCIA	6,59	530.600.555
7	SUPERVIELLE SEGUROS	6,46	519.939.273
8	HOLANDO SUDAMERICANA	4,27	343.219.841
9	CHUBB SEGUROS ARG.	3,77	303.459.617
10	BHN GENERALES	3,53	284.295.354
11	BBVA SEGUROS	3,49	281.168.070
12	FEDERACIÓN PATRONAL	3,09	248.911.218
13	ZURICH ARGENTINA	2,40	193.245.197
14	ORBIS	1,97	158.497.808
15	ZURICH SANTANDER	1,74	140.061.269
16	ZURICH ASEG. ARG.	1,60	128.453.039
17	SEGUNDA C.S.L.	1,34	107.957.096
18	CARDIF SEGUROS	1,30	104.699.398
19	PRUDENCIA	1,27	102.550.831
20	CAJA SEGUROS	0,84	67.267.160
TOTAL DEL RAMO 100,00 8.045.807.976			

TÉCNICO

1	NACIÓN SEGUROS	13,03	1.115.900.503
2	SEGUNDA C.S.L.	11,62	995.548.463
3	FEDERACIÓN PATRONAL	7,34	628.454.681
4	ZURICH ASEG. ARG.	6,47	554.216.819

Nº	ASEGURADORAS	% EN EL RAMO	PRIMAS EMITIDAS \$
5	CHUBB SEGUROS ARG.	5,94	508.553.631
6	ALLIANZ ARGENTINA	5,77	494.194.439
7	ZURICH ARGENTINA	5,29	453.026.448
8	SEGUROS SURA	5,14	439.821.061
9	SMG SEGUROS	4,16	356.074.516
10	PROVINCIA	4,04	345.670.522
11	SAN CRISTÓBAL	3,97	340.113.678
12	STARR COMPANY	3,82	327.159.437
13	SANCOR	3,26	279.310.017
14	CAJA SEGUROS	3,15	269.363.403
15	MERCANTIL ANDINA	2,13	182.031.598
16	MERIDIONAL	2,06	176.293.992
17	HOLANDO SUDAMERICANA	1,79	153.645.837
18	BERKLEY INTERNATIONAL	1,73	148.273.888
19	MAPFRE ARGENTINA	1,11	95.361.269
20	BOSTON	1,06	90.897.716
TOTAL DEL RAMO 100,00 8.564.076.825			

TRANSPORTE DE MERCADERÍAS

1	ZURICH ASEG. ARG.	11,08	807.897.250
2	SEGUROS SURA	8,85	645.241.872
3	CHUBB SEGUROS ARG.	8,32	606.595.200
4	HANSEÁTICA SEGUROS	6,12	446.089.126
5	ALLIANZ ARGENTINA	5,71	416.283.263
6	SANCOR	5,48	399.816.512
7	HDI SEGUROS	5,48	399.471.446
8	SEGUNDA C.S.L.	5,01	365.509.186
9	ZURICH ARGENTINA	4,02	292.867.294
10	MERIDIONAL	4,00	291.698.935
11	STARR COMPANY	3,68	268.418.506
12	FEDERACIÓN PATRONAL	3,32	242.382.625
13	SAN CRISTÓBAL	3,03	220.739.707
14	ASSEKURANSA	2,96	216.075.953
15	INTÉGRITY	2,62	191.042.309
16	MAPFRE ARGENTINA	2,36	172.370.920
17	HOLANDO SUDAMERICANA	2,36	171.864.910
18	SMG SEGUROS	2,31	168.620.460
19	BERKLEY INTERNATIONAL	2,19	159.952.093
20	MERCANTIL ANDINA	1,88	137.121.950
TOTAL DEL RAMO 100,00 7.290.087.171			

TRANSPORTES CASCOS

1	HOLANDO SUDAMERICANA	21,67	462.630.872
2	SEGUROS SURA	11,20	239.203.545
3	CAJA SEGUROS	11,05	235.950.972
4	FEDERACIÓN PATRONAL	10,20	217.801.262
5	SANCOR	9,76	208.374.542
6	NACIÓN SEGUROS	5,87	125.327.065
7	MERIDIONAL	5,15	109.969.244
8	PROVINCIA	4,89	104.320.369
9	HANSEÁTICA SEGUROS	4,76	101.726.221
10	BOSTON	3,92	83.786.977
TOTAL DEL RAMO 100,00 2.134.884.791			

TRANSPORTE PÚBLICO DE PASAJEROS

1	PROTECCIÓN M.T.P.P.	38,58	500.142.603
2	RIVADAVIA M.T.P.P.	19,92	258.305.194
3	ARGOS M.T.P.P.	17,96	232.804.933
4	METROPOL M.T.P.P.	10,51	136.273.216
5	GARANTÍA M.T.P.P.	9,18	119.027.924
6	ESCUDO	3,85	49.926.359
TOTAL DEL RAMO 100,00 1.296.480.229			

ACCIDENTES PERSONALES

1	SANCOR	11,64	1.623.294.507
2	METLIFE SEGUROS	9,06	1.262.948.309
3	FEDERACIÓN PATRONAL	8,71	1.214.652.115
4	SEGUNDA PERSONAS	7,71	1.074.191.495
5	ZURICH SANTANDER	7,32	1.020.503.374
6	GALICIA SEGUROS	7,26	1.012.101.910
7	BBVA SEGUROS	5,51	767.787.642
8	SEGUROS SURA	4,75	661.875.727
9	CHUBB SEGUROS ARG.	3,05	424.891.519
10	CAJA SEGUROS	2,89	403.449.648
11	MAPFRE VIDA	2,49	347.114.098
12	MERCANTIL ANDINA	2,40	334.472.099
13	BHN VIDA	2,12	296.061.564
14	MERIDIONAL	1,90	264.583.467
15	NACIÓN SEGUROS	1,89	263.555.355
16	CNP SEGUROS	1,81	251.703.887
17	SAN CRISTÓBAL	1,62	226.387.437
18	PROVINCIA	1,37	191.540.191
19	SEGUROS RIVADAVIA	1,20	166.749.552
20	HOLANDO SUDAMERICANA	1,05	147.008.436
21	SUPERVIELLE SEGUROS	1,05	145.793.172
22	NORTE	1,01	140.311.633
23	COOP. MUTUAL PATRONAL	0,92	128.694.068
24	ALLIANZ ARGENTINA	0,84	116.931.990
25	RÍO URUGUAY	0,64	89.581.048
26	BERKLEY INTERNATIONAL	0,61	84.385.706
27	HSBC VIDA	0,51	71.704.541
28	BENEFICIO	0,48	67.550.545
29	ZURICH ARGENTINA	0,48	67.162.332
30	HDI SEGUROS	0,47	65.320.190
TOTAL DEL RAMO 100,00 13.941.356.382			

RETIRO INDIVIDUAL

1	SAN CRISTÓBAL RETIRO	61,57	726.869.241
2	SEGUNDA RETIRO	14,47	170.774.856
3	PREVENCIÓN RETIRO	5,90	69.655.654
4	ORÍGENES RETIRO	5,60	66.099.711
5	BINARIA RETIRO	4,84	57.146.496
6	HSBC RETIRO	2,94	34.677.205
7	GALICIA RETIRO	1,75	20.633.670
8	NACIÓN RETIRO	1,08	12.694.565
9	FED. PATRONAL RETIRO	0,61	7.192.682
10	SMG RETIRO	0,54	6.376.526
TOTAL DEL RAMO 100,00 1.180.541.349			

ELEGIMOS LA FORMA MAS SIMPLE



Estamos haciendo todo más sencillo para vos.
Queremos estar cerca tuyo y facilitar tu trabajo.
Acercate vos también a Providencia.

LA
EXPERIENCIA
TE DA
SEGURIDAD.



PROVIDENCIA
SEGUROS



PRODUCCIÓN POR RAMO A MARZO DE 2021 (Ver ranking completo en www.revistaestrategas.com.ar)

Nº	ASEGURADORAS	% EN EL RAMO	PRIMAS EMITIDAS \$
RETIRO COLECTIVO			
1	ESTRELLA RETIRO	59,24	5.102.579.804
2	NACIÓN RETIRO	15,52	1.336.575.231
3	HSBC RETIRO	7,18	618.842.183
4	ORÍGENES RETIRO	7,17	617.786.677
5	SEGUNDA RETIRO	4,25	366.473.600
6	SAN CRISTÓBAL RETIRO	2,30	198.002.603
7	IAPSER SEG. RETIRO	1,37	118.126.895
8	CREDICOOP RETIRO	1,06	91.311.257
9	BINARIA RETIRO	0,87	74.829.132
10	SMG RETIRO	0,83	71.836.915
TOTAL DEL RAMO		100,00	8.614.028.485

SALUD			
1	SANCOR	29,16	424.932.137
2	FEDERACIÓN PATRONAL	12,28	178.930.652
3	SMG LIFE	9,18	133.838.462
4	INSTITUTO SALTA VIDA	9,11	132.821.660
5	CARDIF SEGUROS	7,93	115.517.206
6	ASSURANT ARGENTINA	7,06	102.966.461
7	QUALIA	3,47	50.507.103
8	METLIFE SEGUROS	3,45	50.252.887
9	ZURICH SANTANDER	2,60	37.911.010
10	CAJA SEGUROS	2,37	34.565.426
TOTAL DEL RAMO		100,00	1.457.485.045

SEPELIO			
1	SOL NACIENTE	15,55	945.512.912
2	INSTITUTO SALTA VIDA	14,53	883.499.004
3	CÍA. DE SEGUROS MAÑANA	7,41	450.382.415
4	TRES PROVINCIAS	5,93	360.597.164
5	NACIÓN SEGUROS	4,55	276.488.922
6	IAPSER SEGUROS	4,23	257.162.142
7	TRIUNFO	3,51	213.290.303
8	ORBIS	3,14	191.049.589
9	SURCO	2,82	171.678.844
10	CERTEZA	2,72	165.577.862
11	SMG LIFE	2,59	157.284.112
12	BONACORSI PERSONAS	2,57	156.458.701
13	PREVINCA	2,53	153.856.168
14	SENTIR	2,45	148.865.962
15	SMSV SEGUROS	2,41	146.246.557
16	OPCIÓN	2,32	141.283.296
17	HAMBURGO	2,24	135.975.525
18	INSTITUTO SEGUROS	2,18	132.849.766
19	PIEVE SEGUROS	2,17	131.703.400
20	EVOLUCIÓN	1,84	112.138.090
TOTAL DEL RAMO		100,00	6.080.240.306

VIDA INDIVIDUAL			
1	ZURICH LIFE	38,84	11.576.722.008
2	PRUDENTIAL	17,33	5.165.878.148
3	HSBC VIDA	7,68	2.289.776.259
4	BINARIA VIDA	5,14	1.532.087.242
5	METLIFE SEGUROS	4,36	1.299.312.191

Nº	ASEGURADORAS	% EN EL RAMO	PRIMAS EMITIDAS \$
6	ORBIS	4,35	1.296.676.566
7	SMG LIFE	3,84	1.145.246.113
8	PROVINCIA VIDA	3,03	902.960.292
9	FEDERACIÓN PATRONAL	2,89	862.029.093
10	EDIFICAR SEGUROS	2,13	634.514.038
11	CNP SEGUROS	1,84	549.354.366
12	PARANÁ	1,64	488.950.792
13	SEGUROS SURA	1,32	392.798.295
14	EQUITATIVA DEL PLATA	1,23	366.468.158
15	GALICIA SEGUROS	1,10	327.387.120
16	LIDERAR	1,06	317.202.114
17	SMSV SEGUROS	0,61	180.489.425
18	PRUDENCIA	0,56	165.643.237
19	SANCOR	0,38	112.699.154
20	SEGUNDA PERSONAS	0,12	36.437.341
21	RÍO URUGUAY	0,10	28.980.520
22	TRES PROVINCIAS	0,09	27.104.980
23	SEGUROS RIVADAVIA	0,06	18.993.580
24	INSTITUTO SALTA VIDA	0,06	17.050.538
25	FEDERADA SEGUROS	0,03	10.362.989
TOTAL DEL RAMO		100,00	29.806.881.652

VIDA COLECTIVO			
1	PROVINCIA	9,58	3.735.024.022
2	SANCOR	9,18	3.579.789.865
3	CAJA SEGUROS	7,47	2.913.793.611
4	CARUSO	7,06	2.752.236.847
5	METLIFE SEGUROS	5,18	2.019.683.649
6	SOL NACIENTE	4,33	1.687.907.106
7	NACIÓN SEGUROS	4,04	1.574.406.753
8	ZURICH SANTANDER	3,90	1.521.192.027
9	BBVA SEGUROS	3,18	1.240.942.564
10	SUPERVIELLE SEGUROS	2,34	913.420.120
11	EVOLUCIÓN	2,30	896.240.083
12	GALICIA SEGUROS	2,18	848.695.572
13	CÍA. DE SEGUROS MAÑANA	2,10	817.195.166
14	EDIFICAR SEGUROS	2,09	815.017.495
15	PRUDENTIAL	1,97	767.905.626
16	ORÍGENES SEGUROS	1,58	614.705.940
17	BHN VIDA	1,47	573.605.651
18	ALLIANZ ARGENTINA	1,42	552.033.923
19	SEGUROS SURA	1,36	531.502.252
20	CNP SEGUROS	1,34	522.108.761
21	SMSV SEGUROS	1,25	488.267.824
22	INSTITUTO SALTA VIDA	1,24	483.857.120
23	SMG LIFE	1,19	462.836.532
24	HORIZONTE	1,18	460.360.794
25	ZURICH ARGENTINA	1,16	451.560.251
26	MAPFRE VIDA	1,16	450.508.929
27	FEDERACIÓN PATRONAL	1,04	404.835.138
28	HSBC VIDA	0,97	379.933.796
29	HDI SEGUROS	0,97	376.968.114
30	BINARIA VIDA	0,95	370.410.015
31	HAMBURGO	0,90	352.128.427
32	ARG. SALUD, VIDA Y PAT.	0,85	330.717.197

Nº	ASEGURADORAS	% EN EL RAMO	PRIMAS EMITIDAS \$
33	SEGUNDA PERSONAS	0,82	319.189.304
34	INST. ASEG. MERCANTIL	0,81	314.677.289
35	SEGUROS RIVADAVIA	0,80	310.656.627
36	TRIUNFO	0,78	302.924.313
37	ORBIS	0,65	251.500.632
38	QUALIA	0,64	248.796.057
39	SURCO	0,60	232.006.043
40	IAPSER SEGUROS	0,57	220.432.036
41	SEGUROCOOP	0,54	210.208.256
42	INSTITUTO SEGUROS	0,54	209.130.912
43	ASSURANT ARGENTINA	0,52	201.556.055
44	INST. SEGUROS JUJUY	0,51	199.975.006
45	SAN GERMÁN	0,41	160.246.380
TOTAL DEL RAMO		100,00	38.990.421.624

VIDA OBLIGATORIOS			
1	SEGUNDA PERSONAS	64,92	168.122.818
2	SURCO	17,53	45.397.372
3	COOP. MUTUAL PATRONAL	8,66	22.415.111
4	CAJA SEGUROS	3,39	8.781.675
5	BENEFICIO	1,96	5.070.929
TOTAL DEL RAMO		100,00	258.983.176

VIDA SALDO DEUDOR			
1	NACIÓN SEGUROS	20,23	2.541.157.333
2	ORÍGENES SEGUROS	8,54	1.072.865.047
3	QUALIA	8,51	1.069.521.685
4	SANCOR	6,14	770.747.477
5	CAJA SEGUROS	5,96	749.191.741
6	GALICIA SEGUROS	5,58	701.047.060
7	BBVA SEGUROS	5,48	688.264.349
8	BHN VIDA	5,11	642.107.036
9	CARDIF SEGUROS	4,63	582.039.940
10	ORBIS	4,31	541.541.631
11	HAMBURGO	3,68	462.429.524
12	ZURICH ARGENTINA	3,25	408.329.782
13	PEUGEOT CITROEN SEG.	2,93	368.160.770
14	CHUBB SEGUROS ARG.	1,95	245.483.086
15	OPCIÓN	1,79	225.349.690
16	GALENO SEGUROS	1,73	216.922.808
17	ASSURANT ARGENTINA	1,59	199.733.242
18	ZURICH SANTANDER	1,35	168.988.626
19	ALLIANZ ARGENTINA	1,06	133.068.897
20	SUPERVIELLE SEGUROS	0,96	120.072.478
TOTAL DEL RAMO		100,00	12.562.641.399

NOTAS: LAS CIFRAS DE PRIMAS EMITIDAS DE ZURICH LIFE, COFACE Y STARR FUERON RECALCULADAS PARA QUE COINCIDAN CON EL PERÍODO DE PRODUCCIÓN DEL RESTO DE LAS ASEGURADORAS.

VER RANKING POR RAMOS COMPLETO Y RESULTADOS TÉCNICOS POR RAMO EN WWW.REVISTAESTRATEGAS.COM.AR

PAS Móvil

Tu oficina en tu celular

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



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



www.mercantilandina.com.ar

[mercantilandinaseguros](#)

[@massegurostw](#)

0810.888.6262



El conjunto de aseguradoras que respondió en esta edición la consulta de **Estrategas** representa el **53,6%** de la producción del ramo Automotores. El costo promedio mensual que arroja la muestra para las características del vehículo detallado es de **\$ 7.961**.

PRECIOS DE SEGUROS DE AUTOMÓVILES

Cómo cotizan

Tarifas cotizadas por 15 aseguradoras con fuerte presencia en el ramo Automotores para las coberturas de Terceros Completo. También publicamos una síntesis de los beneficios adicionales sin cargo que les ofrecen a sus asegurados y un detalle de la cobertura de daños por granizo e inundación que incluye cada cotización.

Compañía	Nombre de la cobertura	Suma asegurada (SA)	Costo mensual T. C. / duración de la póliza	¿Cubre daños por granizo?	¿Cubre daños por inundación?
MERIDIONAL	C TOTAL PREMIUM	\$2.050.000	\$9.950 Cuatrimestral	Sí. En la póliza. Sin franquicia. Hasta la suma asegurada.	Sí. En la póliza. Hasta la suma asegurada. Franquicia del 1% de la S.A.
MERCANTIL ANDINA	M Premium	\$2.319.500	\$9.842,46 Anual	Sí. En la póliza. Sin límite. Sin franquicia.	Sí. En la póliza. Sin límite. Sin franquicia.
SWISS MEDICAL SEGUROS	TC4	\$2.042.200	\$9.178 con refacturación cuatrimestral.	Sí. En la póliza. Sin límite. Sin franquicia.	Sí. En la póliza. Sin límite. Sin franquicia.
LA CAJA	Plan 942	\$1.945.000	\$9.050 Actualización trimestral.	Sí. En la póliza. Hasta \$50.000.	Sí. En la póliza. En caso de destrucción total.
FEDERACIÓN PATRONAL	C Full	\$1.945.000	\$8.819 con refacturación cuatrimestral. Póliza anual.	Sí. En la póliza. Hasta el 30% de la suma asegurada (\$70.000 por evento). Sin franquicia.	Sí. En la póliza. En caso de destrucción total. Sin franquicia.
RIVADAVIA	Mega Premium	\$2.139.500	\$8.672 Anual	Sí. En la póliza. Hasta el 10% de la suma asegurada. Límite \$60.000. Sin franquicia.	Sí. En la póliza. En caso de destrucción total. Sin franquicia.
LA NUEVA	C Plus	\$1.945.000	\$8.510 Semestral	Sí. En la póliza. Sin límite. Sin franquicia.	Sí. En la póliza. Sin límite. Sin franquicia.
SANCOR	Auto Premium Max	\$1.960.000	\$7.936 con refacturación mensual. Póliza anual.	Sí. En la póliza. Sin límite. Sin franquicia.	Sí. En la póliza. Sin límite. Sin franquicia.
SURA	C. Clima	\$1.945.000	\$7.894 Anual con refacturación trimestral.	Sí. En la póliza. Hasta la suma asegurada. Sin franquicia.	Sí. En la póliza. Hasta la suma asegurada. Sin franquicia.
HDI	My Way (C+ o C Plus)	\$1.945.000	\$7.401,78, con refacturación mensual. Póliza anual.	Sí. En la póliza. Hasta la suma asegurada. Sin franquicia.	Sí. En la póliza. Hasta la suma asegurada. Con franquicia de \$20.500.
LA EQUITATIVA	J \$7.047,82	\$1.945.000	Semestral	Sí. En la póliza. Hasta \$300.000. Sin franquicia.	Sí. En la póliza. Cuando el daño sea mayor al 80% de la suma asegurada.
PROF	Prof Completa (C)	\$2.040.000	\$6.869 Trimestral	Sí. En la póliza. Hasta la suma asegurada. Sin franquicia.	Sí. En la póliza. Hasta la suma asegurada. Sin franquicia.
LA HOLANDO	C Plus XXL	\$2.042.250	\$6.817 con refacturación semestral. \$5.751 con refacturación mensual. Póliza anual.	Sí. En la póliza. Hasta la suma asegurada. Sin franquicia.	Sí. En la póliza. Hasta la suma asegurada. Sin franquicia.
ORBIS	C7	\$2.042.300	\$6.654 Cuatrimestral	Sí. En la póliza. Hasta la suma asegurada. Sin franquicia.	Sí. En la póliza. Hasta la suma asegurada. Sin franquicia.
NACIÓN	C Nación	\$1.945.000	\$4.773,81 con refacturación mensual. Póliza anual.	Sí. En la póliza. Sin límite. Sin franquicia.	Sí. En la póliza. Por destrucción total. Hasta la suma asegurada. Sin franquicia.



CON
ORBIS
SEGUROS
SIEMPRE GANÁS

DIEGO SCHWARTZMAN



SERVICIO DE ASISTENCIA AL ASEGURADO: La compañía de seguros dispone de un Servicio de Atención al Asegurado que atiende las consultas y reclamos que presenten los tomadores de seguros, asegurados, beneficiarios y/o derechohabientes. En caso de que el reclamo no haya sido resuelto o que haya sido denegado o adjudicado desestimado, total o parcialmente, podrá comunicarse con la Superintendencia de Seguros de la Nación por teléfono al 0800 666 8400, correo electrónico a denuncias@sn.gov.ar o por formulario web. El Servicio de Atención al Asegurado está integrado por: RESPONSABLE: (Rafael Armando Moreno) SUPLENTE: (Sebastian Roberto Garcia Sturzenegger y Sergio Marica Lopez).

WWW.ORBISEGUROS.COM.AR



Nº de inscripción en SSN
0293

Atención al asegurado
0800-666-8400

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



SSN

SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN



Beneficios adicionales sin cargo

MERIDIONAL. Daños a parabrisas, lunetas, cristales y cerraduras sin límite. 1 cubierta sin depreciación, el resto con. Rastreo vehicular sin cargo o con descuentos. Extensión a MERCOSUR. Automóvil de reemplazo. AP para el conductor y hasta cuatro ocupantes. Asistencia mecánica las 24hs todos los días del año. 8 servicios al año hasta 300 km, máximo de 2 por mes. Cambio de cable de embrague, acelerador o correas del Automóvil. Grabado de cristales. Custodia. Asistencia legal. Desplazamientos y alojamientos. Asistencia médica, odontología, suministro de medicina, traslado a centro médico. Repatriación por defunción.

MERCANTIL ANDINA. Auxilio mecánico y remolque. Asistencia legal. Cobertura en MERCOSUR. AP para asegurado y para cónyuge o parientes. Gastos de gestoría por baja de vehículo. Cobertura de robo y/o hurto y/o incendio sin franquicia. Daños a cristales y cerraduras. Reposición a nuevo de todas las cubiertas por siniestro. Reposición de vehículo 0 Km por un año. Revisión mecánica. Traslado preferencial unidades 0 Km. Daños parciales al amparo de robo total. Cobertura adicional de llave por robo de la unidad.

Ficha técnica de la muestra

- Seguro contra Terceros Completo Premium
- Vehículo **Ford Focus L/16 2.0 4 P SE Plus - 2019**
- Uso particular
- Guarda nocturna en cochera
- Asegurado: Hombre, casado, 38 años
- Código Postal 1828 (Banfield, Lomas de Zamora, Provincia de Buenos Aires)

SWISS MEDICAL SEGUROS. Servicio de asistencia diferencial dentro del segmento. 1.200 km en remolque sin límite de eventos. Estadía en hotel, desplazamiento y emergencias médicas.

LA CAJA. Destrucción total por huelgas, tumultos populares o Lock Out. Remolque en todo el territorio argentino, hasta 100 km y sin límite. Reposición de llaves en caso de pérdida. Cobertura de todos los cristales y cerraduras. Reposición a nuevo en caso de robo de cubiertas. Asistencia en países limítrofes. Gastos de Gestoría con reintegro hasta \$4.000 sólo para baja del automotor. Auto Sustituto ante pérdidas totales por 14 días con hasta 200 km diarios sin cargo. Asistencia al Viajero en el país (a más de 100 km del lugar de residencia).

FEDERACIÓN PATRONAL. Responsabilidad civil ampliada al 100% hasta \$35.000.000. Todo riesgo en caso de siniestro entre dos asegurados de la compañía. Robo e incendio total y parcial sin franquicias. Cláusula de destrucción total por accidente. Asistencia en países limítrofes y viajes. Grabado de cristales. AP para el asegurado y parientes. Asistencia penal por accidentes. Descuento por buen resultado. Oficina de recuperación de objetos perdidos las 24 hs. Auto sustituto hasta 10 días. Gestoría. Descuento por alarma y sistemas de rastreo. Rotura de cristales, cerraduras y antena. Indemnización de cubiertas. Reposición a 0 Km hasta un año de antigüedad. Daños parciales y robo de llaves. Descuento del 50% del saldo de póliza en caso de siniestro de robo, incendio o daño total.

RIVADAVIA. Responsabilidad civil hasta \$17.500.000 por acontecimiento. Cobertura en países limítrofes. Asesoramiento de reclamos ante aseguradoras colegas. Gestoría. Emergencia para siniestros con lesionados o fallecidos. Asistencia al vehículo diferencial. Reposición equipos GNC, cristales, antena, cubiertas y herramientas originales. AP al conductor. Asistencia al viajero regional. Equipos de rastreo sin cargo en zonas de alto riesgo. Rebajas por buen resultado. Bonificaciones adicionales por la contratación de otros seguros o para 0 Km.

LA NUEVA. Daños parciales a consecuencia de robo total sin franquicia. Todos los cristales sin límite. Cerraduras hasta la suma de \$20.000. Cobertura de muerte o invalidez total y permanente en accidente de tránsito para el titular o conductor. Suma indemnizable \$100.000 servicio de atención médica y/o para médica en el lugar del siniestro (só-





estamos

compartiendo la **alegría**
de **todo un país.**

¡Gracias, campeones!



Sponsor Oficial
de la Selección
Argentina.





lo CABA y Gran Buenos Aires). Cobertura a países limítrofes. Servicio de remolques hasta 150 km, en todo el país, con un límite de 2 servicios por mes o 12 por año. Descargando la aplicación La Nueva Segu-

radura. Valor reposición de 0 Km durante 1 año. Reposición a nuevo de neumáticos hasta 2 años. Daños parciales por robo. Asistencia al vehículo en todo el país: mecánica, remolque, transporte custodia, gas-

vehículo reparado o recuperado. Localización/envío de repuestos. Transporte/repatriación sanitaria. Desplazamiento/estancia de familiar del beneficiario. Asistencia sanitaria. Envíos de medicamentos urgentes fuera de la Argentina.



ros, pueden acceder a los datos de sus pólizas, descargar pólizas, certificados, cupones de pago, estado de sus pagos, solicitar auxilio mecánico, etc.

SANCOR. Terremoto. Huelga, Lock Out o tumulto popular. Cristales. Cerraduras. Cláusula destrucción total al 80%. Reposición a 0 Km durante el primer año. Gestoría. Extensión a países limítrofes. Sistema Lo Jack según zona de riesgo y S.A. Mecánica ligera y remolque. Localización y envío de repuestos. Custodia del vehículo. Seguro adicional de AP a familiares (póliza específica). AP para conductor y acompañantes. Asesoría legal. Segunda opinión médica. Centro de atención al cliente las 24 hs. Asistencia al viajero en la Argentina y el exterior.

SURA. Parabrisas y lunetas sin tope ni franquicia. Cobertura de muerte accidental para el conductor. Rotura de cristales laterales. Daños a ce-

tos de estadia, conductor sustituto, auto sustituto y asistencia legal. Extensión automática a países limítrofes. Gestoría.

HDI. Experto en línea. App HDI Móvil. Extensión automática a países limítrofes. Cláusula de mantenimiento de suma del 20%. Gastos de gestoría por robo o destrucción total hasta \$3.000. Instalación gratuita del sistema de rastreo. Asistencia las 24hs. Muerte o invalidez total y permanente del conductor y/o asegurado. Gastos sanatoriales y sepelio a terceros. Asistencia legal telefónica gratuita las 24 hs en caso de lesiones o muerte. Sistema de renovación automática y Póliza Digital. Asistencia tecnológica remota. App "Llamando al Doctor".

LA EQUITATIVA. Rotura de cristales y cerraduras. Gestoría. Mecánica de urgencia, remolque y extracción del vehículo. Estancia/desplazamiento de ocupantes. Custodia del

PROF. Mecánica ligera. Remolque. Cambio de neumáticos. Localización y envío de repuestos por siniestro. Transmisión de mensajes urgentes. Auto sustituto por 48 hs hasta 300 km diarios. Cerrajería. Desplazamiento hasta 100 km del domicilio. Servicio de conductor. Asistencia legal. Hasta 1 servicio por mes, 6 por vigencia.

LA HOLANDO. Daños a parabrisas y luneta sin franquicia. Daños a cristales laterales, cerraduras y baúl por tentativa de robo sin franquicia. Daños por robo total. RC en países limítrofes. Destrucción total al 80%. Gestoría. Reposición a 0 Km por un año.

ORBIS. Cerraduras y cristales (incluye cristal de techo). Reposición de cristales con vouchers "Fasttrack". Remolques y asistencia mecánica. Asistencia al viajero. Reposición de cubiertas por robo/hurto. Clausula ajuste al 20%.

NACIÓN. Vidrios laterales y cerraduras por intento de robo. Llaves (por robo total recuperado). Reposición de la unidad 0 Km dentro del año. Reposición a nuevo de neumáticos hasta 2 años de antigüedad. Luneta y parabrisas sin límite. Daño parcial por robo total. AP. Mecánica ligera. Remolque o transporte del vehículo declarado. Estancia y desplazamiento de los beneficiarios. Gastos de hotel. Asistencia legal en caso de accidente. Auto sustituto. **E**

**Seguro
de
Caución
Alquiler
Familiar**

Alquilá Seguro

Nueva cobertura con el respaldo de siempre.



**Tu Póliza en 48 hs
a partir del ingreso de
tu documentación**



**Mínimos
requisitos**



Póliza Digital



**Financiación.
Medios electrónicos
de pago**

**Somos tu mejor opción a la hora
de solicitar tu Seguro de Caucción**



ALBACAUCION
ALBA COMPAÑIA ARGENTINA DE SEGUROS S.A.

Solicita ya tu garantía con nosotros o a través de tu Productor Asesor de Seguros

BUENOS AIRES - LA PLATA - CÓRDOBA - NEUQUÉN - POSADAS - TUCUMÁN - POSADAS
SANTIAGO DEL ESTERO - RESISTENCIA - MENDOZA - ROSARIO - SANTA FE



info@albacaucion.com.ar



0810-220-9411



www.albacaucion.com.ar



ALBACAUCION

Nº de inscripción en SSN
0329

Atención al asegurado
0800-666-8400

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



SSN

SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN



AUTOMOTORES

Un mercado en crisis

La falta de rigurosidad técnica en el mercado de seguros de Automotores hoy no tiene su pivote en los resultados de las inversiones y sin embargo *nadie habla de ajustarse el cinturón*. Los ítems que incomodaron siempre, ahora son una bomba de tiempo: crisis económica y sanitaria, devaluación, alta inflación, guerra de tarifas, costos siniestrales en las nubes y sumas en infraseguro. En este informe, los aseguradores hablan *off the record*.

El negocio de los seguros de Automotores está complicado. Los ítems que incomodan se conjugan en un potencial incendio a gran escala. Crisis económica y sanitaria, devaluación, alta inflación, guerra de tarifas, costos siniestrales en las nubes, precios delirantes de los vehículos 0 Km, falta de unidades y derepuestos, sumas aseguradas en infraseguro y deterioro del producto. En esta nota, en completo *off the record*, los operadores del ramo desnudan sus preocupaciones, confirman que no esperan mucho del primer semestre del ejercicio en curso y anticipan que, cueste lo que cueste, le van a seguir poniendo el hombro al negocio.

VIENE FLOJO. Una primera dificultad para la producción de seguros del ramo Automotores es contundente: no hay autos. Durante 2020 se vendieron en total unos 342 mil vehículos, un 25% menos que en 2019. Este año también viene flojo: en el primer semestre de 2021 se patentaron unas 210 mil unidades nuevas y las proyecciones

para el total del año apuntan sólo a igualar la cantidad de ventas del año pasado. "Si llegan a venderse 330 mil unidades en 2021, tendremos suerte. La verdad es que *no hay autos*", dispara la primera voz en *off*. Según indica la misma fuente, el único auto que hoy se está fabricando en la Argentina es el *Cronos* de *Fiat* (que, dicho sea de paso, fue el más vendido en junio 2021, seguido de las camionetas *Hilux* de *Toyota*

La producción crece empujada casi exclusivamente por aumento de sumas, no por la generación de nuevos negocios, ni reales ajustes de tasas.

ta y *Amarok* de *Volkswagen*, que también se fabrican en nuestro país; el resto son todos importados. En la actualidad, "la única automotriz con espaldas para importar autos es *Toyota* porque exporta a toda América Latina la *Hilux* que fabrica acá. El resto no tiene dólares para

importar nada". Así, hoy hay 180 días de demora en la entrega de 0 Km, a menos que se pague con un sobreprecio que puede llegar hasta un 25% (sobre un precio que ya viene aumentando como mínimo 3 o 4% mensual).

La falta de 0 Km y el sobreprecio descontroló, a su vez, el mercado de los autos usados, que aumentaron un 100% el último año calendario y que hoy siguen aumentando un 5 o 6% por mes. Los aseguradores confirman que hay autos usados con dos o tres años de antigüedad que se están pagando a precio 0 Km (porque no hay 0 Km) y que, como están tan caros, el mercado de usados tiene menor rotación. "La gente prefiere esperar a ver si se viene una devaluación que le permita llegar al auto nuevo." Tal las cosas, tampoco podemos esperar mucho movimiento en este segmento.

"La cartera de planes de ahorro cayó estrepitosamente a nivel mercado; en cambio, la cartera del canal productores creció muy bien", reconoce en este escenario una de las fuentes que contacta **Estrategas**.

OrangeTime

El **primer y único** seguro en Argentina que se cobra por el tiempo de uso del auto.

**Menos usás tu auto,
menos pagás**

Comunicate con nosotros: libraseguros.com.ar

0800 888 5427



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

LIBRA
Compañía de Seguros

A marzo de 2021, entre las 64 compañías que operan en este ramo, se alcanzaron los \$267,05 mil millones en primas emitidas. Es un negocio altamente concentrado en los operadores *top*: las seis compañías más grandes son las responsables de más de la mitad de esa producción.

DESCALABRO. Otra dificultad para este negocio es el *descalabro* en los capitales asegurados y los esfuerzos que tiene que hacer el mercado cuando las sumas quedan atrasadas.

La devaluación de octubre de 2020 tuvo un impacto tremendo en el precio de los autos y las sumas aseguradas aumentaron de 60 a 70% de

Para bajar la tarifa, algunas compañías están infrasegurando autos, poniendo en póliza sumas aseguradas insuficientes.

Cada vez más los contratos incluyen cláusulas de ajuste automático que prevén este tipo de desvíos de la suma asegurada, habitualmente del 10%. Este año el ajuste previsto en este tipo de cláusulas puede llegar hasta un 30%. “Con esto me estoy anticipando a lo que seguramente pasará después de septiembre, postelecciones, con una nueva devaluación.”

DEME DOS. Cuando *el agua sube*



un mes para otro. Automáticamente, una gran porción de la cartera quedó infrasegurada. “Algunos operadores pudimos hacer frente a esa distorsión; otros no”, recuerda una fuente que emerge de entre las *top* del ranking de producción y que fue, como algunas de sus colegas, absolutamente contemplativa con el infraseguro en aquel contexto. “En algunos casos de Robo o Destrucción Total tuvimos que negociar un capital asegurado mayor al vigente, de hasta un 30 por ciento, para resolver un siniestro. Hubo que hacer muchos esfuerzos para mantener a los asegurados contentos y que no se vayan de la compañía.”

al cuello, los precios bajan al sótano. La guerra de tarifas en Automotores no es una novedad, aunque esta vez tiene condimentos que la hacen más *picante* que nunca. Siempre se vio disparidad de precios sobre el mismo producto; ahora, además, hay disparidad en el producto: hay compañías que están restringiendo el alcance de las coberturas. “Para bajar la tarifa, algunas compañías están deteriorando el pro-

“Hay compañías que están bajando la tarifa a niveles desorbitantes y disminuyendo la calidad del producto.”

ducto, incluso infrasegurando autos poniendo en póliza sumas aseguradas insuficientes, es decir que no alcanzan para la reposición del vehículo. También están acotando los límites de cobertura de parabrisas y de granizo, por ejemplo, y re-aplicando la franquicia en el robo parcial”, señala un operador.

En el negocio corporativo la competencia es atroz. “Hay compañías que están bajando la tarifa a niveles desorbitantes y disminuyendo la calidad del producto”, advierten.

Según el análisis que hace un referente del sector, las tarifas a nivel mercado aumentaron un 55% promedio en lo que va de la pandemia y acumulan un 15% de suba en lo que va de este año. Vale aclarar que una porción significativa de este aumento responde pura y exclusivamente al ya señalado aumento significativo de los capitales asegurados, no a un incremento de tasas ni a una recomposición real del cuadro tarifario.

La suma de Responsabilidad Civil, por su parte, aumentó en abril un 75% por determinación de la *Superintendencia de Seguros de la Nación*. Obviamente *la prima no aumentó un 75%; apenas se ajustó un 10%.*

El problema con esto es, sobre todo, que al mismo tiempo tenemos una inflación oficial del 36% en 2020 y por arriba del 25% en los primeros seis meses de 2021. Finalmente, está el *índice de repuestos* (estimación que las compañías hacen para seguir los precios de un mix de repuestos representativo de los vehículos que repara) que de marzo 2020 a hoy aumentó cerca de un 100%, acumulando en lo que va de este año un 45%.

Los repuestos aumentan a un ritmo mucho mayor que la inflación. Las tarifas crecen casi exclusivamente por aumento de sumas aseguradas. Los números no cierran por ningún lado.

Sigamos creciendo
juntos.



Garay 1755 - 5° piso,
Mar del Plata, Buenos Aires

Juana Manso 1750 - 2° piso. of 2
Puerto Madero, Bs As.

www.hawkgroup.com

f in @ | hawkgrouppsa

☎ 0810-333-9572

N° de inscripción en SSN
1011

Atención al asegurado
0800-666-6400

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



SSN

SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN



EN ROJO. Una estimación de mercado indica que un 80% de los repuestos son importados, lo que complica las cosas teniendo en cuenta las nuevas restricciones a las importaciones del Gobierno Nacional para recomponer la balanza de divisas. No se están habilitando en tiempo y forma las licencias no automáticas consentidas por la Secretaría de Industria. La operatoria, además, incluye la intervención de organismos como el *Banco Central* y la *AFIP*, lo que ralentiza el proceso. “No hay repuestos. Volvimos a las épocas de Moreno: hay que pedir permiso para importar y tardan un montón de tiempo en dártelo, entre 60 y 90 días. Así, los costos de los repuestos aumentaron en un año por arriba del 120%”, señala otro de los operadores.

La poca disponibilidad de piezas para iniciar las reparaciones de los vehículos y la marcada aceleración de los costos están generando dificultades y demoras en la resolución de siniestros con cobertura de Todo Riesgo, pero también en siniestros de *fasttrack* o de rápida resolución, especialmente los relacionados con las cubiertas del auto.

Al mismo tiempo, la ya mencionada falta de producción y/o importación de vehículos 0 Km resiente la reposición de unidades en los casos de Destrucción total o Robo. “Debido a este combo de dificultades la estamos corriendo de atrás también en servicio”, se lamenta un empresario.

TRIPLICADA. El robo de ruedas es un siniestro de muy alta frecuencia que hoy vuelve a ser una problemática sumamente relevante. “Hoy la

De marzo 2020 a hoy, el índice de repuestos aumentó cerca de un 100%, acumulando en lo que va de este año un 45 por ciento.

frecuencia histórica de este siniestro está triplicada y, además, tienen un altísimo componente de fraude de autorrobo. Si bien es bastante fácil de desmotivar exigiendo al asegurado videos y fotos para hacer peritaciones instantáneas, en el momento y en el lugar del hecho, es una alarma encendida” para muchos de los aseguradores consultados.

Antes, las fotos y los videos eran un canal más de inspección; en pandemia fueron el único. Más allá de los neumáticos, se percibe en general un *incremento de los indicios de fraude y de la magnificación de daños* relacionada con la flexibilización forzada de las inspecciones previas a la hora de suscribir y las inspecciones de siniestros a la hora de liquidar. “La virtualidad y las facilidades tecnológicas son armas de doble filo que hay que saber monitorear”, advierte uno de los voceros.

Otro operador lo dice en estas palabras: “La detección de fraude se mantuvo en el ejercicio 2020-2021, a pesar de que al principio y durante la época más dura de las restricciones de circulación la siniestralidad había tenido una caída considerable”. Saque sus cuentas, querido lector.

ICEBERG DE FRENTE. Si bien la circulación vehicular ya está casi recuperada por completo desde el *parate* total que significó la ASPO en 2020, para algunos operadores la siniestralidad todavía no alcanzó los niveles prepandemia (a marzo de 2021 estaba en 43,7%). Hay operadores que dicen haber *aprovechado la bonanza de aquel otoño* para rentabilizar el negocio mientras otros no hicieron más que deteriorar la tarifa. “La frecuencia siniestral en cero por un par de meses fue terreno fértil para el despilfarro. Hubo aseguradoras que *salieron a devolver prima de RC*. Hacer eso sin tener idea del problema que teníamos por delante fue muy arriesgado”, recuerda uno. “Hubo mucha presión para que los demás hiciéramos lo mismo. Fue de terror”, se espanta otro.

Sigue flotando en el aire la idea de que las aseguradoras hicieron mucha plata en pandemia y hay quienes creen que el Estado debería intervenir para bajar drásticamente la cuota del seguro. Sobre esto, los

aseguradores sostienen que esa idea se enfoca en la baja de la frecuencia siniestral que ya no es tal, pero que además no tiene en cuenta el hecho de que “el costo promedio de los siniestros de daños materiales (casco del vehículo asegurado y RC de terceros) subió cerca de un 70 por ciento en un año”.

Con las cosas como están, “cuando volvamos a la normalidad -aunque sea una nueva normalidad- se prende fuego el mercado. Estamos técnicamente muy mal de cara al futuro”, dice un operador. “El resultado viene siendo más o menos bueno producto de aquella baja siniestral. En materia de tarifa y de costos, el problema lo tenemos ahora y a futuro: vemos el iceberg de frente”, prende otro las alarmas.

Todos estos conceptos no son nuevos. Ya hemos escuchado mu-

chas veces que el mercado de Automotores se permite esta falta de rigurosidad técnica porque cuenta con el respaldo histórico de los holgados resultados de las inversiones. El problema es que esta vez ese colchón no existe: “Los resul-

Hoy la frecuencia histórica del robo de ruedas está triplicada y, además, tienen un altísimo componente de fraude de autorrobo.

tados financieros están completamente planchados si se comparan con la inflación. Un Plazo Fijo te da un 30 por ciento menos que la inflación oficial. Es sorprendente lo mal que están”.

CONTENIDA. Otro ítem que en-

gorda el bloque de hielo contra el que puede golpear el negocio de seguros de autos es la judicialidad. Una compañía de primera línea observa en su cartera que en los primeros nueve meses del ejercicio 2020-2021 se dio un retroceso del 30% en el ingreso de juicios, respecto al mismo período del ejercicio anterior: “Esto está claramente relacionado con el cese de la actividad judicial que se produjo en pandemia”, dice el dueño de esa cartera. Otro se suma y señala que los abogados litigantes vienen recuperando el terreno perdido: “La Justicia les dio el aval y hoy tenemos reclamos de cualquier cosa por montos increíbles”.

Hoy evalúan que el nivel de ingreso de mediaciones y juicios ya está en un 80% respecto de lo habitual prepandemia. ¿Se está espe-



Nosotros disponemos de las
MEJORES COBERTURAS,
pero el valor agregado
SOS VOS.

**TRIUNFO
SEGUROS**

Sponsor Oficial de
Las Leonas y Los Leones

triunfoseguros.com

Nº de inscripción en SSN:
402

Atención al asegurado:
0800-666-8400

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

SSN SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN

rando que la siniestralidad vuelva, con el 20% restante, a establecerse en aquellos niveles? No, la verdad es que se sabe. Puede haber un muerto adentro de ese placard: "Se cree que hay una masa de casos en manos de abogados que no han arribado aún a las compañías de seguros como notificación, pero no se sabe cuál es el caudal". O puede haber un ángel de la guarda: "Con los cambios en los hábitos de movilidad de las personas, tal vez la siniestralidad encuentra un nuevo nivel para estabilizarse en la nueva normalidad".

EMPUJADA. En este escenario *no hay buenas perspectivas* para el mercado de seguros de autos. "La necesidad de crecer para cumplir objetivos comerciales se traduce en guerra de precios y de descuentos. Vamos a seguir compitiendo por ahí", reconoce el responsable del ramo Automotores de un asegurador importante.

En mayo de este año la produc-

ción del ramo experimentó un crecimiento del 13,8% en términos reales (a valores constantes ajustados por inflación) respecto de mayo de 2020, lo que no es *gran cosa*. "Compararse contra un año que se recordará cómo *el fin del mundo tal y como lo conocíamos* no es un buen parámetro. Abril y mayo de 2020 fue-

Hay 180 días de demora en la entrega de 0 Km, a menos que se pague con un sobreprecio que puede llegar hasta un 25 por ciento.

ron de *parate* total. Crecer respecto de eso no es crecer", resume un entrevistado. Además, vale señalar que el aumento de las sumas aseguradas, disparadas por la devaluación del último trimestre del año pasado, impacta en la recolección de primaje del segundo semestre del ejercicio que cerró en junio de 2021. En fin: que *la producción crece empujada casi exclusivamente por*

aumento de sumas (no por la generación de nuevos negocios, ni reales ajustes de tasas).

Un ítem más claro que mostrar la performance de este negocio es la cantidad de vehículos expuestos a riesgo. Ese índice casi no se está moviendo: al 31 de diciembre de 2020 se alcanzó las 13.292.902 unidades, lo que representa un incremento de apenas el 0,4% del parque automotor asegurado con respecto al año anterior.

El foco, entonces, una vez más, es retener cartera. "Hubo un crecimiento hasta marzo, pero abril, mayo y junio fueron meses muy flojos. La segunda ola de la pandemia afectó mucho la economía de la gente. Concentramos nuestros esfuerzos en no perder cartera."

Capear el temporal es una habilidad adquirida por muchas compañías, con o sin respaldo suficiente para hacerlo. Desde todos los ámbitos reconocen que el éxito de la retención e incluso de los casos de rápida recuperación se deben al rol activo de los productores asesores de seguros en la contención y asesoramiento de los asegurados.

Todo lo dicho hasta acá deja indicios de *por dónde podrían avanzar las compañías*, teniendo en cuenta cómo se modificó el ranking de las coberturas más vendidas. Es un hecho que la demanda de Todo Riesgo disminuye (por la baja en la venta de 0 Km y el aumento del precio de los usados), aunque muchos clientes tratan de mantener este producto optando por coberturas con franquicias elevadas. El resto se inclina por el Terceros Completo Premium. Así y todo, las coberturas de mayor grado de contratación vienen siendo la Responsabilidad Civil y otras de Casco no premium. "La situación socioeconómica lleva al asegurado a evaluar constantemente las coberturas contratadas. Muchos optan por la reducción o la



cancelación de pólizas”, lamenta un operador que, al mismo tiempo, se reconoce en el esfuerzo de mejorar los productos más demandados para acompañar a sus productores en la recuperación.

PARATE. Hasta las elecciones legislativas nacionales, todo apunta a quedarse quieto. Pero el *tic tac* empezará a sonar más fuerte después de las Primarias Abiertas, Simultáneas y Obligatorias (PASO), que se harán el 12 de septiembre. Nadie arriesga, ni en *off the record*, cómo vamos a llegar a las elecciones generales el 14 de noviembre.

“Hasta septiembre va a estar todo parado por las elecciones. Lo que vaya a pasar después no se puede saber. Siendo optimista, diría que la cantidad de vehículos expuestos a riesgo en este escenario

MÁS PRESIÓN

Sobre el mercado asegurador pesa una presión tributaria significativa y hay planes de seguir presionando. De aprobarse, el *Programa de Sustentabilidad Ambiental y Seguros* (el proyecto *PROSAS*, que ya tiene dictamen en la comisión de presupuesto de la cámara de Senadores) se integrará con el aporte obligatorio que deberán realizar los asegurados del seguro Automotor, en una proporción de la prima que irá entre 0,5% y hasta 1%. La *Asociación Argentina de Compañías de Seguros (AACS)* emitió un comunicado manifestando su preocupación por este tema.

Pero hay otro proyecto que incomoda más todavía: la diputada Liliana Yambrun apunta a definir por ley como no oponibles a los terceros transportados y no transportados las limitaciones de franquicia o de monto de cobertura en el seguro de Responsabilidad Civil. “Es, lisa y llanamente, un mamarracho desde el punto de vista de la técnica del seguro. Sin embargo, ahí está el proyecto. Una locura”, califica un conocedor del proyecto.

no puede crecer más de un 3% en el primer semestre del ejercicio en curso”, estima un operador *top*.

Si miramos para atrás veremos que octubre, noviembre y diciembre son, históricamente, meses en los que cíclicamente aumenta un poco la producción de

seguros de autos. “Nuestras expectativas son optimistas. Al menos, suponemos que no se atravesarán situaciones como las vividas en 2020”, dice un asegurador con los dedos cruzados. **E**

Eliana Carelli

95 AÑOS | JUNTO A TUS GANAS DE CRECER

0800-777-7070
www.cooperacionseguros.com.ar

COOPERACION SEGUROS

SSN SOCIETAT ENERGEN ES

MATÍAS ROSALES, NUEVO CEO DE MARSH ARGENTINA & URUGUAY

“Mi objetivo es posicionar a Marsh entre las empresas de mejor servicio”

Desde que asumió como CEO en marzo de este año, el nuevo timonel de *Marsh Argentina & Uruguay* está abocado a fortalecer su equipo de trabajo y transformar digitalmente a la organización, que hoy nuclea a más de 500 empleados y asiste a 3.000 clientes en ambos países. “La inversión que estamos llevando a cabo demuestra lo importante que es nuestra filial tanto para la región como para la red global de *Marsh*”, explica el ejecutivo.

A nivel global, *Marsh McLennan* (MMC) está transformando su propuesta corporativa como una sola firma, lo cual les permite a sus diferentes filiales ofrecer todo el potencial del bróker de seguros más grande del mundo en las áreas de riesgos, estrategia y personas a través de sus cuatro pilares de negocios: *Marsh*, *Guy Carpenter*, *Mercer* y *Oliver Wyman*.

En el caso puntual de la Argentina, donde la organización está presente hace más de 60 años, ese proceso coincide con la designación de Matías Rosales como nuevo CEO de *Marsh Argentina & Uruguay*,

que asumió en marzo pasado en reemplazo de Alejandro Guerrero.

“Tras haber llevado adelante otros proyectos y compañías en el pasado, hoy me toca liderar un equipo de primer nivel en el que confío plenamente para lograr el objetivo de posicionar a *Marsh* en el lugar donde tiene que estar dentro del mercado”, explica el ejecutivo. “Desde que asumí hemos fortalecido al equipo con algunos recursos que salimos a buscar en el mercado, pero fundamentalmente con líderes que seleccionamos dentro de la operación; hicimos una gran apuesta por los talentos que ya eran parte

“ En la Argentina existe un gran potencial de crecimiento en sectores como la **energía, la minería, los alimentos o las tecnologías en semillas.** ”

de la compañía. La inversión que estamos llevando a cabo demuestra lo importante que es *Marsh Argentina & Uruguay* para la región y la red global de MMC”, precisa Rosales, que antes de sumarse a la organización fue CEO de *Jardine Lloyd Thompson* (JLT) Argentina hasta 2019, cuando esa operación fue adquirida por *Marsh* a nivel global.



■ “*Marsh Latinoamérica* puso en marcha una inversión de 11,5 millones de dólares en tecnología, incluyendo en el proyecto a la Argentina y Uruguay.”

LA TRANSFORMACIÓN. Rosales explica que uno de los principales desafíos que se ha propuesto encarar durante su gestión es llevar a cabo una transformación cultural e implementar un nuevo esquema de trabajo con roles y estructuras descentralizadas. “Estamos atravesando una fuerte reingeniería estructural. Siendo una compañía con casi 500 empleados se trata de un proceso que llevará tiempo, pero afortunadamente avanza rápido y a paso firme. Por otro lado, también estamos implementando una transformación digital y una modernización de los procesos, lo cual requiere una fuerte inversión, para poder posicionar a *Marsh* entre las empre-



¡Estamos muy orgullosos y queremos compartirlo con vos!

Somos la **primera compañía de seguros en Argentina** en certificar su proceso de siniestros bajo normas ISO 9001:2015.

Esta certificación, alcanzada por Swiss Medical Seguros - División Patrimoniales, avala la calidad de nuestros procesos de atención, tramitación y pago de siniestros.

Nuestro compromiso con vos se renueva cada día.

Seguimos trabajando para brindarte el mejor servicio.



www.swissmedicalseguros.com



SMD COMPAÑÍA ARGENTINA DE SEGUROS S.A. CUIT 30-50003196-0. AV. CORRIENTES 1866 PLANTA BAJA (C1045AAA) BUENOS AIRES, ARGENTINA

Nº de inscripción en SSN
0002

Atención al asegurado
0800-666-8400

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



SSN

SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN



■ “Estamos transformando todos nuestros procesos que nos permitirá estar online y digitalizar todas las operaciones con las aseguradoras, y también con multicotizadores para ramos masivos.”

sas de mejor servicio dentro del rubro. En esa misma dirección, *Marsh Latinoamérica* puso en marcha una inversión de 11,5 millones de dólares en tecnología, incluyendo en el proyecto a la Argentina y Uruguay, lo cual sin dudas representa un gran beneficio para nosotros, los clientes y el mercado asegurador en general”, advierte el directivo.

¿Cómo están resolviendo el soporte tecnológico de su negocio?, le pregunta **Estrategas** al nuevo CEO de *Marsh Argentina & Uruguay*.

Algo que nos ha dejado la pandemia es la certeza de que gracias a la tecnología podemos mantener nuestro servicio y lograr estar 100 por ciento conectados. Lo hemos hecho durante más de un año en virtualidad, acompañando a más de 3.000 clientes en la Argentina y

Uruguay. Definitivamente la tecnología es una apuesta fuerte en *Marsh* a nivel mundial a partir de este año. Estamos transformando todos nuestros procesos para mejorar nuestro sistema operativo en una versión web que nos permitirá estar online y digitalizar todas las operaciones con las aseguradoras, y también con multicotizadores para ramos masivos que nos harán veloces y eficientes en las cotizaciones para nuestros clientes, productores asociados y agencias del interior del país.

¿Cómo proyecta 2021 en materia de producción y de rentabilidad del negocio?

Esperamos un 2021 muy positivo. La compañía está presente en la Argentina hace más de 60

años y ha atravesado todo tipo de contextos. Nuestra visión va más allá de una coyuntura económica. En un año con fuerte inflación y con pandemia hemos invertido mucho en los últimos dos meses para lograr transformar y modernizar a la compañía, además de incorporar a más de 35 personas. Por otro lado, el 2020 nos demostró los efectos que tiene ignorar la preparación an-

te los riesgos a largo plazo y también nos obligó a reflexionar sobre cómo nos preparamos y manejamos los riesgos, particularmente los emergentes y complejos, en un panorama de cambios que se dan cada vez con mayor velocidad.

¿Qué pasa con los precios y las sumas aseguradas en este contexto inflacionario?

Los precios de los seguros comerciales se han incrementado un 18 por ciento a nivel mundial en el primer trimestre de 2021, mientras que en Latinoamérica subieron un 5 por ciento en el mismo período. En la Argentina, además, los precios en seguros se ven afectados por ajustes de inflación en sumas aseguradas y por coberturas en dólares que impactan en el pago de las primas.

¿Qué negocios tienen mejores perspectivas de desarrollo?

En la Argentina existe un gran potencial de crecimiento en sectores como la energía, la minería, los alimentos o las tecnologías en semillas. Se estima que durante los próximos 10 años el 80 por ciento de la inversión en el sector energético estará concentrado en energías renovables. Y, particularmente nuestro país cuenta con mucho potencial de desarrollo en eólica y solar, sobre todo en la región noroeste. Por otro lado, tenemos que seguir mirando al sector minero, ya que existen oportunidades y proyectos interesantes en cuanto a la explotación de cobre y de litio. Otro tema a analizar es el momento del cierre de las minas, que implica un alto costo, por lo que allí encontramos oportunidades de generar y crear nuevas coberturas de seguros uniendo sector público y privado para definirlos.

¿Cómo vislumbra las perspectivas económicas de la Argentina?

Sin lugar a dudas la pandemia ha planteado un año difícil en términos económicos y de negocios,

“ Es el momento del cierre de las minas, que implica un alto costo, por lo que allí encontramos oportunidades de generar y crear nuevas coberturas de seguros uniendo sector público y privado para definirlos. ”



**CLAIMS
VIDEO IMAGEN**



TOMA DE IMAGENES ASISTIDAS CON INTELIGENCIA ARTIFICIAL

TECNOLOGÍA PARA AGILIZAR EL PROCESO DE GESTIÓN DE
SINIESTROS DE DAÑOS PARCIALES E INSPECCIONES PREVIAS



PARAMETRIZACIÓN DE
INFORMACIÓN POR LA
ASEGURADORA



ACCESO MEDIANTE
SMARTPHONE SIN
DESCARGA DE APP



CAPTURA EFECTIVA DE
IMÁGENES



claimservices.ar
info@sspv.com.ar
0810.220.4020

¡CONOCÉ MÁS!



**CLAIMS
SERVICES**



CLAIMSHOT TRACK



CLAIMSHOWAN



CLAIMS RECUPEROS

afectando a todos los sectores en mayor o menor medida. Sin embargo, también sabemos del gran potencial de la Argentina, especialmente en sectores como alimentos, energía, minería y tecnologías. Acompañamos la recuperación económica y social a través de nuestra experiencia como referentes en el mercado y en la región. Desde el lugar que ocupamos seguimos trabajando en nuestro rol para analizar el impacto de los nuevos riesgos en las industrias y darles a nuestros clientes las herramientas para que

no tengan que suspender sus actividades sino reinventarlas.

¿Qué objetivos espera concretar durante su gestión?

Son múltiples, pero entre los principales destacaría el estar mucho más cerca de los clientes, con una fuerte apuesta por la mejora en el servicio y la tecnología y a través de colegas y especialistas focalizados en atención adaptada a las especificaciones de sus riesgos. *Marsh JLT Specialty* es, por caso, una nueva división consecuencia de ese objetivo, así como la inversión en tecno-

logía que ya mencioné. También estamos focalizando en la reorganización de nuestros negocios de *Affinity* y *Corporate*. Nuestra red de PAS en la Argentina, con agencias o corresponsales en puntos clave del país, se acerca a cientos de productos asesores para los cuales estamos redefiniendo productos y plataformas a fin de refundar el canal. Hay mucho más, pero quiero cerrar con la consolidación del equipo de talentos que tengo la suerte de liderar, para lo cual seguiremos dándoles más beneficios y herramientas de trabajo, pensando siempre en el balance de sus vidas personales y laborales. Una novedad es que nos encontramos en proceso de mudanza a nuevas oficinas para adaptarnos a la nueva realidad que vivimos, facilitar la dinámica de trabajo en equipo y ser más sustentables e inclusivos. **E**

Diego Fiorentino

Trayectoria y experiencia

Matías Rosales es contador público egresado de la *Universidad de Buenos Aires* y acredita más de 23 años de experiencia en el sector asegurador local, destacándose su rol de CEO de *Jardine Lloyd Thompson (JLT)* en la Argentina desde 2014 hasta 2019, cuando esa operación fue adquirida por *Marsh* a nivel global.

Desde su llegada a *Marsh Argentina & Uruguay*, y previamente a su designación como CEO en marzo pasado, el ejecutivo lideró las áreas de *Risk Management* (riesgos corporativos) y *Specialty* (riesgos complejos especializados por industria).

POR LAS COMPAÑÍAS

AVIRA realiza vía zoom su Seminario Internacional

AVIRA, *Asociación Civil de Aseguradores de Vida y Retiro de la República Argentina*, realizará la 14° edición de su Seminario Internacional el 25 de agosto a partir de las 9:15 hs vía zoom. Bajo el lema *Seguros de personas, coberturas con impacto social positivo*, el evento contará con expositores nacionales e internacionales que ahondarán acerca de la importancia de la protección y el ahorro, así como también el rol de los seguros inclusivos en la construcción de una sociedad con mayor inclusión aseguradora.

Orbis Seguros presenta su asistente virtual NEO

Orbis Seguros presentó dos herramientas de atención para sus asegurados. Ahora cuenta con un *WhatsApp* exclusivo de atención +54911 4180 3682 y un chat bot disponible desde la

web. Ambas herramientas son atendidas por el asistente virtual *NEO*, que ayudará a realizar gestiones y consultas, tales como descargar una copia de póliza, certificados de cobertura, denunciar un siniestro o cotizar un seguro.

Asociart: 25 años comprometidos con la prevención y la salud laboral

Al igual que el sistema de Riesgos del Trabajo, *Asociart* cumple 25 años en el mercado. La ART nació con el objetivo de brindar tranquilidad y una cobertura integral en materia de accidentes del trabajo y enfermedades profesionales. La aseguradora integrante del *Grupo San Cristóbal* cuenta con más de 700 empleados; entre ellos más de 80 profesionales especializados en higiene y seguridad para el asesoramiento técnico personalizado. En lo que se refiere a infraestructura, se destaca por una red compuesta por 29 sucursales y 7 centros médicos propios ubicados en Buenos Aires, Córdoba,

Mendoza, Morón, Pilar, Quilmes y Rosario.

Hoy *Asociart* es referente en la industria, cuenta con más de 221.000 clientes y brinda cobertura a más de 963.000 trabajadores.

“Promovemos el desarrollo de las mujeres desde que ingresan a la compañía”

“Compromiso para alcanzar la plena igualdad”. Este fue el título elegido de la edición 2021 del Foro Ejecutivo de Mujeres en Seguros (FEMS), en el que participaron Laurence Maurice, CEO de *Zurich LatAm* y Fabio Rossi, CEO de *Zurich Argentina*. Ambos líderes compartieron conceptos sobre la determinación de la compañía por consolidar la igualdad de género y puntualizaron en las acciones que impulsan para lograrlo.

En el encuentro virtual, que convocó a más de 100 asistentes, y que fue moderado por Gabriela Barbeito y María Laura Leguizamón, directoras de FEMS, se destacó la composición

del Comité de Dirección de Zurich, que está conformado en un 54% por hombres y en un 46% por mujeres.

Fahyco Sprint, un programa enfocado en motivar a la red de productores

Fahyco, uno de los organizadores con más trayectoria del país impulsa *Fahyco Sprint*, un programa enfocado en motivar el trabajo de su red de productores brindando beneficios exclusivos a través de un enfoque ágil y dinámico. Cada productor *Fahyco* recibe una identificación según su nivel de compromiso con la organización. Quienes recién estén comenzando corresponden a productores Iniciados, seguidos por Colegas, Aliados llegando a productores Distintos.

De acuerdo a cada identificación, se asignaron once objetivos para ser cumplidos, y alcanzar un incentivo final. Además, se asignaron beneficios para cada identificación, como,

por ejemplo, relevamiento de presencia digital, landings, bonificaciones, etc.

Cada productor podrá ver su desempeño en el programa a través de la plataforma de seguimiento de cotizaciones desarrollada por el organizador llamada "Multiconsulta", accediendo con su usuario y contraseña y contará con un canal exclusivo de consultas.

Integrity Seguros anuncia sus resultados

Integrity Seguros informó sobre los estados contables correspondientes al período de 9 meses finalizado el 31 de marzo de 2021, los que reflejaron una ganancia de \$101 millones, en tanto que la misma fue de \$182 millones en igual período del ejercicio anterior. El patrimonio neto de la compañía alcanzó los \$1.753 millones y las inversiones \$2.289 millones, frente a los \$979 millones y \$1.556 millones, respectivamente, al 31 de marzo de 2020. Las primas emi-

tidas en el presente período alcanzaron los \$2.149 millones, en tanto que fueron de \$1.327 en igual período del ejercicio anterior. Adicionalmente, *Integrity* alcanzó al 31 de marzo de 2021, un superávit de capitales mínimos de \$1.588 millones y un superávit de margen de cobertura (Art. 35) de \$1.652 millones.

Europ Assistance forja una alianza con Providencia Seguros

A través de una alianza estratégica, *Europ Assistance* combina su expertise junto a *Providencia Seguros* con la intención de continuar ofreciendo servicios de asistencia a una red cada vez más amplia de clientes. Mediante un acuerdo firmado por ambas compañías, de ahora en más, la reconocida firma de seguros ofrecerá a sus clientes una atención de primera calidad tanto para las necesidades vinculadas a autos como para el hogar, provista por *Europ Assistance Argentina*. **E**



SAPP 24 horas

Servicio de Asistencia Legal - Penal Primaria 24 hs. En todo el País - En el momento que lo necesite

Su llamado será atendido por un plantel de PROFESIONALES EXPERTOS, con 19 años de experiencia en la atención de URGENCIAS LEGALES

Call Center SAPP
011 4325-7002

Celulares Guardia 24 hs.
011 15 5 061-0668
011 15 3 693-4819

sapp24@iezzivarone.com / www.sapp.com.ar

Unidades de Servicios de IEZZI & VARONE

Logos: SAPP, DEFENSA EN TRANSITO, PREVENCIÓN LEGAL, IEF, Prevención... Espionaje, CLIENTE Incógnito, EAG, and a skull logo.

NECESIDAD DE INNOVACIÓN

Hacia la búsqueda del nuevo marketing

El autor acude al *management japonés* -pionero con teorías que revolucionaron la administración moderna como *Just in Time*, *Kaizen* y *Calidad Total*- y presenta el *Ikigai*, concepto vinculado a la “razón de ser”, a generar un “modelo de vida”.

Escribe **Alejandro Lovagnini**
alelovagnini@mksmarketing.com.ar

En la edición pasada de **Estrategas** analizábamos la necesidad de innovación en el mundo del marketing, a raíz de esta interminable pandemia. A medida que repensamos nuestros negocios la pregunta sigue siendo, **¿qué necesitamos cambiar para entender lo que nos pasa primero y actuar en consecuencia para seguir adelante?** (cada cual tome esta afirmación como *Individual* -para productores/emprendedores vinculados al mundo del seguro- o *Corporativa* -para aseguradoras/brokers/proveedores de la industria-



de acuerdo a cómo se pare en el análisis).

Buscando respuestas, acudí una vez más al *management japonés* (por cierto tan pioneros con teorías que revolucionaron la administración moderna como *Just in Time*, *Kaizen* -teoría de mejora continua- o *Calidad Total*, por citar algunas) y encontré algo más en lo que innovaron, que estimo interesante para analizar en los tiempos que vivimos. Se llama “*Ikigai*”, concepto vinculado a la “razón de ser”, a generar un “modelo de vida”. En el *Ikigai* la idea es dar respuesta a cuestiones elementales: lo que uno

ama, para qué es bueno, qué necesita y con qué puede generar ingresos. Es decir, los japoneses se proponen (habría que ver si lo logran..., ahí dejo al lector que indague por su cuenta) **encontrar la unión entre la pasión, misión, vocación y profesión**. Y yo me preguntaba... **¿no es lo mismo que necesitan buscar las empresas?** Vamos a tratar de indagar más respecto lo que implica todo esto en el mundo del marketing (ni hablar si el lector quiere indagar el *Ikigai* para su vida personal, le aseguro que es muy interesante...) (ver gráfico aparte).

NUEVAS FORMAS. Lo tradicional cede su paso a nuevas formas. El concepto de marketing de nuestro querido gurú en la actividad, Philip Kotler, es: “El marketing es un proce-

Hoy el cliente debe percibirnos como **una marca que ofrece soluciones** frente a la cantidad multiplicada de problemas (oportunidades) del mundo actual.

so social y de gestión mediante el cual los individuos y grupos obtienen lo que necesitan y desean a través de la creación e intercambio de productos/servicios y valor con otros”. El marketing es entonces un término amplio. Incluye un grupo de actividades empresariales para crear y promover la demanda de los consumidores y dirigir el flujo de bienes/servicios y valor desde su productor original hasta el consumidor final. En los tiempos críticos que estamos viviendo, llevar a cabo esta definición implica para las empresas: **demostrar pasión y vocación** por lo que hacen, **buscar lo que precisan los clientes** (fundamental), **darles respuestas profesionales a sus necesidades** y a través de ello **ganar dinero**. Es decir, tienen que indagar su



■ En la foto otro pionero del management japonés. El ingeniero Taiichi Ohno que creó en Toyota el sistema que se conoció como *Just in Time*.



ESCUDO SEGUROS

Una buena decisión

NUESTROS PRODUCTOS

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



www.escudoseguros.com.ar

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



UNIVERSO
ESCUDO

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

Nº de inscripción en SSN
0746

Atención al asegurado
0800-666-8400

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



SSN

SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN

"Ikigai", su "Razón de Ser" a fin de continuar con su negocio, y no de cualquier manera, sino sabiendo que el cliente mide todo el tiempo, está probando, quiere saber el nivel de compromiso con ellos de las empresas, y he aquí el gran desafío....

CÓMO HACEMOS. ¿Cómo hacemos marketing entonces desde el *Ikigai*? Analicemos nuevamente las enseñanzas de nuestro gurú Kotler que habla de cinco niveles en la creación de productos/servicios (ver gráfico aparte):

- **Principal/central:** Satisface el beneficio o la necesidad básica.
- **Genérico:** Producto/ Servicio real con cualidades tangibles.
- **Esperado:** El producto genérico más otros atributos que los consumidores desean.
- **Mejorado/aumentado:** Ofrece algo más que el producto/servicio en sí, es decir establece diferencias entre los competidores (lo que llamamos Posicionamiento).
- **Potencial:** ofrece características adicionales, tangibles e intangibles, para deleitar a los consumidores.

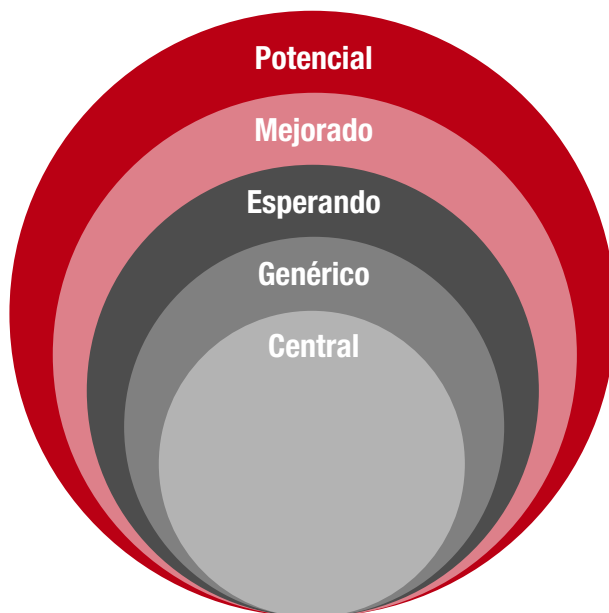
La mayoría de las empresas necesita transformarse en cada uno de esos niveles. ¿Y entonces cómo lo logramos? Cada empresa/empresario deberá descubrir sus mejores prácticas. Les dejo a continuación un puntapié inicial.

Del marketing

de 4 P al marketing "SOVI":

- De "Producto/Servicio" a

Niveles de producto según Kottler



"Soluciones": Para los clientes no vendemos más productos/servicios, **en la actualidad el cliente debe percibirnos como una marca que ofrece soluciones frente a la cantidad multiplicada de problemas (oportunidades) del mundo actual. Esto nos obliga**



a ser creativos, a entender todas las necesidades del cliente, satisfaciendo sus deseos y necesidades.

● De "Plaza" a "Omnicanalidad": Es una de las más obvias, "plaza" o canales tradicionales de comercialización ya no son lo mismo. **Hoy en día una marca debe casi por obligación contar con una visión de estar presente en todas partes, generando conversión, yendo la empresa hasta donde estén los clientes y a través de todas las plataformas posibles (físicas y digitales).**

- De "Precio a Valor": No podemos seguir hablando de precio, para el cliente es el valor de las cosas. No es comparable el reflejo monetario de un producto/servicio al ser intercambiado por el valor que este mismo aporta al cliente. **"Tener un seguro no tiene precio."** Recordemos: las empresas más exitosas no venden barato (APPLE, Microsoft, Disney, Coca Cola, por citar algunas al azar, ¿son baratas?).
- De "Promoción" a "Información": **Hoy el usuario cambió y necesita confiar en la "marca" o "persona" que hay detrás.** Se debe incluir también la información que la audiencia valore. Animarse a contar historias, secretos, **el Know How.** Hoy el conocimiento incluso es colaborativo, ¿o acaso los grandes restaurantes no muestran sus cocinas y los Chef comparten sus grandes recetas? **Mostrá "lo bien que hacés las cosas" (y hacelas) que te van a admirar. E**

LA NUEVA
Cooperativa de Seguros Limitada



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

DESDE 1933
Honestidad para asegurar
Solvencia para responder



PORTAL ASEGURADOS

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



MEDIOS DE PAGO

PagoMisCuentas



CobraExpress



VISA
Débito



Teléfono: 0800 333 4455


Web: www.lanuevaseguros.com.ar

Dirección: Bartolomé Mitre 4062 - CABA

Nº de inscripción en SSN
0163

Atención al asegurado
0800 666 8400

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

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

OTRO EFECTO DE LA PANDEMIA

Crece la demanda de asistencias con cobertura por COVID-19

Así lo confirman los responsables de las plataformas *Tusegurodeviaje.net* y *Assistotuviaje.com*, que hoy incluyen en sus servicios de asistencia una cobertura por Coronavirus a un costo de US\$ 6 diarios.

Apenas comenzó la pandemia, a fines de 2019, los creadores de la plataforma *Tusegurodeviaje.net* y responsables de la empresa de asistencia al viajero *Assistotuviaje.com* decidieron reunirse con sus reaseguradores internacionales para desarrollar en conjunto nuevos productos que incluyan la cobertura COVID-19. Transcurrido casi un año y medio desde entonces, hoy ambas estructuras ofrecen, a través de su canal de productores y brókers, una cobertura por Coronavirus a un reducido costo que es cada vez más requerida tanto por los viajeros internacionales como por quienes viajan dentro de la Argentina y quieren protegerse con una cobertura mayor que la ofrecida por las prepagas o las obras sociales.

“Comercializamos todas las coberturas de asistencia médica, con sumas elevadas y amplitud de cobertura, para personas con y sin preexistencias. Nuestra filosofía es brindarle al canal comercial todas las herramientas para que pueda satisfacer a sus clientes y cerrar ventas. Por eso incluimos una cobertura por COVID-19 que por seis dóla-



■ **Huss.** “Nos diferenciamos por ofrecer una importantísima gama de productos que logra combinar precio y cobertura.”

res diarios permite evitarse los altos costos que implica una asistencia médica en el exterior”, explican Natalia Laragione y Maximiliano Huss, cofundadores de *Tusegurodeviaje.net* y responsables de *Assistotuviaje.com*.

ASISTENCIA TOTAL. *Tusegurodeviaje.net* es una plataforma que permite elegir o bien segmentar un seguro de acuerdo a la preferencia

del cliente ya sea por marca, por precio o por tipo de cobertura médica y de asistencia. “Nuestra forma de trabajar se centra en dar la libertad de poder elegir de acuerdo a cada necesidad puntual. Ofrecemos las principales empresas de asistencia de la región, incluso algunas europeas, para que los usuarios tengan una oferta amplia que se adapte a sus requerimientos”, precisa Laragione.

Por su parte, *Assistotuviaje.com* es una empresa de asistencia al viajero que compite con los principales jugadores del rubro a escala regional, reasegura el 100% del riesgo con reaseguradores internacionales altamente calificados y brinda una atención de asistencia las 24 horas los 365 días del año. “Nos diferenciamos por ofrecer una importantísima gama de productos que logra combinar precio y cobertura”, resume Huss.

Los ejecutivos precisan que los principales diferenciales y ventajas competitivas de las plataformas que manejan se basan en su amplia oferta de productos, precios y coberturas; en la atención personalizada y en el asesoramiento profesional.

“Operamos con varios canales comerciales, pero el que más ha crecido en el último tiempo es aquél conformado por productores, brókers y grandes organizaciones, a quienes les ofrecemos un régimen comisionario muy interesante y acceso tanto al sistema de emisión como al cotizador multimarcas para que puedan ofrecerles a los clientes de su cartera una oferta integral”, explican. “Analizamos productos en forma permanente, ya que es parte de nuestra obliga-

“ El canal comercial que más ha crecido es el conformado por productores, brókers y grandes organizaciones, a quienes les ofrecemos un régimen comisionario muy interesante. ”

ción y responsabilidad atender las nuevas demandas que surgen en el mercado y acompañar su transformación. Un claro ejemplo de ello es que ni bien comenzamos a convivir con la pandemia creamos junto con nuestros reaseguradores productos específicos con la cobertura COVID-19 y también soluciones para quienes viajan al exterior por estudios o pasantías laborales”, señalan.

JUNTO AL VIAJERO. *Tusegurodeviaje.net* nació en 2015 bajo la iniciativa de Laragione y de Huss para volcar al mercado toda la experiencia que ambos supieron cosechar en materia de asistencias y de seguros luego de haber trabajado en empresas de la talla de *Universal Assistance*, *QBE Travel Insurance*, *Assist-Card*, *AXA* y *Caruso Seguros*, entre otras. Fue así como decidieron



■ **Laragione.** “Ofrecemos las principales empresas de asistencia de la región, algunas europeas, para que los usuarios tengan una oferta amplia.”

asociarse para crear un buscador/comparador que permitiera elegir un seguro por marca, por precio o

por tipo de cobertura médica y de asistencia. “Cuando comenzamos a vender y a facturar con nuestra página comparadora surgió, a través de contactos de la industria, la posibilidad de adquirir *Assistotuviaje.com*, que recién comenzaba a operar con algunos representantes en Centroamérica y tenía muy poca facturación. Ahí tomamos posesión de la empresa y decidimos revisar los productos, armar su página web y buscar nuevos representantes en todo Latinoamérica. Hoy, ambas estructuras están creciendo a paso firme apalancadas en las mayores necesidades de cobertura de la gente que decide viajar por el país o el exterior y pasar varios meses lejos de su casa”, concluyen los directivos. **E**

Diego Fiorentino



**Si te chocaron,
lo resolvemos por vos.**

Resolvé tus reclamos de siniestros a terceros de forma ágil, simple y 100% digital.

Conocé más en: www.autoreclamo.com.ar



NUEVO CÓDIGO PROCESAL PARA LA JUSTICIA EN LAS RELACIONES DE CONSUMO EN CABA

El código será aplicable a reclamos en materia de seguros

Recientemente la Ciudad Autónoma de Buenos Aires sancionó el Código Procesal para la Justicia en las Relaciones de Consumo en el ámbito de la Ciudad mediante la Ley 6.407. Este nuevo régimen de procedimiento afectará a todas las causas en instancia judicial que se inicien en el contexto de una relación de consumo. Los autores analizan su aplicación a Seguros y primeras aplicaciones generales.

Escriben **Martín G. Argañaraz Luque**
y **Juliana María Molinelli**
mgal@allendebrea.com.ar
jmolinelli@uchicago.edu

Recientemente la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (en adelante "CABA") sancionó el Código Procesal para la Justicia en las Relaciones de Consumo en el ámbito de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (en adelante "CPJRC"), mediante la Ley 6.407. Esta ley entró en vigor el 19 de abril de este año, 30 días después de su publicación en el Boletín Oficial porteño.

Este nuevo régimen de procedimiento afectará a todas las causas en instancia judicial que se inicien en el contexto de una relación de consumo en el ámbito de la CABA. De acuerdo con el artículo 6 inciso b. del CPJRC, no solamente son legitimados activos los consumidores, sino también los proveedores de servicios conforme al artículo 2 de la Ley de Defensa del Consumidor (Ley 24.240).

Antes de meternos en el debate sobre la aplicación del CPJRC a los seguros tenemos que mencionar que existe también falta de certeza sobre qué sucederá a futuro con la competencia territorial -Justicia Nacional con asiento en CABA o Justicia Local de CABA-en materia



de consumo. Así también como interrogantes sobre cómo se aplicará el CPJRC a causas ya iniciadas. En este sentido es importante analizar el contexto normativo en el que fue sancionado.

Antecedentes normativos y aplicación del CPJRC. El Estado Nacional, mediante la ley 26.993 del año 2014 creó el Fuero Nacional en las Relaciones de Consumo. Es me-

nester destacar que parte de esta ley no es de aplicación dado que aún no se llevó a cabo la creación material del Fuero Nacional en las Relaciones de Consumo.

Ahora bien, el artículo 77 de la mencionada ley, en su segundo párrafo, invita a las jurisdicciones locales a crear un fuero del consumidor y/o a determinar qué tribunal será competente a efectos de adecuarse esta ley. Es en virtud de ello, y de lo acordado con el Poder Ejecutivo Nacional en 2017 (acuerdo de traspaso aprobado únicamente por el Poder Legislativo de CABA, quedando pendiente la aprobación del Poder legislativo de la Nación para su validez), que la CABA sancionó el CPJRC.

Es también relevante destacar que la Ley 6.407 resolvió un interrogante que había surgido con la Ley 6.286 del 5 de diciembre de 2019. Ésta última establece que los Juzgados en lo Contencioso Administrativo y Tributario impartirán justicia también en materia de relaciones de consumo, pero nada decía sobre el procedimiento que debía aplicarse.

En este sentido la Ley 6.407 establece en sus cláusulas transitorias que hasta tanto quede constituido el Fuero en las Relaciones de Consumo de la Ley 26.993 el CPJRC se aplicará con los alcances previstos





**Más de 30 años
brindando
seguridad y
respaldo
a productores
y asegurados**

newleaders
CONSULTORES EN SEGUROS

En Newleaders no sólo protegemos a nuestros asegurados.

También ofrecemos a los productores el mejor espacio para desafiarse y desarrollarse. Trabajamos con aseguradoras de primera línea, que nos permiten ofrecerte la mejor propuesta para alcanzar tus objetivos.

Nuestro compromiso es siempre tu crecimiento.



en la Ley 6.286, las que con posterioridad se dicten y lo que determine el Consejo de la Magistratura en la materia. Además, la Ley 6.407 establece como cláusula transitoria que *“La Justicia en las Relaciones de Consumo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires tendrá competencia para entender en las causas que se inicien a partir de su puesta en funcionamiento, no pudiendo ser aceptadas causas en trámite o iniciadas antes de su puesta en funcionamiento efectivo, que continuarán en sus respectivos fueros y jurisdicciones”*.

Por lo tanto, podemos decir que las cuestiones vinculadas con relaciones de consumo en instancia judicial ya iniciadas deben ser regidas por el CPJRC, pero seguirán tramitando en el fuero en el que actualmente se encuentran, es decir el Fuero en lo Contencioso Administrativo y Tributario y de Relaciones de Consumo. Además, respecto de actuaciones ya iniciadas, el nuevo código de rito debería ser aplicable únicamente a los nuevos actos jurídicos, y con las limitaciones naturales para estos casos.

Aplicación del CPJRC a los seguros. Corresponde analizar, ahora, cuál será el impacto que tendrá el nuevo CPJRC porteño en los reclamos judiciales iniciados en virtud de un contrato de seguros.

Ahora bien, el Código Civil y Comercial de la Nación (en adelante “CCN”) regula los contratos de con-

sumo complementado por la Ley 24.240. Conforme a la redacción del CCN, los seguros son considerados contratos de consumo siempre y cuando el asegurado sea un consumidor. En otras palabras, el seguro se considera contrato de consumo cuando quien lo contrata tenga por objeto la adquisición, uso o goce de los bienes o servicios por parte de los consumidores o usuarios, para su uso privado, familiar o social. Sumado a esto, la gran parte de la jurisprudencia viene aplicando lo establecido en las normas protectorias del consumidor a reclamos en materia de seguros desde hace ya varios años ininterrumpidamente.

Considerando tanto la jurisprudencia mayoritaria como la Ley 24.240 y el CCN, podemos concluir que el CPJRC será aplicable a reclamos en materia de seguros.

FALLOS. Dado el poco tiempo que lleva el CPJRC en vigencia, a la fecha no existen causas judiciales que ha-

Existe falta de certeza sobre qué sucederá a futuro con la competencia territorial -Justicia Nacional con asiento en CABA o Justicia Local de CABA- en materia de consumo. Así también como interrogantes sobre cómo se aplicará el CPJRC a causas ya iniciadas.

yan sido enteramente regidas por el mismo, ni fallos de segunda o ulterior instancia dictados conforme a lo establecido por este código. Tampoco se han dictado fallos relacionados con contratos de seguros que lo mencionen. Recordemos que las causas vinculadas con contratos de seguros en CABA hoy tramitan en la Justicia Nacional, y no en la justicia local.

Sin embargo, encontramos dos decisiones judiciales de primera instancia de la justicia local de CABA que nos parece importante destacar. En ambos casos se dictaron medidas cautelares citando lo dispuesto en los artículos 66, 124, 127 y 131 del CPJRC. Ambos fallos resolvieron otorgar medidas cautelares solicitadas por consumidores.

El primer fallo, dictado por el Juzgado en lo Contencioso Administrativo y Tributario Nro. 5 de la CABA el 5 de mayo de 2021 (1), ordenó que se disminuya la cuota del plan médico del consumidor que había sido aumentado sin su consentimiento y en contra de lo dispuesto por la *Superintendencia de Salud de la Nación*. Esta decisión fue fundada en el artículo 131 del CPJRC (2). Asimismo, en este caso se contempló la gratuidad del proceso para el consumidor en virtud del artículo 66 del CPJRC (3) que le ha asignado los mismos efectos que al beneficio de litigar sin gastos.

El segundo fallo, dictado por el Juzgado en lo Contencioso Administrativo y Tributario Nro. 12 de la CABA el 7 de junio de 2021 (4), ordenó que las cuotas del crédito solicitado por la actora al banco demandado no excedan el 25% del neto de los haberes mensuales que percibe y hasta tanto se dicte sentencia en autos. Esta decisión también fue fundada en el artículo 131 del CPJRC, pero además mencionó el artículo 127, último párrafo del CPJRC (5) sobre la caución juratoria como contracautela suficiente.

Como podemos apreciar, aún no existen suficientes antecedentes como para analizar cuáles serán los alcances del nuevo CPJRC, y mucho menos su aplicación a cuestiones vinculadas con contratos de seguros. No obstante, resulta patente que los jueces de la CABA ya están comenzando a utilizarlo. **E**

NOTAS

(1) "García, Graciela Haydee c. Medicus S.A. Asist. médica s/ Relación de consumo" Juzgado en lo Contencioso Administrativo y Tributario Nro. 5 de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires - 05/05/2021 - Cita: TR LA LEY AR/JUR/18932/2021.

(2) Art. 131 CPJRC: "El juez, para evitar perjuicios o gravámenes innecesarios al titular de los bienes, podrá disponer una medida precautoria distinta de la solicitada, o limitarla, teniendo en cuenta la importancia del derecho que se intentare proteger."

"No existen causas judiciales que hayan sido enteramente regidas por el código. Si encontramos dos decisiones judiciales de primera instancia de la justicia de CABA. Ambos fallos resolvieron otorgar medidas cautelares solicitadas por consumidores (...) resulta patente que los jueces de la CABA ya están comenzando a utilizarlo."

(3) Art. 66 CPJRC: "Las actuaciones judiciales promovidas por consumidores o usuarios individuales o colectivas, se regirán por el principio de gratuidad establecido en los artículos 53 último párrafo y 55 último párrafo de la Ley N° 24.240 y sus modificatorias, lo que importa que se encuentran exentas del pago de tasa de justicia, timbrados, sellados, contribucio-

nes, costas y de todo gasto que pueda irrogar el juicio."

(4) "P. S., C. C. c. Banco de la Ciudad de Buenos Aires s/ Relación de consumo" Juzgado en lo Contencioso Administrativo y Tributario Nro. 12 de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires - 07/06/2021 - Cita: TR LA LEY AR/JUR/71750/2021.

(5) Art. 127 CPJRC: "(...) Si la medida cautelar fuera solicitada por el consumidor, como regla general se considerará contracautela suficiente la caución juratoria prestada en el pedido de la medida o por resolución del tribunal. Este beneficio cesa en caso de que se hiciera lugar al incidente de solvencia."

El autor es abogado, socio del estudio Allende & Brea, especialista en seguros, reaseguros y arbitraje. Juliana María Molinelli, coautora del artículo, es abogada y actualmente se encuentra estudiando un máster en Derecho en la Universidad de Chicago (Clase 2022). www.allendebrea.com

POOL económico

UN PROGRAMA
SOBRE SEGUROS,
BANCOS Y ECONOMÍA.



CONDUCEN: GABRIELA BARBEITO Y RAÚL VEIGA

15 AÑOS EN EL AIRE

WWW.POOL-ECONOMICO.COM.AR



MARTES 23.00

METRO

NOS VEMOS

CANAL 8 CABLEVISIÓN

COMPLEMENTO DE COBERTURA TRADICIONAL PARA EL AGRO

Seguros paramétricos avanzan a paso firme en la Argentina

El cambio climático y los avances en la tecnología fueron catalizadores positivos para la aparición de nuevos proyectos basados en índices para la agroindustria. Las apuestas están sobre la mesa pero las empresas se muestran cautelosas ante un terreno desafiante.

Hay riesgos agrícolas que no forman parte de las coberturas tradicionales y las aseguradoras están trabajando en resolver esa necesidad con propuestas índice o paramétricas. La inversión de los productores agropecuarios ha crecido y el cambio climático amenaza cada vez más con echarlo todo a perder. De este lado del mostrador, el reto no es sencillo pero un puñado de empresas se muestran dispuestas a afrontarlo. El uso de la tecnología es imprescindible en toda la cadena y, claro, un desafío, pero no el único.

“Para el productor agropecuario existe el riesgo de sequía, inundación, granizo, heladas y vientos. Los últimos tres están cubiertos dentro de las coberturas tradicionales, pero se escapan sequía e inundación”, explica a **Estrategas** Juana Capdepont, gerente de Agro de *DDN Central de Seguros*. Agrega que “multirriesgo está disponible para una determinada escala y distribución de riesgos, no hay un punto de encuentro entre la percepción del riesgo por parte del productor agropecuario (costo/beneficio) y el riesgo real de la compañía”. ¡Eureka!, se escucha: hay un negocio por explorar.

Ahí aparecen entonces los seguros paramétricos, cuyo núcleo es el



■ **Martino.** “La aceptación de esta cobertura fue muy buena. Llegamos a cubrir en la última campaña un capital de más de 48 millones de dólares, que representa un 30 por ciento de la cartera total de riesgos agrícolas.”

índice. Está la visión desde el aire, a través de satélites o radares, y de la tierra, con información propia de cada productor. Existen algunos que son representativos y bien conocidos por el sector a atender, como el índice verde (MDVI), que es un indicador simple de la biomasa fotosintéticamente activa, o el Índice Satelital de Déficit Hídrico (TVDI), que combina el anterior con la temperatura de la superficie del suelo y ofrece como resultado, *grosso modo*, la cantidad de agua disponible en el suelo.

El funcionamiento no parece un conflicto para las empresas de se-

guros. Se define un índice, el asegurado contrata el seguro por una zona o sitio determinado y si el valor registrado supera o está por debajo del umbral especificado, hay que pagar. Este tipo de propuestas, coinciden las compañías, son complementarias de los seguros que ya se ofrecen para este sector. Para definir los umbrales se utilizan series estadísticas y, aunque hay parámetros determinados, el seguimiento se realiza casi caso por caso.


Hay al menos tres aspectos a considerar a la hora de avanzar sobre un seguro paramétrico, apunta Capdepont: conocer cuán representativa es la correlación entre el índice y el rendimiento real del cultivo, el asesoramiento y acompañamiento en todas las etapas del proceso y la transparencia en la medición y publicación del índice: un índice independiente, de un tercero distinto a la empresa que ofrece el producto es un punto a favor para quien decida involucrarse en el negocio.

Otro aspecto que deben considerar las empresas a la hora de formular sus propuestas es que “a diferencia del multirriesgo, el seguro índice no tiene en cuenta la escala, distribución, características y manejo de los campos, ya que su análisis es desde el aire, lo que permite el acceso a más productores. Tam-

VEMOS MÁS ALLÁ

NOS ADAPTAMOS,
EVOLUCIONAMOS, CRECEMOS

CORE DE NEGOCIO 

ERP INTEGRADO 

ANALYTICS 

PORTAL WEB 

**A través de nuestra capacidad
tecnológica y optimizando todos
los resultados para cada necesidad**

bién suma la posibilidad de asegurar por zonas o campos en forma independiente”, advierte la ejecutiva de *DDN Central Seguros*. En cuanto al target ideal, añade que no depende tanto del tamaño del productor sino más del entendimiento del funcionamiento.

La situación de la Argentina es distinta a la de otras latitudes. “El seguro que tiene la mayor cobertura es el multirriesgo, pero son primas altas porque el riesgo es alto. Tanto en los Estados Unidos como en Europa el gobierno participa con ayuda en distintos programas de seguro. En la Argentina esto no sucede y no sucederá en el corto plazo. Las soluciones paramétricas que están apareciendo son, por lo general, por una necesidad y una evolución tecnológica que acompaña ese movimiento, pero todavía es incipiente”, profundiza.

Aunque con sus particularidades, las respuestas de *Sancor*, *La Segunda* y *Mercantil andina* dan cuenta de algunos puntos comunes: las aseguradoras están trabajando en el tema porque entienden que hay una necesidad latente y están convencidas de que los paramétricos tienen su oportunidad como complemento de los seguros tradicionales. Se muestran optimistas pero conscientes de que el mercado a atender es acotado y que hay mucho por aprender.

Aunque no descartan su utilización para otros segmentos, parece claro que el agro es el segmento en el que los índices tienen su oportunidad y que la soja y el maíz son los dos nichos específicos. ¿Por qué? “Son cultivos que se siembran en mucha superficie, en todas las zonas agrícolas, solapan sus ciclos productivos y están muy estudiados”, explica Capdepon.

IMÁGENES. Compañía de Seguros *El Norte* comenzó a trabajar con se-



■ **Mina.** “Definimos un plan y lo superamos: aseguramos 105.000 hectáreas con clientes de distintos perfiles, entre ellos agregadores.”

guros índice hace tres campañas. Actualmente comercializa el producto para sequía: en esta campaña da cobertura en soja de primera y maíz tardío. La opción sequía cuenta con aprobación de la Superintendencia y está respaldada por *Münich Re* y certificada por *SGS* y *Bureau Veritas*. Para ofrecerla, utiliza índices publicados por *Rofex* y *S4 Agtech*.

“La aceptación de esta cobertura fue muy buena. Llegamos a cubrir en la última campaña un capital de más de 48 millones de dólares, que representa un 30 por ciento de la cartera total de riesgos agrícolas”, explica Federico Martino, Riesgos Agropecuarios - Líder de proyecto Seguro Paramétrico de *El Norte*, quien considera que “el crecimen-



■ **Fazioli.** “En la campaña 2019/2020, aseguramos más de 5,1 millones de hectáreas, pero estimamos que inicialmente la comercialización del seguro paramétrico IAD podría alcanzar el uno por ciento de esa superficie.”

to sostenido de nuestra compañía en prima, capital y área se va a replicar en muchos de los colegas que hoy están entrando en este tipo de coberturas”.

La firma está asociada con la insurtech *Solapa 4 (S4)*, que genera información mediante imágenes satelitales desde principios del milenio basadas en el índice verde de cada cultivo. Estos valores se relacionan con datos oficiales de rendimiento y generan el algoritmo que brinda el *S4 Index*. “Esto permite que todos los procesos estén automatizados, desde la contratación hasta el monitoreo en tiempo real y su indemnización en caso de siniestro”, explica.

El ejecutivo explica que este producto “se complementa muy bien con la cobertura de granizo tradicional” al tiempo que considera relevante que los agricultores dispongan de subsidios para los seguros para el agro, ya que “los ingresos provinciales y del país en general están íntimamente relacionados con las cosechas que pueda generar cada productor individual”.

Sobre lo que viene, *El Norte* ya presentó ante las autoridades “el producto de inundación, avanzado en su etapa de aprobación, como así también la ampliación de los cultivos disponibles, como sequía para trigo, estimando su lanzamiento en la campaña 2022-2023”. En paralelo, agrega Martino, seguirá trabajando en “profesionalizar el agro con servicios de vanguardia para los agricultores”.

EXCESO. *Sancor Seguros* trabaja en seguros paramétricos desde principios del milenio. En 2001 lanzó una propuesta de este tipo para heladas en el Valle de Río Negro y luego una cobertura para cerezas en Chubut, en la que combinaba una cobertura de granizo con una paramétrica de heladas y lluvias,

Normalidad habitual

con el sistema que asegura la continuidad del negocio
aún en circunstancias adversas.

Sin sobresaltos.



Core system con portabilidad total
full web para los usuarios
cloud ready para los administradores.



GAUS mp

La evolución de la compañía

cuenta Gustavo Mina, gerente de Seguros Agropecuarios de *Sancor Seguros*. Luego, la firma avanzó sobre una cobertura aún vigente para tambos, que mide el exceso de déficit hídrico con índices del Servicio Meteorológico Nacional.

Hace tres años la empresa inició un proceso de perfeccionamiento en el tema, que abarcó desde instrucción hasta pilotos. Esos pasos derivaron en la aprobación de un seguro índice para sequía de soja, que lanzó en septiembre pasado, y uno para maíz, que comercializará pronto. "Definimos un plan y lo superamos: aseguramos 105 mil hectáreas con clientes de distintos perfiles, entre ellos agregadores", indica el ejecutivo sobre la primera campaña del producto.

El riesgo base fue un aspecto que limitó las expectativas en proyectos anteriores, por eso la empresa trabajó en reducirlo en sus nuevas propuestas. El resultado es un índice "muy preciso, de unos 10 kilómetros alrededor del campo", detalla. El parámetro ahora usado por la firma es el TDVI, que es publicado por la *Comisión Nacional de Actividades Espaciales (CONAE)*.

Capacitación y acompañamiento son dos aspectos que *Sancor* considera claves en paramétricos. En tanto, coincide en que la propuesta acompaña a las tradicionales: "Apuntamos a que sea un complemento. Tuvimos más de 40 clientes este año y sólo dos de ellos no contrataron granizo", expone Mina. Añade que esa combinación



■ **De Piero.** "Necesitamos diversificar la oferta para tener expectativas de crecimiento. Estas herramientas son un paso a ese crecimiento."

generó que los resultados sean "satisfactorios".

"Está en nuestro ADN innovar y hay nichos de mercado para explotar con riesgos no alcanzados. El avance tecnológico nos permitió avanzar en esto. La expectativa en volumen es realista, hay buenas experiencias, pero chicas. Apuntamos a cubrir una parte de esa demanda que existe", proyectó. Mientras tanto, la firma trabaja para incluir otros cultivos y para agregar la cobertura de exceso hídrico en verticales.

ÓPTIMA. La *Segunda Seguros* recibió autorización en mayo de un producto paramétrico que desarrolló desde fines de 2019. El seguro Índice de Agua Disponible (IAD) se generó "como alternativa a la tradicional oferta de granizo con adicionales y multirriesgo agrícola", cuenta

Fernando Fazioli, jefe de Desarrollo de Productos y Soluciones Gis. La propuesta abarcará zonas de Santa Fe, Córdoba, Entre Ríos y Buenos Aires, aunque en una primera fase se concentrará en sitios en la que el índice presente "óptima correlación".

La propuesta trabajará con un modelo de balance hídrico, que combinará datos de agua que entra (precipitaciones y otros) y la que sale (evapotranspiración y otros). Se medirá el agua disponible para las plantas en un momento dado y la indemnización se pagará cuando el índice "dispare" según los niveles establecidos en la póliza, sin necesidad de disponer de denuncia. El índice usado es publicado por el *Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca*.

Sobre las expectativas, Fazioli indica que "si no surgen imprevistos, desde la próxima campaña agrícola pensamos cubrir deficiencias hídricas en las etapas críticas de los cultivos de maíz, soja de primera y de segunda. En la campaña 2019/2020, aseguramos más de 5,1 millones de hectáreas, pero estimamos que inicialmente la comercialización del seguro paramétrico IAD podría alcanzar el uno por ciento de esa superficie". A partir de esta experiencia, la compañía evaluará alcanzar otras verticales.

Por su parte, *Mercantil andina Seguros* presentó ante la Superintendencia un seguro paramétrico INDEVI de sequía, que usará el índice de vegetación mejorado (EVI). "La propuesta está bajo análisis de la Gerencia Técnica", cuenta Guillermo De Piero, jefe Nacional de Riesgos Agrícolas de la compañía. El producto está diseñado para amparar por sequía a cultivos de soja y maíz en Buenos Aires y en una primera etapa será ofrecido para complementar los seguros de granizo de la empresa.

En los últimos 15 años la superficie asegurada por granizo en el

Cambio climático

"Estamos viviendo las consecuencias del cambio climático a través de lo que se conoce como tiempos o pulsos extremos. Olas de calor/frío o lluvias de distribución dispar, por ejemplo, se han presentado con mayor frecuencia e intensidad, más aún en los últimos cinco años. Esto redundará en mayor inestabilidad y genera una necesidad de transferir los riesgos climáticos; la tendencia es, lógicamente, intentar mitigarlos. La inversión por hectárea es cada vez más alta, por tecnología y otros factores, y un año con una sequía importante puede dejar a un productor fuera del sistema", resume Juana Capdepon, gerente de Agro de *DDN Central de Seguros*.



**Quién en 2 clicks
compró su seguro**



**en 2 clicks quiere
resolver su
 siniestro**



www.leverbox.com

mercado se mantuvo en torno al 55% de la superficie implantada. En este contexto, agrega De Piero, “necesitamos diversificar la oferta para

tener expectativas de crecimiento. Estas herramientas son un paso a ese crecimiento”. La compañía prefiere no dar pronósticos, pero espe-

ra que el producto esté disponible para el equipo de venta “para la próxima campaña de gruesa, a partir de septiembre venidero”. **E**

ENTREVISTA A FERNANDO CÁMARA, GERENTE DE SINIESTROS DE AUTOMÓVILES DE ALLIANZ ARGENTINA

“El 92% de los reclamos de terceros se hace a través de la plataforma”

Allianz Argentina presentó su portal para reclamos de terceros en el segmento de autos en diciembre y un mes después canalizó por esa vía el 43% de los casos. Ahora quiere alcanzar el 8% que le falta con la reducción del tiempo de resolución como principal argumento.

La pandemia empujó a las empresas a robustecer sus canales online para seguir cerca de los clientes. En este contexto, *Allianz* aceleró el reloj y, más rápido de lo previsto inicialmente, puso en marcha una plataforma online por la que atiende reclamos de quienes hayan tenido un siniestro con un asegurado de la compañía. Fernando Cámara, gerente de siniestros de automóviles de la compañía, da detalles a **Estrategas** de cómo funciona la plataforma y analiza los primeros resultados.

¿Cómo y cuándo inició el proyecto?

Casi en paralelo con el comienzo de la pandemia, en abril de 2020. Nos encontramos con el desafío de pasar de ser una compañía súper tradicional, con reclamos vía papel, presencial o mail, a trabajar desde casa con todo el equipo y en otro contexto de cara al cliente. Pensamos en tener un portal para que un tercero pueda hacer la presentación en forma directa a la compañía, algo que sería útil al mismo tiempo para mejorar los tiempos de resolución, el contacto directo y poder tener una ida y vuelta con el damnificado.



■ **Cámara.** “Apuntamos a que el tercero sea un potencial asegurado de *Allianz*.”

Elaboramos la propuesta en el marco de nuestro sistema *core* para poder integrarlo. Es un desarrollo hecho por fuera de la compañía pero que se integró con los sistemas porque, a la vez, manda indicadores, muestra los tiempos de gestión, saca reportes de costos medios, etc. El proceso llevó siete meses, en noviembre estaba listo y el 21 de diciembre pasado estuvo operativo. Hasta ese momento, todos los reclamos se resolvían de forma tradicional.

¿Qué resultados obtuvieron hasta el momento?

Se hizo una campaña interna con los productores, se les mandó una comunicación y se generaron charlas para exponer los beneficios. En enero tuvimos un 43 por ciento de casos ya en casilla, en febrero el 80 por ciento y en marzo el 90 por ciento. En mayo alcanzamos el 92 por ciento. Lo que nos falta son algunos estudios a los que todavía les hacemos la atención por mail pero estamos generando acciones para que también ellos empiecen a utilizar la plataforma.

¿La pandemia aceleró la implementación del proyecto? ¿Qué beneficios destacan?

Es una propuesta que teníamos en el radar hace tiempo. La idea era ponerlo en marcha pero de forma menos acelerada. La pandemia hizo que prioricemos este proyecto en 2020 por la virtualidad. No podíamos recibir los reclamos de forma física y estábamos en una situación de servicio riesgosa.

Tras el lanzamiento nos propusimos, además de la migración de los reclamos a este canal, mejorar los tiempos de respuesta. Antes el



LPS

LA PERSEVERANCIA SEGUROS

Desde 1905 tu compañía de confianza

**Estamos presentes en todo
el país brindando servicios de
excelencia para los Productores
Asesores de Seguros.**

SUMATE AL VALOR DE LA PERSEVERANCIA

comunicate con nuestro departamento
comercial al **(+54 9) 11 3564 1013**

WWW.LPS.COM.AR

promedio de resolución era de 43 días y eso bajó un 35 por ciento hasta 28 días desde que ingresa el reclamo hasta que se ejecuta el pago.

¿Cómo funciona la plataforma? ¿El proceso es 100% online?

El portal funciona 24x7 y se puede acceder desde múltiples dispositivos. Ante un reclamo se conecta con nuestro sistema y se identifica quién lo está ejecutando, si el damnificado de forma directa, el productor del tercero o un abogado como representante. Se admite el siniestro y se pide información. El interesado debe completar lo vinculado al daño sufrido, los datos del asegurado de Allianz y sus datos personales. También puede subir fotos y hacer la presentación de lesiones dentro del portal. Eso se deriva a un estudio que realiza la gestión.

“Tras el lanzamiento nos propusimos, además de la migración de los reclamos a este canal, mejorar los tiempos de respuesta. Antes el promedio de resolución era de 43 días y eso bajó un 35 por ciento hasta 28 días desde que ingresa el reclamo hasta que se ejecuta el pago”

De cara al tercero, el proceso empieza y termina de forma online pero la gestión de administración del caso se hace con un estudio que lo contacta y sigue siendo a través de ellos lo que es la negociación del caso para el cierre. El pago sí, se hace vía transferencia desde la plata-

forma. Hay una parte offline en el paso intermedio. La segunda parte del proyecto es ampliar el uso para que toda la gestión sea por medio de la plataforma.

¿Qué tipo de reclamos son más frecuentes vía online? ¿Piensan en aplicarlo en otras verticales?

Nosotros apuntamos a que el tercero sea un potencial asegurado de Allianz. Hay una parte de los terceros que por los daños o por comodidad recurren a un abogado y ellos optan por hacer el reclamo fuera de la plataforma. El plan es reducir el contacto directo y hacerlo todo vía online. Sobre lo otro, en líneas personales hay un potencial, ese segmento está revisando la plataforma para ver si se puede usar. Hoy no hay nada en marcha, son todas propuestas y análisis para ver lo que se puede hacer. **E**

TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN SEGUROS

Quien contrató el seguro en dos clicks, también querrá resolver su siniestro en dos clicks

El autor considera que se ha puesto demasiado énfasis en digitalizar la venta de seguros logrando procesos ágiles, pero no se ha logrado aún llevar esa misma experiencia al momento del siniestro.

Escribe **Sebastián Anselmi**
sanselmi@leverbox.com



Lesde hace un tiempo la industria aseguradora comenzó un fuerte y necesario camino hacia la transformación digital. Para quienes hace unos cuantos años estamos en este mercado sabemos que no les resultó demasiado cómodo.

Antes de entrar en los detalles, tenemos que comprender que a la

industria del seguro -una de las más antiguas y tradicionales- le cuesta soltar el **“siempre lo hicimos así”** esta frase hecha es en mi consideración una barrera que tienen las empresas para innovar. En este caso no la estoy mencionando como una crítica, si no para describir un contexto. Básicamente ¿por qué habría que cambiar si durante largo tiempo funcionó bien de esa forma?

Me parece interesante revisar algunos factores que fueron determi-

nantes para que la industria de seguros se haya definido a comenzar a transitar el camino de la transformación digital.

Considero tres claves: demanda de los clientes, amenaza de otros actores, necesidad coyuntural.

Cuando otras industrias están realizando transformaciones radicales, fundamentalmente la industria financiera, prima hermana de la del seguro, es natural que los usuarios comiencen a demandar cambios a sus aseguradoras. Por otro lado, la incipiente incursión de las big tech

(Amazon, Mercado Libre, Tesla) generó una gran amenaza que resonó muy fuerte puertas adentro de las compañías, por último, la pandemia que aceleró los tiempos. Las compañías de seguros y los brókers tuvieron que pasar rápidamente de la palabra a la acción para implementar tecnologías que les permitieran continuar la conexión con sus clientes.

¿A qué me refiero cuando digo que el cambio no sólo debe ser tecnológico sino cultural? Sería sencillo, si sólo implementando la última tecnología o el mejor robot con inteligencia artificial se pudiese lograr un verdadero cambio, pero lamentablemente no es así. Si una compañía **no realiza un verdadero y honesto cambio cultural** es muy difícil que la inversión en tecnología logre los resultados esperados.

En mi opinión se ha puesto demasiado énfasis en digitalizar la venta de seguros logrando procesos ágiles, pero no se ha logrado aún llevar esa misma experiencia a la hora de la verdad, el siniestro. Sa-

bemos que ese es el momento donde los clientes van a percibir el verdadero valor de su compañía de seguros y donde se va o no a fidelizar la relación. Un asegurado que contrató una póliza en dos clicks, el día que tenga un siniestro va a querer resolverlo en dos clicks.

Como planteé, se está viendo una fuerte inversión en la incorporación de herramientas digitales, pero desafortunadamente y siguiendo la lógica *"del siempre lo hicimos así"*, está costando bastante la adopción de estas nuevas tecnologías por parte de las estructuras internas de las compañías.

Todavía es habitual ver correr procesos analógicos en combinación con procesos digitales, que terminan dilatando los tiempos de resolución en un siniestro. Sólo por citar algunos ejemplos: se implementa una plataforma que permite digitalizar la atención punta a punta de los siniestros, pero, aunque hay plataformas disponibles, se sigue analizando el fraude de igual manera que en los últimos años. Te-

niendo herramientas digitales que nos permiten realizar inspecciones virtuales con reconocimiento de imágenes, se sigue pretendiendo ver los autos en directo.

Hay que tener presente que el asegurado que espera resolver su siniestro de forma digital se encuentra con estas demoras innecesarias que modifican sus expectativas y en muchos casos son poco comprendidas por los clientes. Esto es parte del cambio cultural tan importante que se debe realizar.

En esa línea, considero que las insurtechs son las protagonistas para lograr no sólo el cambio tecnológico sino el tan ansiado cambio cultural que permita mejorar la percepción de valor de nuestra industria de seguros.

Esencialmente porque las insurtechs nacieron digitales, piensan en digital, actúan en digital y definitivamente ayudarán a demostrar **que el futuro de los seguros va a ser digital.** E

El autor es CEO &co-Founder de Leverbox.

IT BUSINESS NEWS

Actualización. Microsoft presentó al público su sistema operativo Windows 11. La compañía asegura que simplificó el diseño y experiencia de usuario para mejorar la productividad. El botón de inicio estará en el centro y habrá mayor flexibilidad para trabajar con múltiples ventanas a la vez al tiempo que Microsoft Teams estará integrado a la barra de tareas. Promete una experiencia superadora para gamers y nuevas herramientas en su panel de acceso a noticias, más un nuevo feed personalizado impulsado por Inteligencia Artificial. Se espera que esté disponible en la segunda mitad de 2021.

Pagos. La tecnología influye cada vez más en el concepto de inclusión financiera. La Cámara Argentina de Fintech indicó que en el último año el 60% de los pagos se hizo de forma digital y el uso de tarjetas de débito aumentó 33% interanual al primer trimestre de 2021, reportó Nepsa. Las empresas deben adaptarse y ampliar sus opciones de pago a distancia pero con una investigación de su mercado que permita identificar cuáles, cómo y cuándo presentarlas al cliente.

Datos. La exigencia a la infraestructura digital es cada vez mayor y el



tiempo de construcción de los centros de datos tradicionales va a contramano de la demanda. Así surgieron centros más pequeños, prefabricados, que por su fácil instalación han conquistado a empresas de todos los tamaños. Se espera que en 2022 el mercado de centros de datos prefabricados sea de US\$ 4.200 millones, de acuerdo a un estudio de 451 Research.

PRODUCTORES OPINAN

Perspectivas poco alentadoras para la segunda mitad del año

Los asesores de seguros coinciden en que las perspectivas para la segunda mitad del año son poco alentadoras. Advierten que la falta de un plan económico para salir del estancamiento y reducir la inflación, sumada a la incertidumbre que generan las elecciones de medio término y el acuerdo con los acreedores, conforman un escenario complicado.

Las elecciones de medio término y el acuerdo con los acreedores son temas clave a la hora de evaluar las perspectivas que se abren para la Argentina de cara al segundo semestre del año. Y, desde luego, de su resolución también depende el futuro de la actividad aseguradora. Así surge de una consulta realizada por **Estrategas** entre productores asesores de seguros (PAS) con actividad en diferentes puntos del país, quienes coinciden en que la falta de un plan económico que permita salir del estancamiento y reducir las altas tasas de inflación también son variables que atentan contra un eventual repunte de su actividad.

Nicolás Balogh-Kovács
Productor independiente
y socio de Asset Broker
Todo el país

Compañías: Federación Patronal Seguros, Provincia ART, Omint ART y Seguros Sura.



“Implementamos el uso de las herramientas tecnológicas como instrumento de venta.”

“Hemos comenzado una campaña muy agresiva en las redes sociales con excelentes resultados.”

1. Creo que la elección próxima es un tema clave. Por lo que estoy observando, el plan del Gobierno es intentar de alguna manera bajar las expectativas inflacionarias con anclas en el tipo de cambio oficial y en las tarifas –cuyo precio sigue subsidiando–, intentando que los salarios se recuperen tras haber perdido más de 9 por ciento contra la suba de precios en el último año y llegar al período electoral con alguna recuperación en el consumo, que viene muy golpeado a partir de la pandemia. No estoy esperando una recuperación fuerte, sobre todo porque los problemas de fondo no se han solucionado. El país se debe una discusión de hacia dónde quie-

re ir, ya que si seguimos cometiendo los mismos errores que en el pasado difícilmente logremos crecer de forma sostenible en el tiempo. Entre los temas clave que entiendo se deben solucionar están el acuerdo con el FMI y con el *Club de París*, converger a un superávit fiscal en determinados años y armar un plan económico integral donde tengamos como norte una salida del estancamiento que muestra el país desde 2011 a la fecha.

2. En líneas generales creo que hay oportunidades en aquellos productos que se encuentran vinculados con la actividad energética, la construcción y el campo. Las mayores posibilidades de crecimiento las tienen quienes más han caído desde el punto de vista económico.

3. Implementamos el uso de las herramientas tecnológicas como instrumento de venta. Readaptamos nuestras capacitaciones, que actualmente se brindan en forma online semanalmente. A su vez, todas nuestras presentaciones comerciales fueron modificadas para ser utilizadas desde cualquier lugar a través de una pantalla en línea con el cliente. Estas nuevas prácticas nos fortalecieron comercialmente y nos posicionaron muy cerca de nuestros clientes y colaboradores. Por último, hemos comenzado una campaña muy agresiva en las redes sociales con excelentes resultados.

LAS PREGUNTAS

1. ¿Qué espera de la economía argentina durante el segundo semestre del año?
2. ¿Qué ramos ofrecen actualmente mejores posibilidades de crecimiento?
3. ¿Qué tecnologías o nuevas prácticas debió adoptar para mantener su cartera y de ser posible generar nuevas ventas?



Te acompañamos en tu desarrollo como PAS con
el mejor equipo humano
y las mejores herramientas digitales.

SUMATE A NUESTRA RED



VISRED

ASESORES EN SEGUROS

www.visred.com.ar



RIESGOS
AGRÍCOLAS



RIESGOS
LABORALES



RIESGOS
PATRIMONIALES



VIDA
RETIRO



RIESGOS
CORPORATIVOS



Daniel Fernández Varela
Productor independiente
y director de Grupo

Fernández Varela
CABA y Quilmes

Compañías: Federación Patronal Seguros, Orbis Seguros, Allianz Argentina, Swiss Medical Seguros, Zurich Seguros, La Meridional Seguros y Experta Seguros.

“Hay algunos factores que nos hacen dudar que pueda materializarse plenamente la esperada recuperación económica.”

“Notamos un alza en el ramo Caución en los últimos meses, pero sin dudas en el futuro cercano los seguros de Salud, Vida y Retiro seguirán una tendencia alcista.”

1. La expectativa es ambigua, ya que si bien debería ocurrir un rebote natural e iniciar el sendero de la esperada recuperación económica definitiva luego de su contracción producto de la pandemia, hay algunos factores que nos hacen dudar que pueda materializarse plenamente. Entre ellos identificamos aún altas tasas inflacionarias que erosionan el poder adquisitivo de los ciudadanos, propulsadas por el aumento del gasto público a raíz de las elecciones de medio término. La convulsión política no ayuda para descifrar un plan consistente de mediano plazo por parte de la administración actual. En el plano internacional, no poder cerrar un acuerdo inmediato con acreedores probablemente desencadene turbulencias en el tipo de cambio, con lógico impacto en los costos de bienes y servicios atados al dólar. Vislumbramos algo más de consumo doméstico por la aceleración del plan de vacunación, lo que redundará en mayores libertades para el último trimestre del año, pero

seguiremos sin atender los problemas estructurales de la macroeconomía local.

2. Hemos notado un alza en el ramo Caución durante estos últimos meses, pero sin dudas en el futuro cercano los seguros de Salud, Vida y Retiro seguirán comercializándose con una tendencia alcista, ya que se ha generado en la conciencia colectiva un antes y un después del COVID-19 respecto de la importancia de estas coberturas, no sólo por la afectación que tiene sobre la salud de las personas sino también por la seguridad que estos instrumentos financieros pueden brindarle al grupo familiar primario en caso de un desenlace negativo. Incluimos Retiro puesto que cada vez más el trabajador activo percibe que no tendrá el retorno deseado en su etapa pasiva, sintiendo un vacío actual en el deseo futuro de cumplir con una vida equilibrada en términos socioeconómicos.

3. Desde Grupo FV Seguros hemos planteado hace ya muchos años contar con herramientas concretas que nos permitan amplificar la oferta y tener una mayor cercanía con el cliente. Lógicamente el distanciamiento intensificó el uso de ciertas tecnologías a tales efectos. Gracias al uso de las redes sociales, WhatsApp web y otras herramientas logramos que no se lesionara el contacto cotidiano con el asegurado que antes era presencial o telefónico. De hecho, para con muchos se incrementó gratamente. La generación de nuevas operaciones también tuvo su correlato gracias a estas iniciativas. El dar a conocer ciertas coberturas innovadoras de manera masiva fomentó las consultas y el cierre de ventas.

Lucas Imbriano
Productor independiente
CABA y PBA

Compañías: Mercantil andina Seguros, HDI Seguros, Zurich



Seguros, Meridional Seguros y Sancor Seguros.

“El segundo semestre será muy similar al primero.”

“La Argentina crece con las pymes y con el Agro; ahí es donde siempre debemos estar.”

1. Si bien hay un dicho que asegura que en toda crisis surgen oportunidades, a la economía actual del país la veo muy complicada. Principalmente por la incertidumbre en el contexto general, la inflación, las dificultades con el comercio exterior, la devaluación y la extensa cuarentena que generó un estancamiento a nivel global. Por eso creo que el segundo semestre será muy similar al primero, donde va a ser muy importante seguir acompañando muy de cerca a nuestros asegurados para llegar con un horizonte muy positivo a partir de 2022.

2. La pandemia generó en la población una atención especial en la importancia de la vida, la familia y la libertad. Creo que los mejores ramos en donde se puede crecer son los vinculados a los seguros de Vida, Viaje y Salud. La Argentina crece con las pymes y con el Agro; ahí es donde siempre debemos estar.

3. Dada la situación de aislamiento que nos tocó vivir se activaron y potenciaron más contactos por redes sociales y referidos de los asegurados, algunos de los cuales iniciaron nuevos negocios y otros se reinventaron en su actividad o profesión. En ambos casos, los acompañamos y asesoramos para tener la mejor cobertura acorde a



PROF SEGUROS

Nuestros principales socios estratégicos siguen siendo los Productores Asesores de Seguros. Hace más de 60 años que operamos en el mercado, destacándonos por nuestra integridad y compromiso. Si sos broker o PAS, sumate a nuestra red de alcance nacional y potenciá tu crecimiento.

pas@grupoprof.com



@grupoprof



@grupo_prof

profseguros.com.ar

Nº de inscripción en SSN
348

Atención al asegurado
0800-699-8400

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



SSN | SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN

PROF Seguros es una marca que identifica a los productos de seguros comercializados por PRODUCTORES DE FRUTAS ARGENTINAS COOPERATIVA DE SEGUROS LIMITADA.

sus nuevos desafíos y diferentes riesgos. La tecnología ha acortado las distancias y a la vez ha ampliado las formas de comunicación. Hoy nuestros clientes nos contactan de la forma en que ellos prefieren: mensajes de texto, de voz, llamadas por teléfono o videollamadas. Pero ya volveremos a los encuentros presenciales, que son fundamentales para incentivar la relación personal con nuestros clientes.

Patricia Maroñas
Productora independiente
Del Viso y Pilar (Provincia de Buenos Aires)

Compañías: Pcia. Seguros y RUS.

“Tanto en el ramo de AP como en el de Motos se ve un mercado ascenso.”



“Incorporé nuevas herramientas de comunicación en el día a día para estar más cerca de los asegurados.”

1. Hace falta un plan económico con nuevos lineamientos y con reglas claras para los inversores, pymes y grandes empresas. La crisis que trajo aparejada la pandemia a nivel mundial y sobre todo en nuestro país ha dejado a millones de personas y negocios fuera de actividad posible. Es urgente que la cadena empiece a funcionar con todos sus engranajes para generar recursos genuinos, proyección, trazabilidad de productos y capacitación de la mano de obra, así como rever las le-

yes vigentes y sancionar nuevas vinculadas con el *home office* y la competitividad, entre otras cuestiones. Es un semestre de arena movediza, ya que las elecciones de medio término y todo lo que ese acto trae aparejado contribuyen a que sea complicada la estabilidad monetaria y por lo tanto también el mercado con sus múltiples variantes.

2. Tanto en el ramo de Accidentes Personales (AP) como en el de Motos se ve un marcado ascenso. El resto, a medida que se vaya reactivando la economía se irá reacomodando nuevamente.

3. Tomé cursos y seminarios sobre atención al cliente, marketing digital, *coaching* empresarial y herramientas digitales, e incorporé nuevas herramientas de comunicación en el día a día para estar más cerca de los asegurados. Actualmente las redes nos permiten estar visibles en nuestra profesión y eso es algo que no hay que desaprovechar. La venta no es la frutilla de la torta sino la gestión resolutive. Estar cerca del asegurado es lo que nos agradecen siempre, más en épocas de pandemia. Debemos ser empáticos y no olvidar que el problema o consulta que nos traen para ellos es lo más importante.

Virginia Moreno
Productora independiente
Escobar (PBA)

Compañías: Allianz Argentina, Libra Seguros, Mercantil andina Seguros, Meridional Seguros, RUS, Seguros Rivadavia, Sancor Seguros, Seguros SURA, Zurich Seguros y San Cristóbal Seguros.

“Comenzaron a tomar riesgos como celulares, bicicletas e incluso los vehículos de movilidad más pequeños.”

“Tuve que adaptar a los asegurados, brindándoles diferentes opciones de pago



online, las descargas de sus pólizas de manera digital y el uso de las apps de cada compañía.”

1. De la economía argentina en el segundo semestre no espero mucho; es más un deseo que podamos mejorar y se reactive la producción nacional y las ventas, y que pospandemia podamos salir adelante, ya que no sólo dependemos de nosotros. Este año, al igual que en 2020, el COVID-19 afectó la economía del mundo. Creo que si no baja la inflación y no dejan de subir los impuestos estaremos complicados.

2. El ramo que ofrece mejor crecimiento sigue siendo Automotores, ya que es el mayor porcentaje de venta, pero las compañías se fueron adaptando a la tecnología y a la necesidad de las personas en esta situación particular que estamos viviendo y comenzaron a tomar riesgos como celulares, bicicletas e incluso los vehículos de movilidad más pequeños, abriéndonos un abanico de oportunidades. Pero si hablamos de posibilidad de crecimiento para un PAS, considero que los ramos de Industria y Comercio son los que hacen la diferencia en nuestras carteras.

3. En estos tiempos todo pasa por la tecnología; por suerte no tuve que adaptarme tanto, ya que lo venía haciendo en los últimos años. Quizás sí tuve que adaptar a los asegurados, brindándoles diferentes opciones de contacto online y otros medios, tales como *WhatsApp*, *Instagram* o *Facebook*, así como asesorándolos en las nuevas modalidades de pago online, las descargas de sus pólizas de manera digital y el uso



Creamos un nuevo destino para vos ¡ DAYS INN ZÁRATE PRÓXIMAMENTE !

SERVICIOS GENERALES



Desayuno



Piscina exterior



Wifi



Instalaciones
deportivas



Spa



Lobby Bar



Business Center



Helipuerto



Snack Bar



Room Service



Solárium



Estacionamiento
descubierto



Ruta 9, km 85,4 | Zárate | Buenos Aires

CONOCÉ NUESTRAS PROMOCIONES EN WWW.HOJOAR.COM

VISITÁ NUESTROS 40 HOTELES
WWW.HOJOAR.COM

CENTRAL DE RESERVAS
TODOS LOS DÍAS DE 9 A 19 HS



+54 9 11 2277 4650/4656



RESERVAS@HOJOAR.COM

de las apps de cada compañía. Y lo mismo pasó con las ventas, usando más las redes sociales para publicidad y contacto. Considero que esta modalidad la vamos a tener que seguir usando, así como que la pandemia cambió la manera de trabajar, relacionarnos y comunicarnos.

Alberto Straini
Productor independiente
La Plata (Pcia. de Buenos Aires)
 Compañías: Sancor Seguros y Federación Patronal Seguros.



“Vemos un notable crecimiento en el interés por los seguros de Combinado Familiar e Integrales de Comercio.”

“El año pasado compramos dos herramientas: Zoom y Adminse (un administrador de cartera), las cuales pusimos a disposición de todo nuestro equipo de profesionales.”

1. Sin ninguna duda el segundo semestre va a mantener esta tendencia de contracción que venimos teniendo desde hace más de ocho años. La economía no se reactiva ni se frena con el accionar de un botón, sino que es la consecuencia de un montón de decisiones políticas y económicas que se están tomando hace muchos años. Es imposible pensar en reactivación, inversiones y crecimiento si no se recupera la confianza en todos los sectores públicos y privados. Y la confianza no se logra diciendo; se logra haciendo.

2. Desde nuestra organización vemos un notable crecimiento en el interés por los seguros de Com-

binado Familiar e Integrales de Comercio. Creo que esto se debe a una sensación de desprotección de los asegurados frente al creciente índice de delitos.

Siempre digo que este crecimiento sería mucho más sólido si se produjera por un crecimiento de la educación y de la conciencia aseguradora. Hoy el motor de nuestro sector está basado en la idea del seguro como un mecanismo de defensa y no en la responsabilidad social que tenemos todos los ciudadanos. Sólo a modo de ejemplo me permito citar la falta de contratación de seguros de Vida y de Retiro, las obligaciones patronales sin cumplir y las coberturas de Responsabilidad Civil por hechos privados, entre otras cuestiones.

3. El año pasado compramos dos herramientas: Zoom y Adminse (un administrador de cartera), las cuales pusimos a disposición de todo nuestro equipo de profesionales.

En el primer caso lo hicimos debido a que los clientes necesitan una comunicación real y concreta. Hoy debemos estar más cerca que nunca o, mejor dicho, estar presentes. Eso es lo que nos distingue de todos esos canales comerciales, que son verdaderas trituradoras de asegurados que están sólo para vender y cuando el cliente hace una consulta por un siniestro o inquietud no recibe respuesta, no le atienden los teléfonos o, lo que es peor, recibe una mala respuesta. La segunda adquisición es consecuencia de la anterior. Debíamos tener toda la información de nuestros clientes centralizada; no podíamos correr el riesgo de que los sistemas de las compañías colapsen o que se hagan cuellos de botella por falta de infraestructura y que se dilaten las respuestas sólo por ser improvisados. En este tema cabe aclarar que tanto Sancor como Federación Patronal, compañías con las que trabajamos, siempre estuvieron a la al-

tura de las exigencias del mercado y nos permitieron dar respuestas satisfactorias a nuestros clientes.

Emilce Doña
Productora independiente
Lomas de Zamora, San Martín, Morón, San Miguel, General Madariaga y Pinamar
(Provincia de Buenos Aires)
 Compañías: La Caja Seguros, Meridional Seguros y Zurich Seguros.



“Hay que abrir la mente y salir del ámbito CABA.”

“Se debe sembrar para después cosechar los frutos a través del tiempo; eso es una carrera de seguros.”

1. Espero que la economía comience a restablecerse en este 2021 poniendo el foco en la pesca, la ganadería y la agricultura, empleando suficiente mano de obra, lo cual también será productivo para las aseguradoras ampliando el campo laboral.

3. Hay que abrir la mente y salir del ámbito CABA. En mi caso, implementé toda la tecnología que me ofreció Zurich, con todos sus programas visuales y prácticos, recursos con llamadas por celular y videoconferencias con la cartera vigente y los recomendados que llegan de su parte. Estoy en el mercado desde 1985 ganando la confianza y presencia durante todos estos años. Se debe sembrar para después cosechar los frutos a través del tiempo; eso es una carrera de seguros. **E**

Paraná Seguros presenta G3:



Un seguro
para autos
conducidos
por los
más grandes.



- **COSTOS ESPECIALES**
- **ASISTENCIA MECÁNICA**
- **MÁS KILÓMETROS DE REMOLQUE**
- **Y ALERTA SEGURA, UNA APP SIMPLE PARA TU TRANQUILIDAD LAS 24 HS.**
- Botón de Pánico • Emergencia Médica • Avisar donde estás o que estás llegando • Alerta por Violencia de Género

G3 es una cobertura especial de autos para adultos mayores de 65 años de Paraná Seguros. El vehículo automotor debe ser conducido por el Asegurado.



PARANA #ProtegerEsNuestraVocación



PARANA
SEGUROS



SSN

SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN

REPORTAJE A MARA BETTIOL, PRESIDENTE DE LA UART

“Cumplimos un cuarto de siglo con una estructura muy consolidada y de alta especialización técnica”

A 25 años de la creación del Sistema de Riesgos del Trabajo, la presidenta de la *Unión de Aseguradoras de Riesgos del Trabajo (UART)*, que formó parte del equipo encargado de su diseño, reconoce sentir orgullo por los logros obtenidos: más de 1 millón de empleadores y 9,6 millones de trabajadores cubiertos; 15 provincias adheridas más CABA, que representan un 95% en términos de litigiosidad; y un 80% menos de fallecimientos en entornos laborales con 14 mil vidas salvadas. Entre los temas pendientes, destaca la conformación de los Cuerpos Médicos Forenses y la necesidad de revertir la infra-tarifación crónica del sistema.

El 1 de julio se cumplieron 25 años del Sistema de Riesgos del Trabajo. Para Mara Bettiol, que formó parte del equipo encargado de diseñarlo, el balance de lo transcurrido desde entonces es altamente positivo. “Hablamos de un cuarto de siglo de mejora continua para todo el sistema. Pero lo verdaderamente destacable es que logramos avanzar sobre la base del consenso entre cuatro actores fundamentales: las empresas, los sindicatos, las aseguradoras y el Estado, ejerciendo cada uno su rol”, explica la directiva. “Además del consenso como factor esencial a la hora de crear y luego reformar el sistema (L.27.348/2017), destacaría la capacidad dinámica de adaptación al cambio y en escenarios complejos. La dramática experiencia de la pandemia nos encontró a la altura de las expectativas, trabajando 24/7 con un criterio de profesionalización, cercanía y empatía para abordar una situación inédita. Hoy podemos mostrar con orgullo algunos números destacables. Haber trabajado de manera sistemática por entornos laborales seguros significó una caída superior al 80% en los fa-



■ “A pesar de la reforma de 2017, pensada para reducir la litigiosidad, hoy el sistema enfrenta un número injustificado de juicios. Este 2021 marca una preocupación respecto de su evolución.”

llecimientos, con 14 mil vidas salvadas. Por otro lado, tenemos un sistema de cobertura integral moderno, adaptado a las circunstancias y en evolución permanente, que actualmente cubre a más de 1 millón de empleadores y a 9,6 millones de trabajadores, se ha convertido en un aspiracional para aquellos que no disponen de la cobertura y cuenta con 15 provincias adheridas más

CABA, con una representación en términos de litigiosidad del 95%”, precisa Bettiol, que desde 2013 preside la *Unión de Aseguradoras de Riesgos del Trabajo (UART)*, entidad que nuclea a las 18 ART que operan en el mercado.

¿Cuál ha sido el impacto de la pandemia en el sistema?, le pregunta **Estrategas** a la titular de la UART.

El impacto fue enorme y generó una revolución cuali-cuantitativa hacia dentro del sistema. De un día para el otro la cuarentena impuso una modalidad de trabajo que nos exigió a todos, no sólo adecuarnos para brindar el servicio habitual sino además incorporar una nueva cobertura. Se utilizaron todas las plataformas tecnológicas disponibles para la realización de 16 millones de acciones enfocadas en la atención y prevención. Se elaboraron recomendaciones y protocolos para siete sectores de actividad y se redactó, en conjunto con otras cámaras del sector, un protocolo para la industria aseguradora. Asimismo, se receptaron normativas y directivas totalmente nuevas asociadas a la emergencia en tiempo récord. Los

equipos médicos integraron nuevas especialidades (infectólogos, epidemiólogos y clínicos) a las habituales, más asociadas a la traumatología. Las unidades de internación también debieron integrarse y cambiar al compás de la pandemia. A las tradicionales clínicas se sumaron los hoteles medicalizados y la internación domiciliaria, y también fue de ayuda el aporte de la telemedicina. Por otro lado, debido a que la atención de los casos Covid (más de 360 mil hasta el momento) se superpuso a la de casos no Covid, el sistema se vio extraordinariamente demandado y, aun así, podemos decir con orgullo que estuvo a la altura de las expectativas.

La pandemia se da en un contexto económico recesivo, ¿cuál fue su impacto?

La recesión se tradujo en una merma de cápitás que comenzó a recuperarse y también en complicaciones con la cobranza.

El volumen de juicios del sistema fue bajando; ¿cuál es la tendencia en ese sentido?

Es un tema que tiene muchas aristas. A pesar de la reforma de 2017, pensada justamente para reducir la litigiosidad, hoy el sistema enfrenta un número injustificado de juicios. Inicialmente el volumen de demandas tuvo un claro recorrido descendente, a excepción de la provincia de Santa Fe que demoró su adhesión hasta noviembre 2020 y puesta en marcha desde mayo de 2021. Hasta ese momento, la provincia funcionó como un imán para la litigiosidad disparando exponencialmente el número de causas radicadas en esa jurisdicción y poniendo en alerta al sistema laboral provincial. El debate, y finalmente la adhesión de Santa Fe, zanjaron la situación, aunque con algunos puntos grises que a futuro plantearán nuevos desafíos. Pero en el resto del país el descenso inicial de la judicialidad



que logró el nuevo procedimiento de paso previo por las Comisiones Médicas del sistema comenzó a revertirse. Además, la excepcionalidad de 2020 con una cuarentena tan prolongada también derivó en una suerte de dique para nuevas causas. Si bien la comparación con 2020 tiene salvedades derivadas de la restricción del aislamiento y la falta de actividad tribunalicia, 2021 marca una preocupación respecto de la evolución de la litigiosidad.

“ El Sistema de Riesgos del Trabajo se gestó y vivió este cuarto de siglo como fruto del **consenso de sus protagonistas**: trabajadores, empleadores, aseguradores y el Estado. ”

¿Cuáles son los principales temas pendientes en la agenda del Sistema de Riesgos del Trabajo?

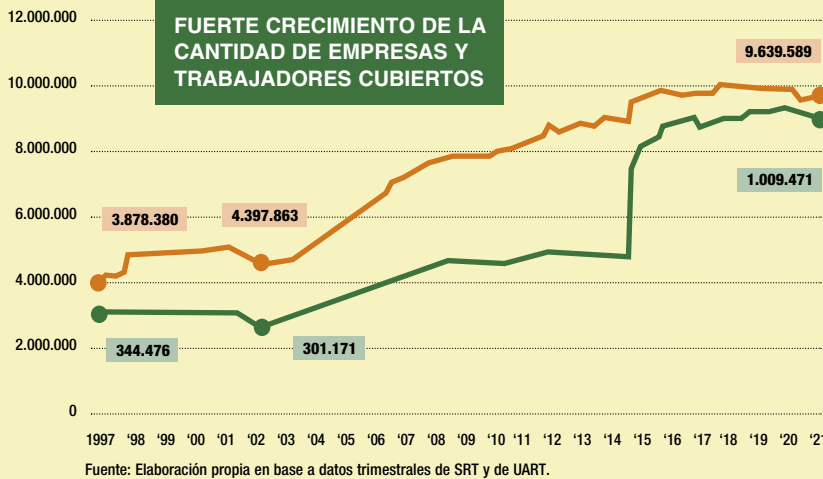
Sin lugar a dudas, la conformación de los Cuerpos Médicos Forenses en el seno de las justicias provinciales y de la CSJN para CABA. La ley de reforma de 2017 apuntó a la necesidad de constituir un cuerpo de peritos, convocados por concurso, con honorarios desacoplados del monto de la sentencia. Inexplicablemente, a cuatro años de la

sanción de la ley, más allá de algunos avances en Mendoza, hoy el sistema de trabajo argentino no cuenta con esta herramienta clave, lo que deriva en su menor competitividad y en sobrecostos judiciales toda vez que la CSJN debe corregir fallos de instancias inferiores con sentencias y montos disparatados fruto de una fallida aplicación del Baremo (tabla de medición del daño sinistral). Otro de los grandes temas a abordar es la infra-tarifación crónica del sistema, las tasas judiciales que exceden toda razonabilidad y que además nada tienen que ver con el rendimiento de las inversiones en la Argentina.

¿Cuáles son las dificultades que demoran la conformación de los cuerpos médicos forenses?

Nos resulta algo inexplicable dado que su constitución cerraría virtuosamente la reforma establecida por ley, con una serie de beneficios para todas las partes. Por ejemplo, al usar el Baremo de la Ley como referencia para determinar incapacidades, al igual que ocurre en las Comisiones Médicas, se cerraría la diferencia de valores entre ambas instancias y se trataría con equidad a todos los trabajadores independientemente de quién y en qué instancia (administrativa o judicial) haga la evaluación. Por otro lado, clausurada esa brecha entre lo adminis-

¿CÓMO EVOLUCIONÓ LA COBERTURA?



trativo y lo judicial se desalentaría la presentación de demandas, ya que se obtendría el mismo resarcimiento aunque anticipadamente por la vía administrativa. Y finalmente los costos de las acciones judiciales disminuirían considerablemente porque los honorarios periciales serían por acto médico y no por porcentuales de las sentencias. Todo esto hace a la sustentabilidad y consolidación de los logros del sistema para ir por más y mejores empleos.

Usted ha insistido en la necesidad de un refondeo urgente del Fondo Fiduciario para Enfermedades Profesionales ¿Qué puede decirnos sobre ese tema?

Afortunadamente este es un sector que se caracteriza por tener un buen nivel de diálogo y coordinación con los reguladores, en este caso ambas superintendencias, la de Riesgos del Trabajo y la de Seguros, así como también con sus respectivos ministerios, el de Trabajo y el de Economía, a través de la Secretaría de Finanzas. El Fondo Fiducia-

rio ya entró en insuficiencia frente a algo tan imposible de prever y de proporciones mayores como la pandemia. Fruto del buen diálogo que todos los actores mantienen se intentó subsanar con un aumento del aporte fijo por cada trabajador cu-

“La dramática experiencia de la pandemia nos encontró a la altura de las expectativas, trabajando 24/7 con un criterio de profesionalización, cercanía y empatía para abordar una situación inédita.”

bierto. De todas maneras, ese aumento, frente a lo desproporcionado que está resultando todo, anticipamos que no será suficiente.

¿Cuáles son las perspectivas del sistema y de sus 18 empresas para 2021?

Es un año especial. El sistema cumplió el 1 de julio sus primeros

25 años y llegamos a ese hito con una estructura muy consolidada y de alta especialización técnica en una disciplina muy particular, con características muy diferenciales de otros subsistemas, como son la prevención y la atención integral de los riesgos del trabajo. Cumplir un cuarto de siglo habiendo atravesado todo tipo de dificultades es un logro importante para nuestra sociedad. El Sistema de Riesgos del Trabajo se gestó y vivió este cuarto de siglo como fruto del consenso de sus protagonistas: trabajadores, empleadores, aseguradores y el Estado, generado por el valor agregado a la estructura productiva. Esta valoración social, los resultados obtenidos, el alto nivel de servicio y el enorme compromiso de todos los que día a día se desempeñan en los múltiples aspectos de su gestión han logrado que hoy sea un aspiracional para los trabajadores que aún no cuentan con esta protección. Por eso entendemos que el foco para 2021 está en culminar con los aspectos pendientes de la reforma y en encontrar equilibrios técnicos necesarios para la sustentabilidad de su gestión. Y, por supuesto, también en seguir dando servicios de alta calidad y mantener el dinamismo necesario para adaptarnos a los desafíos de un mundo laboral que cambia a ritmo vertiginoso.

¿Piensa que habrá una recuperación económica y una mayor generación de empleo que impacte positivamente en el desarrollo del sistema?

Los esfuerzos desde el Gobierno para estabilizar la Economía, la salida de la cuarentena y la vacunación están sentando las bases para la recuperación, al igual que las diferentes políticas activas del Gobierno en materia de empleo y también el fomento a la registración laboral. **E**

Diego Fiorentino

Desde la puesta en marcha

Mara Bettiol es economista. Formó parte del equipo encargado de diseñar el Sistema de Riesgos del Trabajo y posteriormente colaboró en la puesta en marcha de la *Superintendencia de Riesgos del Trabajo* y en el diseño del Sistema Alta Temprana de Trabajadores. Entre 2000 y 2013 fue gerente general de la *Unión de Aseguradoras de Riesgos del Trabajo (UART)* y desde entonces a la fecha es su presidente. Ha sido expositora en diversos foros nacionales e internacionales, escribió numerosos artículos vinculados a diferentes aspectos de los riesgos del trabajo y fue coautora del libro “Riesgos del Trabajo: la modernización de las instituciones laborales en la Argentina”.

UN CAMINO PARA ACTIVAR LA AGENDA EMPRESARIAL EN FAVOR DE LA SOSTENIBILIDAD

Pacto Global en la Argentina

Más de 20 aseguradoras forman parte del *Pacto Global* en el país. Si bien no están integradas en una mesa sectorial, participan de la discusión en temas de derechos humanos, anticorrupción, cuidado del clima, transporte sustentable, entre otras áreas vinculadas a la sostenibilidad. Hoy, la presidencia de la Red está en manos de YPY y, la vicepresidencia, a cargo del *Grupo Sancor Seguros*.

Escribe **María Laura Leguizamón**
mleguizamón@estudiocomunicacion.com.ar



Pacto Global es una iniciativa de las Naciones Unidas, creada en el año 2000, con el propósito de promover la *responsabilidad social corporativa*. Las empresas adherentes se comprometen a adoptar 10 principios universales relacionados con los derechos humanos, los estándares laborales, el cuidado del ambiente y la lucha contra la corrupción. Hoy, y con más de 12 mil participantes, **es una de las iniciativas más grandes en materia de sostenibilidad corporativa que busca promover una transformación en la manera en que las empresas hacen negocios.**

En su versión local, la *Red Argentina del Pacto Global* cuenta con más de 800 participantes, tiene presencia en más de 20 provincias y su objetivo es "movilizar al sector empresarial y a los *stakeholders* a comprometerse con los 10 principios universales de las Naciones Unidas y contribuir con los Obje-

tivos de Desarrollo Sostenible aprobados en la Asamblea General de las Naciones Unidas en septiembre de 2015".

Para conocer alcances y objetivos en la Argentina, conversamos con Flavio Fuertes, director ejecutivo de la Red en el país.

Consultado sobre cuáles son los compromisos que asume una organización empresarial cuando adhiere al *Pacto Global*, Fuertes indicó que se pretende que "integren los principios en su estrategia, en sus operaciones y en su cultura organizacional. Además, deberán preparar y publicar anualmente una Comunicación sobre el Progreso (COP) que describa los esfuerzos de la compañía por implementar los diez principios, con una frecuencia anual".

COMPROMISO DE ADHESIÓN.

Todas las empresas pueden ser parte del *Pacto Global*, pero actualmente se aceptan aquellas que tengan en su nómina más de 10 colaboradores. "Para adherirse -explicó Fuertes- deben realizar un compromiso explícito de incorporar los diez principios de la iniciativa en las áreas de derechos humanos, estándares laborales, medioambiente y anticorrupción a las políticas, a la operatoria y a la cultura empresarial. Aunque es una iniciativa voluntaria, el *Pacto Global* espera que las acciones de los adherentes estén alineadas con su compromiso, por

lo tanto, les exige que cada año comuniquen sus esfuerzos de responsabilidad empresarial bajo la forma de un documento o informe que se conoce como "Comunicación del Progreso" (*Communication on Progress* o CoP por sus siglas en inglés).

Una CoP es una comunicación a los grupos de interés (es decir, consumidores, empleados, accionistas, medios de comunicación, gobiernos) sobre el progreso que la empresa logró con respecto a la instru-



■ Flavio Fuertes, director ejecutivo de la *Red Argentina del Pacto Global*.

mentación de los diez principios del *Pacto Global* y se espera que la presente dentro del primer año de su adhesión.

"La política de la CoP se debe cumplir a fin de que la empresa continúe siendo un miembro 'activo' de la iniciativa", reforzó el di-

“ La Red Argentina del Pacto Global cuenta con más de 800 participantes y tiene presencia en más de 20 provincias. ”



Pacto Global Red Argentina

rector ejecutivo. Para ello se busca que incorporen esta comunicación a los mecanismos de reporte ya existentes, tales como los estados contables, las memorias y/o los informes de sustentabilidad. “La política de la CoP se basa en los conceptos de responsabilidad pública, transparencia y mejora continua -señaló Fuertes- y sirve a muchos propósitos: ayuda a asegurar

la credibilidad del compromiso empresarial con el *Pacto Global*, proporciona una fuente de datos sobre las prácticas empresariales responsables y protege la integridad de la iniciativa.”

Por su parte, los *participantes no empresariales* también deben informar a sus grupos de interés sobre sus esfuerzos en apoyo a los principios del *Pacto Global* y sobre

“ Cuando la empresa adhiere al *Pacto Global*, se pretende que integren **los principios en su estrategia, en sus operaciones y en su cultura organizacional.** ”

(Fuertes)

su involucramiento en la iniciativa, pero cada dos años y mediante una CoE. Es un documento público que se aloja en la página web del *Pacto Global* y da cuenta del compromiso de la organización no empresarial en su apoyo al Pacto. Y existen diversas maneras en las que se puede reunir y presentar información para demostrar el involucramiento. Lo cierto es que estas organizaciones deben alinear sus prácticas con los Diez Principios, pero solamente están obligadas a reportar sobre su involucramiento con el *Pacto Global*. La idea es que ellas ofrezcan mayor visibilidad al compromiso con el *Pacto Global* a través de sus actividades. Este instrumento de transparencia genera confianza y credibilidad a sus distintos grupos de interés. **E**

La autora es directora de Estudio de Comunicación Argentina. Directora de FEMS, Foro Ejecutivo de Mujeres en Seguros. Especialista en RSC, Sustentabilidad. Aliada WEPS.

Beneficios empresariales

La integración del sector privado a la Red aporta, entre otros, los siguientes beneficios:

1. Gestión de la Sostenibilidad alineada a los ODS.

- Acceso a la biblioteca digital compuesta por guías, manuales, directrices, mejores prácticas, webinars, estudios de tendencias, rankings, entre otros.
- Acceso a Herramienta de Autoevaluación mediante instrumentos para conocer el estado de la gestión de la sostenibilidad.
- Participación en el programa de Desarrollo de Capacidades con expertos nacionales e internacionales en materias como: Derechos Humanos, Cambio Climático, Sostenibilidad en la Cadena Valor, Integridad y Economía Circular y ODS.
- Entrenamientos en el uso de la herramienta *SDG Compass*, que permite alinear la estrategia de sostenibilidad corporativa con la agenda 2030 y participación en reuniones de alto nivel con funcionarios de Naciones Unidas, y del gobierno nacional y provinciales.

2. Fortalecimiento de la confianza y la transparencia.

- Visibilización de la empresa por medio de perfil organizacional (Nivel Participante) en la página web del *Global Compact (NY)*, demostrando el compromiso de su organización con los ODS de cara a accionistas, gobiernos, clientes y proveedores a través de su *CoP*.
- Participación en el Programa de Rendición de Cuentas, que incluye sesiones de entrenamiento, una mesa de apoyo virtual y apoyo para la elaboración y publicación del informe de progreso anual (*COP* y *COE*).

3. Contribución a la agenda global de sostenibilidad.

- Acceso a eventos globales de primer nivel como la *Cumbre de Líderes 2020* del *Pacto Global* de Naciones Unidas y espacios colaborativos de carácter nacional o regional.
- Participación con casos y roles de “speaker” en diálogos público-privados multiactor para la construcción de la *Agenda local* de los ODS.

Vinculación con los ODS

En septiembre del 2015, los 17 *Objetivos de Desarrollo Sostenible* de la Agenda 2030 para el desarrollo sostenible fueron adoptados por los líderes de 193 países. En esta línea, “las empresas que adoptan los principios del *Pacto Global* se encuentran mejor preparadas para hacer una contribución positiva a los ODS”, enfatiza Fuertes.

DESCENSO DE LA CARTERA DE PLEITOS

Continúa la baja

Las aseguradoras continúan reduciendo su volumen de juicios trimestre a trimestre.

Desde junio de 2018 el stock de juicios del sector asegurador viene cayendo sistemáticamente. Tanto en Riesgos del Trabajo como en Patrimoniales el descenso es constante. En el primer caso, a junio

de 2018 las ART registraban 327.260 expedientes activos, mientras que a diciembre de 2020 el stock se redujo a 242.150. Esta positiva tendencia, que refleja una política transaccional activa por parte

de las aseguradoras, se repite en Patrimoniales, con un pico a junio de 2018 de 207.169 casos y una baja del stock a 188.886 juicios a diciembre de 2020.

CANTIDAD DE JUICIOS EN TRÁMITE

ASEGURADORA	% TOTAL PRODUCC. (1)	% TOTAL JUICIOS	DIC. 2020	JUNIO 2020	JUNIO 2019	JUNIO 2018	JUNIO 2017	JUNIO 2016	JUNIO 2015	DIFERENCIA %
PATRIMONIALES Y MIXTAS										
SEGUROS RIVADAVIA	3,52	3,19	14.620	14.385	11.867	11.208	10.489	9.368	7.914	84,7
CAJA SEGUROS	4,55	2,95	13.536	13.916	13.847	15.764	16.648	17.202	14.688	(7,8)
FEDERACIÓN PATRONAL (**)	7,12	2,83	12.978	14.341	15.018	14.829	13.906	12.989	12.364	5,0
LIDERAR	0,38	2,42	11.109	11.250	14.488	13.944	15.048	14.585	11.364	(2,2)
SAN CRISTÓBAL	3,41	1,27	5.808	5.585	5.965	6.079	6.196	6.561	6.540	(11,2)
PARANÁ	0,50	1,25	5.740	5.923	5.310	5.252	5.086	5.058	4.605	24,6
PROVINCIA	2,39	1,18	5.390	5.636	6.190	7.955	9.775	10.064	9.097	(40,7)
ORBIS	0,85	1,16	5.341	5.211	4.922	4.567	4.160	4.559	4.673	14,3
MERCANTIL ANDINA	2,79	1,13	5.195	4.983	4.206	3.073	2.591	2.267	2.270	128,9
SEGUNDA C.S.L.	3,53	1,03	4.705	4.758	4.478	4.419	4.542	4.689	4.855	(3,1)
NACIÓN SEGUROS	4,02	0,98	4.503	4.488	5.285	5.881	6.396	6.303	5.428	(17,0)
NUEVA	0,11	0,94	4.293	4.158	4.005	3.481	1.912	1.831	1.833	134,2
AGROSALTA	0,07	0,84	3.852	3.810	3.676	3.323	2.859	2.479	2.008	91,8
SANCOR	6,37	0,78	3.596	3.468	3.511	3.313	3.257	3.300	3.390	6,1
ZURICH ASEG. ARG.	1,43	0,77	3.522	3.894	4.518	4.218	4.704	5.326	6.610	(46,7)
SEGUROS SUR	2,12	0,77	3.518	3.734	6.275	6.024	5.749	5.342	4.680	(24,8)
HORIZONTE	0,28	0,74	3.413	3.615	4.927	5.463	5.625	5.638	5.138	(33,6)
SEGUROS MÉDICOS	0,09	0,69	3.174	3.083	3.056	4.556	3.997	3.528	3.220	(1,4)
BOSTON	0,46	0,61	2.789	2.884	2.812	2.730	2.706	2.491	2.282	22,2
TRIUNFO	0,51	0,61	2.782	2.790	2.669	2.221	1.755	1.470	1.296	114,7
IAPSER SEGUROS	0,55	0,60	2.739	2.610	2.872	2.942	2.876	2.511	2.448	11,9
ALLIANZ ARGENTINA	2,82	0,59	2.684	2.807	3.103	3.396	3.324	2.522	2.304	16,5
ZURICH ARGENTINA	2,39	0,56	2.559	2.605	2.939	3.061	3.216	3.879	4.098	(37,6)
SMG SEGUROS	0,86	0,53	2.440	2.577	3.851	3.613	3.067	2.980	2.499	(2,4)
PROF	0,31	0,50	2.303	2.081	2.172	2.075	1.688	1.031	717	221,2
PRUDENCIA	0,12	0,49	2.250	1.890	1.835	1.602	1.574	1.571	1.466	53,5
MERIDIONAL	1,75	0,47	2.145	2.309	2.846	3.545	3.707	4.057	4.522	(52,6)
TPC	0,09	0,43	1.993	1.939	1.869	1.899	1.839	1.734	1.634	22,0
ESCUDO	0,21	0,43	1.963	1.929	2.002	1.328	1.779	1.181	1.054	86,2
ATM SEGUROS	0,23	0,38	1.749	1.825	1.717	1.381	1.072	694	400	337,3
RÍO URUGUAY	0,95	0,36	1.647	1.595	1.534	1.446	1.278	1.102	801	105,6
HOLANDO SUDAMERICANA	0,78	0,34	1.565	1.681	2.668	3.024	3.223	3.303	3.264	(52,1)
PROVIDENCIA	0,15	0,30	1.387	1.425	1.074	827	781	909	2.293	(39,5)
MAPFRE ARGENTINA	1,46	0,29	1.332	1.438	1.701	1.857	2.174	2.281	2.492	(46,5)
SEGUROMETAL	0,20	0,25	1.148	1.112	1.154	1.238	1.249	1.272	1.324	(13,3)
HDI SEGUROS	0,50	0,25	1.130	1.116	2.754	2.769	3.717	3.686	3.365	(66,4)
NOBLE RESP. PROF.	0,06	0,24	1.119	1.121	1.125	1.033	983	929	825	35,6
PERSEVERANCIA	0,33	0,23	1.064	1.138	1.249	1.389	1.634	1.685	1.693	(37,2)
SEGUROCOOP	0,32	0,22	1.027	1.073	1.182	1.311	1.502	1.716	1.986	(48,3)
C.P.A. TUCUMÁN	0,20	0,21	971	960	1.052	780	771	755	760	27,8
ANTÁRTIDA	0,16	0,19	889	867	821	799	767	776	826	7,6
VICTORIA	0,22	0,18	844	887	1.251	1.371	1.385	1.292	1.232	(31,5)
INTÉGRITY	0,29	0,18	811	850	1.063	1.184	1.483	1.574	1.503	(46,0)

CANTIDAD DE JUICIOS EN TRÁMITE

ASEGURADORA	% TOTAL PRODUCC. (1)	% TOTAL JUICIOS	DIC. 2020	JUNIO 2020	JUNIO 2019	JUNIO 2018	JUNIO 2017	JUNIO 2016	JUNIO 2015	DIFERENCIA %
NORTE	0,58	0,18	806	776	808	793	818	885	925	(12,9)
ARGOS	0,02	0,18	804	845	959	1.102	1.273	1.356	1.467	(45,2)
PROGRESO SEGUROS	0,06	0,17	775	781	868	963	1.051	1.153	1.204	(35,6)
CHUBB SEGUROS ARG.	1,04	0,16	720	770	820	826	733	702	833	(13,6)
CALEDONIA ARGENTINA	0,20	0,15	697	658	469	299	106	40	10	—
COPAN	0,08	0,15	675	672	848	550	560	636	635	6,3
BERKLEY INTERNATIONAL	0,56	0,11	488	519	657	648	659	703	597	(18,3)
COOP. MUTUAL PATRONAL	0,64	0,09	424	425	441	522	561	588	612	(30,7)
EQUITATIVA DEL PLATA	0,19	0,09	422	458	498	496	471	504	536	(21,3)
METLIFE SEGUROS	0,83	0,08	377	379	450	467	485	626	616	(38,8)
NIVEL SEGUROS	0,06	0,07	334	329	346	355	358	338	304	9,9
LATITUD SUR	0,10	0,07	328	291	261	258	207	182	118	178,0
NATIVA	0,10	0,07	306	300	488	460	430	415	372	(17,7)
SURCO	0,11	0,06	296	293	326	315	408	433	454	(34,8)
METROPOL	0,06	0,05	220	214	461	437	402	480	432	(49,1)
BBVA SEGUROS	0,73	0,05	218	222	240	286	265	257	231	(5,6)
HAMBURGO	0,15	0,04	192	212	244	283	269	260	250	(23,2)
CARUSO	0,42	0,04	172	174	224	241	246	254	253	(32,0)
INSTITUTO SEGUROS	0,07	0,03	138	133	118	119	166	160	152	(9,2)
GALICIA SEGUROS	0,96	0,03	130	125	61	45	70	57	56	132,1
CARDIF SEGUROS	0,21	0,03	122	75	62	43	32	35	67	82,1
LUZ Y FUERZA	0,02	0,03	117	122	133	136	248	246	242	(51,7)
ALBA	0,05	0,02	83	77	69	86	44	50	51	62,7
JUNCAL AUTOS Y PATR.	0,00	0,02	81	87	122	168	194	205	252	(67,9)
LIBRA	0,11	0,02	80	53	30	7	1	0	0	—
EVOLUCIÓN	0,14	0,02	71	71	72	75	92	133	150	(52,7)
CAMINOS PROTEGIDOS	0,02	0,02	70	68	69	59	51	45	26	169,2
ASSURANT ARGENTINA	0,28	0,01	56	62	66	49	39	39	43	30,2
GALENO SEGUROS	0,37	0,01	50	23	3	0	3	0	0	—
ZURICH SANTANDER	0,75	0,01	47	50	45	40	54	80	89	(47,2)
ACG	0,09	0,01	43	43	55	59	55	53	52	(17,3)
IÚNIGO	0,16	0,01	39	33	15	14	14	12	11	—
ASEG. DE CAUCIONES	0,05	0,01	37	36	44	52	65	75	85	(56,5)
TESTIMONIO SEGUROS	0,06	0,01	37	36	42	39	37	32	25	—
EDIFICAR SEGUROS	0,20	0,01	35	31	21	20	13	41	13	169,2
AFIANZADORA LAT.	0,09	0,01	32	30	34	25	23	14	17	88,2
CNP SEGUROS	0,20	0,01	26	26	24	22	21	32	28	(7,1)
BENEFICIO	0,04	0,01	23	23	23	11	4	0	2	—
BRDESCO	0,00	0,00	20	21	21	23	27	31	35	(42,9)
SOL NACIENTE	0,36	0,00	17	18	17	17	15	14	18	(5,6)
FIANZAS Y CRÉDITO	0,12	0,00	16	16	11	6	6	6	7	—
INST. ASEG. MERCANTIL	0,05	0,00	15	10	10	12	11	10	8	87,5
ASSEKURANSA	0,04	0,00	13	11	12	8	4	3	2	—
ORÍGENES SEGUROS	0,16	0,00	12	11	12	5	4	5	6	100,0
COSENA	0,02	0,00	11	11	10	4	6	4	4	—
PREVINCA	0,04	0,00	8	7	3	1	1	1	2	—
CÍA. SEGUROS INSUR	0,17	0,00	7	4	3	3	1	0	0	—
COLÓN	0,07	0,00	6	2	1	1	0	0	0	—
VIRGINIA SURETY	0,22	0,00	6	4	5	11	14	12	6	—
SMSV SEGUROS	0,11	0,00	5	5	3	0	0	0	1	—
BHN GENERALES	0,22	0,00	4	5	4	7	7	7	7	—
COFACE	0,20	0,00	4	4	2	1	2	4	3	—
HANSEÁTICA SEGUROS	0,11	0,00	4	5	3	4	4	4	2	—
CRÉDITO Y CAUCIÓN	0,07	0,00	3	1	2	0	0	0	0	—
PACÍFICO SEGUROS	0,02	0,00	3	3	1	0	0	0	0	—
ASEG. DEL FINISTERRE	0,01	0,00	2	1	0	0	0	0	0	—
CESCE	0,00	0,00	2	2	2	4	5	5	4	—
SUPERVIELLE SEGUROS	0,25	0,00	2	2	2	0	1	0	0	—
CÍA. MERCANTIL ASEG.	0,00	0,00	1	1	1	1	1	2	1	—
TUTELAR SEGUROS	0,03	0,00	1	1	1	0	0	0	0	—
WARRANTY INSURANCE	0,00	0,00	1	1	0	0	0	0	0	—

CANTIDAD DE JUICIOS EN TRÁMITE

ASEGURADORA	% TOTAL PRODUCC. (1)	% TOTAL JUICIOS	DIC. 2020	JUNIO 2020	JUNIO 2019	JUNIO 2018	JUNIO 2017	JUNIO 2016	JUNIO 2015	DIFERENCIA %
ASOC. MUTUAL DAN	0,00	0,00	0	0	0	0	0	0	0	—
COMARSEG	0,00	0,00	0	0	0	0	0	0	0	—
COMPANÍA ASEG. DEL SUR	0,00	0,00	0	0	0	0	0	0	0	—
CONFLUENCIA	0,00	0,00	0	0	0	0	0	0	0	—
DULCE	0,00	0,00	0	0	0	0	0	0	0	—
EUROAMERICA	0,00	0,00	0	0	0	0	0	0	0	—
EXPERTA SEGUROS	0,07	0,00	0	0	0	0	0	0	0	—
FOMS	0,01	0,00	0	0	0	0	0	0	0	—
GESTIÓN	0,05	0,00	0	0	0	0	0	0	0	—
INST. SEGUROS JUJUY	0,04	0,00	0	0	0	0	0	0	0	—
LATIN AMERICAN SEG.	0,00	0,00	0	0	0	0	0	0	0	—
LÍDER MOTOS SEGUROS	0,00	0,00	0	0	0	0	0	0	0	—
OPCIÓN	0,19	0,00	0	0	1	1	1	0	0	—
PREMIAR	0,01	0,00	0	0	0	0	0	0	0	0,0
QUALIA	0,42	0,00	0	0	0	0	0	0	—	—
STARR COMPANY	0,82	0,00	0	0	0	0	0	—	—	—
SUMICLI	0,00	0,00	0	0	0	0	0	0	0	—
TRAYECTORIA SEGUROS	0,01	0,00	0	0	1	1	2	1	2	—

(**) Federación Patronal informa por separado sus juicios de Riesgos del Trabajo respecto del resto de los ramos.

TRANSPORTE PÚBLICO PASAJEROS

PROTECCIÓN M.T.P.P.	0,07	2,47	11.327	11.404	12.601	12.951	13.407	13.470	13.748	(17,6)
RIVADAVIA M.T.P.P.	0,03	1,35	6.183	6.546	7.145	7.369	7.384	7.161	6.690	(7,6)
ARGOS M.T.P.P.	0,03	0,87	4.010	4.095	4.115	4.121	3.877	3.564	3.372	18,9
METROPOL M.T.P.P.	0,02	0,70	3.201	3.247	3.951	3.443	3.639	3.864	3.942	(18,8)
GARANTÍA M.T.P.P.	0,02	0,18	815	856	999	1.064	1.150	1.158	1.152	(29,3)

RIESGOS DEL TRABAJO

PROVINCIA ART	4,05	12,06	55.311	56.394	59.861	68.551	61.791	44.945	34.701	59,4
GALENO ART	2,27	8,67	39.746	48.170	56.406	65.869	71.701	71.547	57.957	(31,4)
PREVENCIÓN ART	4,57	6,67	30.577	32.308	32.246	37.433	36.800	33.420	31.548	(3,1)
EXPERTA ART	2,33	6,65	30.493	29.739	36.219	42.216	46.617	38.120	34.282	(11,1)
LA SEGUNDA ART	1,92	5,92	27.137	26.794	25.905	28.379	28.527	25.706	22.500	20,6
SWISS MEDICAL ART	1,47	5,60	25.665	27.808	32.459	36.762	36.207	29.156	21.358	20,2
ASOCIART ART	1,89	5,47	25.085	25.638	28.556	32.325	32.723	31.329	24.850	0,9
FEDERACIÓN PATRONAL	—	4,70	21.553	22.434	24.740	24.528	19.024	12.534	8.356	157,9
OMINT ART	0,39	1,26	5.782	5.653	5.257	4.890	2.673	429	26	—
BERKLEY INT. ART	0,34	0,35	1.598	1.755	2.116	2.450	2.562	2.380	2.519	(36,6)
RECONQUISTA ART	0,06	0,16	736	771	890	1.007	955	723	587	25,4
MUTUAL PETROLEROS ART	0,02	0,00	20	13	0	0	0	—	—	—
MUTUAL RURAL	0,01	0,00	0	—	—	—	—	—	—	—

VIDA

SEGUNDA PERSONAS	0,21	0,04	198	185	187	181	187	186	180	10,0
MAPFRE VIDA	0,12	0,02	107	116	159	212	228	247	256	(58,2)
SMG LIFE	0,26	0,02	104	123	147	182	212	243	276	(62,3)
HSBC VIDA	0,39	0,02	82	89	93	136	152	168	343	(76,1)
PRUDENTIAL	0,84	0,01	50	47	40	10	8	3	5	900,0
ARG. SALUD, VIDA Y PAT.	0,05	0,01	44	44	43	31	31	32	34	29,4
ZURICH LIFE	2,89	0,01	38	36	38	37	44	57	70	(45,7)
BHN VIDA	0,21	0,01	26	27	22	22	23	13	11	—
BINARIA VIDA	0,26	0,00	22	24	26	21	21	16	17	29,4
TRES PROVINCIAS	0,06	0,00	11	11	12	7	4	7	7	57,1
INSTITUTO SALTA VIDA	0,21	0,00	9	7	6	11	10	12	17	(47,1)
PROVINCIA VIDA	0,13	0,00	4	4	6	6	9	9	8	(50,0)
PIEVE SEGUROS	0,03	0,00	3	4	6	0	0	0	0	—
PEUGEOT CITROEN SEG.	0,05	0,00	2	1	0	0	0	—	—	—
FEDERADA SEGUROS	0,00	0,00	1	1	0	0	0	0	0	—
ANTICIPAR	0,01	0,00	0	0	0	0	0	0	0	—
BONACORSI PERSONAS	0,02	0,00	0	0	0	0	0	0	0	—
CAJA PREV. SEG. MED. PBA	0,01	0,00	0	0	0	0	0	0	0	—

CANTIDAD DE JUICIOS EN TRÁMITE

ASEGURADORA	% TOTAL PRODUCC. (1)	% TOTAL JUICIOS	DIC. 2020	JUNIO 2020	JUNIO 2019	JUNIO 2018	JUNIO 2017	JUNIO 2016	JUNIO 2015	DIFERENCIA %
CERTEZA	0,02	0,00	0	0	0	0	1	1	1	—
CÍA. DE SEGUROS MAÑANA	0,17	0,00	0	0	0	0	0	0	0	—
CRUZ SUIZA	0,01	0,00	0	0	0	0	0	0	0	—
DIGNA SEGUROS	0,00	0,00	0	0	0	0	0	0	0	—
ESENCIA SEGUROS	0,00	0,00	0							—
N.S.A. SEGUROS GRALES.	0,00	0,00	0	0	0	0	0	0	0	—
OMINT SEGUROS	0,00	0,00	0	0	0	0	0	0	0	—
PLENARIA VIDA	0,02	0,00	0	0	0	0	0	2	2	—
POR VIDA SEGUROS	0,01	0,00	0	0	0	0	0	0	0	—
PREVISORA SEPELIO	0,00	0,00	0	0	0	0	0	0	0	—
SAN GERMÁN	0,02	0,00	0	0	0	0	0	0	—	—
SAN MARINO	0,00	0,00	0	0	—	—	—	—	—	—
SAN PATRICIO	0,00	0,00	0	2	2	0	0	0	0	—
SANTA LUCÍA SEGUROS	0,00	0,00	0	0	0	—	—	—	—	—
SANTÍSIMA TRINIDAD	0,00	0,00	0	0	0	0	0	0	0	—
SENTIR	0,02	0,00	0	0	0	0	0	0	0	—
TERRITORIAL VIDA	0,00	0,00	0	0	0	0	0	0	1	—
RETIRO										
ORÍGENES RETIRO	0,10	0,10	461	473	909	2.574	2.780	2.721	2.437	(81,1)
NACIÓN RETIRO	0,20	0,07	333	339	395	796	1.405	1.680	1.642	(79,7)
METLIFE RETIRO	0,00	0,05	210	241	309	554	612	652	657	(68,0)
HSBC RETIRO	0,11	0,02	88	91	88	0	0	0	0	—
ESTRELLA RETIRO	0,69	0,01	63	63	64	58	56	59	57	10,5
BINARIA RETIRO	0,02	0,01	50	50	53	50	47	48	51	(2,0)
SAN CRISTÓBAL RETIRO	0,14	0,01	49	50	48	55	64	69	78	(37,2)
CREDICOOP RETIRO	0,01	0,01	24	18	30	30	32	33	39	(38,5)
SMG RETIRO	0,01	0,00	15	21	60	96	78	74	77	(80,5)
PROYECCIÓN RETIRO	0,00	0,00	12	12	14	8	6	7	0	—
GALICIA RETIRO	0,00	0,00	7	7	0	0	11	16	17	(58,8)
IAPSER SEG. RETIRO	0,02	0,00	4	4	5	4	5	5	5	(20,0)
FED. PATRONAL RETIRO	0,00	0,00	1	1	1	1	1	1	1	0,0
SEGUNDA RETIRO	0,06	0,00	1	1	1	2	2	3	2	(50,0)
ZURICH RETIRO	0,00	0,00	1	1	1	1	1	0	0	—
EXPERTA RETIRO	0,00	0,00	0	0	0	6	8	7	6	—
PREVENCIÓN RETIRO	0,01	0,00	0	0	0	0	0	0	0	—
SOLVENCIA RETIRO	0,00	0,00	0	0	—	—	—	—	—	—
TOTAL	100,00	100,00	458.592	475.107	517.719	568.605	564.710	520.614	466.434	(1,7)
ART	19,33	52,80	242.150	255.043	279.915	327.260	326.918	285.739	247.142	(2,0)
PATRIMONIALES Y MIXTAS	73,12	41,19	188.886	191.823	206.228	207.169	202.157	199.145	183.947	2,7
MUTUALES T.P.P.	0,17	5,57	25.536	26.148	28.811	28.948	29.457	29.217	28.904	(11,7)
RETIRO	1,36	0,29	1.319	1.372	1.978	4.235	5.108	5.375	5.069	(74,0)
VIDA	6,03	0,15	701	721	787	993	1.070	1.138	1.372	(48,9)

Fuente: Estrategas sobre datos de la SSN.

(1) Participación sobre el total de la producción (primas emitidas) a diciembre de 2020.

MAYORES BAJAS DE JUICIOS (Período: Junio 2019/Diciembre 2020)

	DIC. 2020	JUNIO. 2019	%		DIC. 2020	JUNIO 2019	%
SEGUROS SURA	3.518	6.275	(43,9)	LIDERAR	11.109	14.488	(23,3)
SMG SEGUROS	2.440	3.851	(36,6)	ZURICH ASEG. ARG.	3.522	4.518	(22,0)
HORIZONTE	3.413	4.927	(30,7)	SWISS MEDICAL ART	25.665	32.459	(20,9)
GALENO ART	39.746	56.406	(29,5)	METROPOL M.T.P.P.	3.201	3.951	(19,0)
MERIDIONAL	2.145	2.846	(24,6)	EXPERTA ART	30.493	36.219	(15,8)

Se consideran para este cuadro compañías con más de 2000 casos que en el período indicado bajaron el stock más del 15%.

DISPUTA CON LAS FINTECH

Los bancos a la conquista de los pequeños inversores

Buscan competir con las fintech que se llevaban todas las miradas (y los ahorros) de los inversores minoristas. Más comunicación, asesoramiento personalizado y canales para operar más ágiles y amigables.

La pandemia y el aislamiento cambiaron todo. Y la relación de los argentinos con el manejo del ahorro y de la inversión, estuvo entre los hábitos y conductas que por pura necesidad, por aprendizaje o por una combinación de ambas, más se modificó desde comienzos de 2020.

El ahorrista medio, el que rara vez pensaba en una inversión más osada que el plazo fijo y que se protegía de los embates de la economía argentina y sus constantes vueltas comprando dólares que atesoraba bajo el colchón o la caja fuerte, “descubrió” de repente el Mercado de Capitales. Se animaron a distintos tipos de Fondos Comunes de Inversión, a las oportunidades de los CEDEARs, de las Obligaciones Negociables (ON) que emiten las empresas y se hicieron expertos en dólares bursátiles.

En la transformación del “ahorrista” a “inversor” las fintech -las empresas financieras pero con base tecnológica- tuvieron un rol protagónico. Los brókers o sociedades de Bolsa online, las ALyC (tal su nombre formal), se llevaron todas las miradas.



Los bancos que habían reaccionado rápido en lo transaccional para adaptarse a la modalidad de operación casi 100% remota, que en cuestión de días habían pasado con llamativo éxito de la presencialidad total a la virtualidad, las transferencias y los tokens, en el campo de las inversiones iban perdiendo el partido.

Muchos de sus clientes se iban

El ahorrista medio, que rara vez pensaba en una inversión más osada que el plazo fijo y que se protegía comprando dólares, “descubrió” de repente el Mercado de Capitales.

a otra plataforma para operar en la Bolsa. Era un segmento que estaban perdiendo a pesar de tener la estructura para competir y muchos bancos decidieron accionar y modernizarse para mantener activo el negocio.

Dario Zabuski, Head of Sales & Marketing de ICBC, pinta el panorama

claramente: “El surgimiento de las fintech generó una revolución en el mundo de las finanzas, tanto desde su capacidad para llegar a un público que no estaba bancarizado como para acercar los productos de una manera sencilla”.

“Desde ICBC, en los últimos años trabajamos en este sentido, buscando simplificar el acceso a los productos de inversión, tanto a través de una mejora constante en los canales digitales como a través del asesoramiento personalizado”, dice el ejecutivo y agrega: “Las fintech nos mostraron que se halla un gran interés por los productos de inversión si existe simpleza en la forma de utilizarlos. Desde el banco tomamos este aprendizaje al que se le suma la solidez que habitualmente un cliente requiere para confiar sus inversiones”.

TRIBU DE INVERSIONES. En *Banco Galicia* también recogieron el guante y el desafío. “Siguiendo las mejores prácticas internacionales en Business Agility, en Galicia re-



pensamos los distintos equipos de desarrollo de Productos de Inversión, creando una nueva estructura que denominamos 'Tribu de Inversiones'", explica Ariel Sánchez, gerente de Productos de Inversión.

"Este equipo multidisciplinario, integrado por perfiles de negocio, desarrolladores IT, diseñadores (UX / UI), especialistas en datos y back & middle office tiene la responsabilidad "punta a punta" de inversiones. Con el principal objetivo de ser un equipo de inversiones centrado en el cliente, buscamos en forma permanente mejorar el día a día", detalla Sánchez.

Encarar el *restyling* necesario para fidelizar a sus clientes tiene sentido, en vista del interés creciente de los argentinos por invertir. De acuerdo a un informe realizado por el Grupo Schrodgers a escala global, "La crisis de COVID-19 generó que se preste más atención al ahorro, ya que más de la mitad (68%) de los inversores afirman que ahora piensan en sus inversiones al menos una vez a la semana, en comparación con el 56% antes de la pandemia".

"Para los inversionistas argentinos, las tres prioridades principales para distribuir sus ahorros son: invertir en el mercado de capitales,

por ejemplo, acciones, bonos, productos básicos (38%), invertir en fondos de pensiones (17%) e invertir en negocios (13%)", detalló Pablo Albina, Country Head Argentina & Uruguay de Schrodgers al presentar la parte local del Estudio del Inversor Global.

Desde HSBC, Christian Sieling, Head of Investment Management, hace foco en el mayor interés por invertir. "Los clientes minoristas se volcaron fuertemente a invertir en lo últimos 12-18 meses, buscando alternativas que les permitan proteger sus ahorros de los efectos de la inflación. Son en general inversiones líquidas y de corto plazo."

"Nuestro Contact Center especializado en inversiones "Premier Connect" y nuestro equipo de especialistas son parte de la oferta integral que ofrecemos a los clientes para que administren sus inversiones con nosotros", dice Sieling y pone la lupa sobre lo que viene: "Estamos a punto de incorporar un módulo de inversiones a nuestra plataforma Mobile para ofrecer mayor alternativa de canales a nuestros clientes para que administren sus inversiones."

"Sin lugar a dudas, vemos un mayor interés en participar del merca-

do de capitales", dice Mariano Calviello, Head Portfolio Manager de Fondos Fima. "Escenarios inflacionarios, o perspectivas con altibajos en el tipo de cambio generan en nuestros clientes la necesidad de estar más activos en la administración de sus patrimonios y para eso pusimos a su disposición un módulo de inversiones en Online Banking."

UN MUNDO NUEVO. El primer objetivo de los inversores es cubrirse de la inflación, proteger bolsillos y evitar que los ahorros pierdan capacidad de compra. Y como la herramienta más veterana de los bancos, el plazo fijo tradicional, no llega a cumplir con ese propósito, el ahorrista pequeño, tuvo que ir sofisticando sus elecciones.

Los Fondos Comunes de Inversión (FCI) se convirtieron así en la puerta de entrada al mundo de las inversiones bursátiles para muchos ahorristas.

"Nuestra propuesta de fondos de inversión creció mucho en el segmento minorista en el último año y medio. De hecho, la cantidad de clientes minoristas que invierten en fondos y tienen su cuenta activa, creció más de 100% en los últimos 12 meses", aporta Sieling de HSBC.

En ICBC remarcan haber sido pioneros en lanzar la operatoria de FCI en Mobile Banking "y a principio de este año realizamos la renovación completa de las operaciones de FCI para empresas a través del canal Multipay. Esta mejora en la experiencia de usuario se complementa con el trato personalizado y profesional que un banco puede brindar", dice Zabuski de ICBC.

"Los fondos comunes de inversión siguen siendo un vehículo cada vez más elegido debido a las ventajas que ofrecen en términos de diversificación y liquidez. En nuestro caso, el fondo ALPHA Renta Fija Global, una opción en dólares

con activos internacionales, y ALPHA Renta Capital Pesos, compuesto principalmente por bonos CER, fueron los de mayor crecimiento más allá de los habituales fondos de Money market”, aporta Zabuski.

De menos a más complejidad, los inversores fueron probando y ganando confianza. De probar con Fondos Comunes de Inversión, a estar comprando acciones norteamericanas o dólares bursátiles.

“Observamos especialmente al inicio de la pandemia, un incremento considerable en la cantidad de operaciones que se realizan. Podemos asignar este incremento al mayor tiempo disponible que tienen las personas para administrar y analizar sus inversiones, pero más allá de esta particularidad, el tipo de activo demandado está relacionado con la necesidad a cubrir. En este contexto vimos un importante incremento en las operaciones de dólar MEP como así también, en menor medida, y con el objetivo de cobertura frente al dólar se incrementó la utilización de CEDEARs”, advierte el ejecutivo de ICBC.

En la misma línea, Ezequiel Albertini, Head Portfolio Manager de Supervielle, explica que en el banco se notó mayor demanda de productos de inversión que fueron variando según el momento. Entre ellos, dice, “se observó un gran interés en CEDEARs, para capturar la

recuperación y rally que se veían en las empresas globales, sobre todo las tecnológicas y aquellas vinculadas a commodities”.

En ese sentido, Albertini, destaca la buena performance y demanda de un fondo que está pensado para posicionarse de manera sencilla en materias primas. “Nuestro FCI Premier Commodities tuvo un incre-

Los bancos iban perdiendo el partido. Muchos de sus clientes se iban a otra plataforma para operar en la Bolsa. Pero reaccionaron y decidieron accionar y modernizarse para mantener activo el negocio.

mento patrimonial muy importante. Su cartera se compone de contratos de futuros sobre Soja y también con CEDEARs de aquellas compañías vinculadas a las principales materias primas como petróleo, oro, mineral de hierro, entre otros.”

Mariano Galarraga, gerente de Banca Privada en Banco Galicia, resalta también el interés creciente que los clientes mostraron por los CEDEARs: “tomó mucha relevancia e interés entre nuestros clientes, como una manera de participar con sus pesos en mercados americanos, para con esto acompañar, por un lado al tipo de cambio y desde ya te-

ner como activo subyacente a la empresa que hayan elegido”.

La posibilidad de hacerse de dólares a través del Mercado de Capitales, es otra de las operaciones que se colocó en el podio en el último tiempo. El cepo, la imposibilidad de comprar y vender dólares libremente a través del Mercado Oficial de Cambios, impulsó a ahorristas tradicionales, conservadores y que raramente hubieran pensado en hacer operaciones de compra y venta de bonos de un día para el otro, a familiarizarse con palabras como MEP, CCL y Parking.

Este es un segmento de negocio bursátil del que los bancos tampoco quisieron quedar al margen. Y la manera para que sus clientes compren y vendan los dólares “bolsa” a través de ellos y no de un bróker online, era justamente comunicar mejor, aggiornarse y darle asesoramiento a sus clientes.

“Las operaciones comúnmente llamadas de Dólar Mep son muy demandadas. Asesoramos a nuestros clientes y los acompañamos en su ejecución, garantizándoles el cumplimiento normativo que se requiere y explicando claramente en qué consisten, pros y contras de cada operación. Lo importante es saber que a través de nuestro Online Banking, los clientes lo pueden hacer, tanto comprar como vender”, afirma Galarraga, de Banco Galicia. **E**

Los bancos imparten educación financiera

Un dato que cobró relevancia a partir de la pandemia y que fue de la mano con el mayor interés de los ahorristas por invertir, fue la educación financiera. Un tema que hasta hace algunos años no formaba parte de la conversación entre amigos, ni de una charla de café, quedó en el centro de la escena. La demanda de cursos, charlas y plataformas con contenidos de inversiones tampoco pasó inadvertido a los ojos de los ejecutivos de los bancos.

“Consideramos importante colaborar con la educación financiera de nuestros clientes, disponibilizando contenido sobre productos de inversión en distintas plataformas, en la web del banco y en redes so-

ciales. Adicionalmente, los convocamos a participar de eventos donde nuestros especialistas informan sobre los distintos productos y la coyuntura actual para que puedan tomar las mejores decisiones de inversión”, explica Sánchez del Banco Galicia.

“Contamos con una web dedicada a fondos de inversión que ofrece información y capacitación para clientes a través de tutoriales y una sección de preguntas. A esto le sumamos un ciclo de conferencias remotas con economistas”, cuenta Christian Sieling, de HSBC, “fueron muy bien recibidas por nuestros clientes, con audiencias de entre 500 y 1000 clientes en cada charla”.

AGENTES

SEGUROS DE VIDA

RANKING DE LOS GRUPOS ASEGURADORES A MARZO DE 2021

SEGUROS DE PERSONAS

En los primeros 9 meses del ejercicio 2020/2021 la producción de seguros de personas alcanzó a \$ 112.890 millones, con un incremento nominal del 56,58% respecto al mismo período del ejercicio anterior. A valores constantes, la producción de marzo 2021 en comparación a la del mismo mes del año anterior sube 3,9% para los ramos de Vida y 14,2% para retiro.

En los primeros 9 meses del ejercicio 2020/2021, con cifras a marzo de 2021, los **8 ramos y sub ramos** que componen los seguros de personas alcanzaron un volumen de primas emitidas de **\$ 112.890 millones**, con una **suba del 56,58%** respecto al mismo

período del ejercicio anterior. Si las cifras de producción se toman a **valores constantes** y se compara marzo 2021 con marzo 2020, las cifras cambian: los ramos de **Vida** crecen 3,9% y **Retiro** 14,2%, al tiempo que se advierte una baja del 5,7% en **Vida Colectivo**.

SEGUROS DE PERSONAS: CIFRAS CONSOLIDADAS POR GRUPOS A MARZO 2021											
Nº	GRUPOS Y COMPAÑÍAS	%	PRIMAS EMITIDAS \$	ACCIDENTES PERSONALES \$	SALUD \$	VIDA INDIVIDUAL \$	VIDA COLECTIVO \$	VIDA SALDO DEUDOR \$	SEPELIO \$	RETIRO INDIVIDUAL \$	RETIRO COLECTIVO \$
1	GRUPO ZURICH	13,52	15.257.449.534	1.088.147.783	37.969.112	11.581.261.953	1.972.752.278	577.318.408	0	0	0
2	GRUPO SANCOR SEG.	5,85	6.606.683.025	1.623.294.507	424.932.137	112.699.154	3.579.789.865	770.747.477	14.617.504	69.655.654	10.946.727
3	PRUDENTIAL	5,33	6.020.569.938	17.709.733	15.783.501	5.165.878.148	767.905.626	49.036.117	4.256.813	0	0
4	GRUPO NACIÓN	5,33	6.014.417.187	263.555.355	259.171	9.153.575	1.574.533.035	2.541.157.333	276.488.922	12.694.565	1.336.575.231
5	GRUPO WERTHEIN	4,70	5.307.701.482	12.560.045	2.015.317	0	97.632.693	20.921.603	71.788.940	203.080	5.102.579.804
6	GRUPO PROVINCIA	4,29	4.845.999.274	191.540.191	0	902.960.292	3.735.024.022	0	16.474.769	0	0
7	GRUPO METLIFE	4,14	4.675.866.179	1.262.948.309	50.252.887	1.299.312.191	2.019.683.649	31.407.688	575.612	5.237.712	6.448.131
8	GRUPO LA CAJA	3,67	4.146.217.687	403.449.648	34.565.426	2.917.899	2.922.575.286	749.191.741	33.517.687	0	0
9	GRUPO SMG	3,18	3.584.727.608	88.162.520	266.660.122	1.162.296.651	946.781.545	1.830.213	1.040.783.116	6.376.526	71.836.915
10	GRUPO HSBC	3,04	3.427.235.883	71.704.541	0	2.289.776.259	379.933.796	17.855.250	14.446.649	34.677.205	618.842.183
11	GRUPO GALICIA	2,58	2.917.304.448	1.012.101.910	7.439.116	327.387.120	848.695.572	701.047.060	0	20.633.670	0
12	CARUSO	2,48	2.797.415.229	33.461.371	0	0	2.752.240.631	3.624.450	8.088.777	0	0
13	GRUPO FED. PATRONAL	2,39	2.693.621.767	1.214.652.115	178.930.652	862.029.093	404.835.138	2.300.766	23.681.321	7.192.682	0
14	GRUPO BBVA	2,39	2.693.408.761	767.787.642	97.797	0	1.241.065.583	688.264.349	(3.806.610)	0	0
15	SOL NACIENTE	2,33	2.633.420.018	0	0	0	1.687.907.106	0	945.512.912	0	0
16	GRUPO ORÍGENES	2,12	2.390.481.651	8.017.793	4.718.244	1.137.249	614.705.940	1.072.865.047	5.150.990	66.099.711	617.786.677
17	ORBIS	2,04	2.305.478.871	24.710.453	0	1.296.676.566	251.500.632	541.541.631	191.049.589	0	0
18	GRUPO LA SEGUNDA	1,98	2.229.642.817	1.074.191.495	0	36.437.341	487.312.122	94.453.403	0	170.774.856	366.473.600
19	GRUPO BINARIA	1,80	2.036.031.898	0	1.558.130	1.532.087.242	370.410.015	883	0	57.146.496	74.829.132

SEGUROS DE PERSONAS: CIFRAS CONSOLIDADAS POR GRUPOS A MARZO 2021

N°	GRUPOS Y COMPAÑÍAS	%	PRIMAS EMITIDAS \$	ACCIDENTES PERSONALES \$	SALUD \$	VIDA INDIVIDUAL \$	VIDA COLECTIVO \$	VIDA SALDO DEUDOR \$	SEPELIO \$	RETIRO INDIVIDUAL \$	RETIRO COLECTIVO \$
20	GRUPO SURA	1,42	1.605.955.464	661.875.727	19.779.190	392.798.295	531.502.252	0	0	0	0
21	BHN	1,35	1.519.180.619	296.061.564	7.406.368	0	573.605.651	642.107.036	0	0	0
22	CNP SEGUROS	1,29	1.461.313.652	251.703.887	0	549.354.366	522.108.761	119.675.068	18.471.570	0	0
23	INTERACCIÓN SEGUROS	1,28	1.449.531.533	0	0	634.514.038	815.017.495	0	0	0	0
24	QUALIA	1,28	1.440.121.290	62.318.598	50.507.103	210.927	248.796.057	1.069.521.685	8.766.920	0	0
25	GRUPO SAN CRISTÓBAL	1,22	1.375.697.925	226.387.437	0	9.946.101	122.352.023	92.140.520	0	726.869.241	198.002.603
26	CÍA. DE SEG. MAÑANA	1,12	1.269.788.992	901.464	1.309.947	0	817.195.166	0	450.382.415	0	0
27	SUPERVIELLE SEGUROS	1,04	1.179.494.456	145.793.172	0	208.686	913.420.120	120.072.478	0	0	0
28	EVOLUCIÓN	0,89	1.009.207.114	828.941	0	0	896.240.083	0	112.138.090	0	0
29	HAMBURGO	0,87	977.910.485	26.315.448	0	1.061.561	352.128.427	462.429.524	135.975.525	0	0
30	SMSV SEGUROS	0,74	834.651.565	5.025.816	0	180.489.425	488.267.824	14.621.943	146.246.557	0	0
31	MAPFRE VIDA	0,73	825.841.211	347.114.098	7.025.613	9.634.003	452.223.747	0	9.843.750	0	0
32	ALLIANZ ARGENTINA	0,71	804.931.860	116.931.990	0	2.897.050	552.033.923	133.068.897	0	0	0
33	CARDIF SEGUROS	0,67	758.732.007	35.767.989	115.517.206	0	25.406.872	582.039.940	0	0	0
34	CHUBB SEGUROS ARG.	0,62	700.932.054	424.891.519	13.330.431	0	17.172.092	245.483.086	54.926	0	0
35	IAPSER SEGUROS	0,57	643.463.297	39.600.087	0	3.530.430	220.358.460	2.857.536	257.162.142	1.827.747	118.126.895
36	HORIZONTE	0,51	570.208.839	49.832.934	0	0	460.378.699	0	59.997.206	0	0
37	GRUPO PARANÁ	0,50	560.168.272	56.892.814	0	488.950.792	14.324.666	0	0	0	0
38	ASSURANT ARGENTINA	0,49	555.336.559	50.992.127	102.966.461	88.674	201.556.055	199.733.242	0	0	0
39	TRIUNFO	0,48	545.515.502	29.300.886	0	0	302.924.313	0	213.290.303	0	0
40	BERNARDINO RIVADAVIA	0,44	496.399.759	166.749.552	0	18.993.580	310.656.627	0	0	0	0
41	SURCO	0,42	474.703.569	16.161.221	9.471.363	(11.274)	277.403.415	0	171.678.844	0	0
42	HDI SEGUROS	0,41	457.711.336	65.320.190	0	11.868	377.378.214	1.498.741	13.502.323	0	0
43	OPCIÓN	0,39	442.586.980	7.515.800	0	0	68.438.194	225.349.690	141.283.296	0	0
44	MERCANTIL ANDINA	0,38	434.382.908	334.472.099	0	1.828.371	98.082.438	0	0	0	0
45	TRES PROVINCIAS	0,38	428.947.294	0	0	27.104.980	2.428.649	38.816.501	360.597.164	0	0
46	EQUITATIVA DEL PLATA	0,35	400.355.199	12.277.995	0	366.468.158	21.609.046	0	0	0	0
47	ARG. SALUD, VIDA Y PAT.	0,35	389.925.256	30.074.321	0	59.440	330.717.202	16.318.880	12.755.413	0	0
48	GALENO SEGUROS	0,34	386.838.035	54.818.348	0	0	113.486.309	216.922.808	1.610.570	0	0
49	PEUGEOT CITROEN SEG.	0,33	368.160.770	0	0	0	0	368.160.770	0	0	0
50	GRUPO CREDICOOP	0,32	355.942.223	1.131.796	0	0	210.208.256	52.138.710	0	1.152.204	91.311.257
51	INSTITUTO SEGUROS	0,30	343.156.167	99.827	0	0	210.206.574	0	132.849.766	0	0
52	INST. ASEG. MERCANTIL	0,28	321.048.751	4.284.446	0	699.331	316.044.162	0	20.812	0	0
53	LIDERAR	0,28	321.011.244	2.641.996	0	317.202.114	25.863	1.141.271	0	0	0

SEGUROS DE PERSONAS: CIFRAS CONSOLIDADAS POR GRUPOS A MARZO 2021

Nº	GRUPOS Y COMPAÑÍAS	%	PRIMAS EMITIDAS \$	ACCIDENTES PERSONALES \$	SALUD \$	VIDA INDIVIDUAL \$	VIDA COLECTIVO \$	VIDA SALDO DEUDOR \$	SEPELIO \$	RETIRO INDIVIDUAL \$	RETIRO COLECTIVO \$
54	FAIRFAX	0,28	313.937.925	264.583.467	0	0	49.354.458	0	0	0	0
55	INST. SEGUROS JUJUY	0,27	304.808.118	0	0	0	199.975.006	814.950	104.018.162	0	0
56	HOLANDO SUDAMERIC.	0,26	290.234.359	147.008.436	0	2.184.774	141.252.546	0	(211.397)	0	0
57	PREVINCA	0,23	265.247.028	2.443.856	25.434.929	1.224.782	80.620.529	1.666.764	153.856.168	0	0
58	BENEFICIO	0,23	254.420.787	67.550.545	12.356.715	4.123.946	139.950.195	0	30.439.386	0	0
59	GRUPO BERKLEY	0,19	209.445.408	84.385.706	0	90.991	124.968.711	0	0	0	0
60	COLÓN	0,18	208.470.893	55.871.829	34.084.348	0	75.290.831	29.407.695	13.816.190	0	0
61	NORTE	0,18	198.658.444	140.311.633	0	0	53.977.342	4.369.469	0	0	0
62	SAN GERMÁN	0,17	197.035.380	17.415.472	0	0	160.246.380	2.353.325	17.020.203	0	0
63	PIEVE SEGUROS	0,17	195.688.933	982.514	0	0	63.003.019	0	131.703.400	0	0
64	PRUDENCIA	0,16	180.430.767	6.046.349	0	165.643.237	8.654.705	0	86.476	0	0
65	RÍO URUGUAY	0,15	171.935.349	89.581.048	18.394.833	28.980.520	30.356.541	0	4.622.407	0	0
66	CERTEZA	0,15	165.577.862	0	0	0	0	0	165.577.862	0	0
67	COOP. MUT. PATRONAL	0,14	157.188.763	128.694.068	0	1.896.118	26.598.577	0	0	0	0
68	BONACORSI PERSONAS	0,14	156.458.701	0	0	0	0	0	156.458.701	0	0
69	GRUPO CAMPICI	0,13	151.804.066	40.153.720	0	17.531	99.458.414	11.859.667	314.734	0	0
70	SENTIR	0,13	150.819.208	0	0	0	1.953.246	0	148.865.962	0	0
71	PLENARIA VIDA	0,11	122.807.114	1.508.081	10.581.632	701	100.177.835	0	10.538.865	0	0
72	CAMINOS PROTEGIDOS	0,09	99.786.805	1.734	0	0	46.089.712	0	53.695.359	0	0
73	ANTICIPAR	0,06	73.219.785	518.909	0	0	4.230.551	0	68.470.325	0	0
74	CAJA PREV. SEG. MED. PBA	0,06	71.695.737	4.666.852	0	17.698	44.825.233	22.185.954	0	0	0
75	TRAYECTORIA SEGUROS	0,06	64.250.159	742.951	5.446	2.204.995	61.010.029	286.738	0	0	0
76	INTÉGRITY	0,05	59.792.865	40.611.498	0	0	17.553.279	0	1.628.088	0	0
77	LUZ Y FUERZA	0,05	59.739.496	684.747	0	0	39.130.918	0	19.923.831	0	0
78	CRUZ SUIZA	0,05	52.813.846	20.178.973	1.990.933	28.727	9.537.869	21.026.349	50.995	0	0
79	NOBLE RESP. PROF.	0,04	47.377.155	16.561.236	0	1.355.260	29.460.659	0	0	0	0
80	POR VIDA SEGUROS	0,03	36.420.604	36.420.604	0	0	0	0	0	0	0
81	CÍA. MERCANTIL ASEG.	0,03	35.006.156	0	0	0	0	0	35.006.156	0	0
82	VICTORIA	0,03	31.321.875	7.082.004	0	0	23.579.834	0	660.037	0	0
83	ASEG. DEL FINISTERRE	0,03	31.276.578	0	0	0	0	0	31.276.578	0	0
84	FEDERADA SEGUROS	0,03	28.849.084	485.772	2.140.915	10.362.989	9.684.991	874.479	5.299.938	0	0
85	SEGUROMETAL	0,02	22.805.067	15.379.233	0	67.698	7.358.136	0	0	0	0
86	SANTÍSIMA TRINIDAD	0,02	22.497.723	0	0	0	17.910.748	0	4.586.975	0	0
87	PERSEVERANCIA	0,02	21.835.400	17.289.333	0	0	4.546.067	0	0	0	0

SEGUROS DE PERSONAS: CIFRAS CONSOLIDADAS POR GRUPOS A MARZO 2021											
N°	GRUPOS Y COMPAÑÍAS	%	PRIMAS EMITIDAS \$	ACCIDENTES PERSONALES \$	SALUD \$	VIDA INDIVIDUAL \$	VIDA COLECTIVO \$	VIDA SALDO DEUDOR \$	SEPELIO \$	RETIRO INDIVIDUAL \$	RETIRO COLECTIVO \$
88	CONFLUENCIA	0,02	20.076.841	0	0	0	11.852.432	0	8.224.409	0	0
89	SANTA LUCÍA SEGUROS	0,02	18.766.597	983.601	0	0	4.185.985	95.059	13.501.952	0	0
90	GESTIÓN	0,02	16.939.150	15.222.422	0	0	1.338.859	39.205	338.664	0	0
91	NIVEL SEGUROS	0,01	13.483.555	3.570.695	0	0	9.912.860	0	0	0	0
92	SAN PATRICIO	0,01	10.340.968	10.534	0	0	10.330.434	0	0	0	0
93	PROVIDENCIA	0,01	8.409.562	4.378.967	0	227.942	3.739.192	0	63.461	0	0
94	NATIVA	0,01	7.866.326	6.344.898	0	34.131	1.487.297	0	0	0	0
95	PREVISORA SEPELIO	0,01	6.561.443	0	0	0	0	0	6.561.443	0	0
96	PROF	0,01	6.477.757	6.329.290	0	0	148.467	0	0	0	0
97	FOMS	0,00	5.504.968	841.433	0	0	4.668.266	0	(4.731)	0	0
98	GRUPO EL PROGRESO	0,00	4.424.208	838.122	0	0	3.239.593	0	346.493	0	0
99	COPAN	0,00	4.099.468	3.658.502	0	0	440.966	0	0	0	0
100	GRUPO ANTÁRTIDA	0,00	3.800.141	3.034.379	0	0	759.916	0	5.846	0	0
101	LATITUD SUR	0,00	3.750.736	1.132.813	0	0	2.617.923	0	0	0	0
102	DIGNA SEGUROS	0,00	3.608.975	2.706.888	0	338.602	202.921	0	360.564	0	0
103	LIBRA	0,00	3.260.502	4.625	0	0	156.348	0	3.099.529	0	0
104	METROPOL	0,00	2.604.507	1.303.761	0	0	1.300.746	0	0	0	0
105	SAN MARINO	0,00	1.574.556	1.573.064	0	0	0	0	1.492	0	0
106	NUEVA	0,00	1.196.245	182.318	0	0	233.869	0	780.058	0	0
107	A. T. MOTOVEHICULAR	0,00	775.854	0	0	0	775.854	0	0	0	0
108	SOLVENCIA RETIRO	0,00	269.330	0	0	0	0	0	0	0	269.330
109	LATIN AMERICAN SEG.	0,00	1.737	0	0	0	595	0	1.142	0	0
110	ARGOS	0,00	0	0	0	0	0	0	0	0	0
111	ASOC. MUTUAL DAN	0,00	0	0	0	0	0	0	0	0	0
112	ESENCIA SEGUROS	0,00	0	0	0	0	0	0	0	0	0
113	EUROAMERICA	0,00	0	0	0	0	0	0	0	0	0
114	N.S.A. SEGUROS GRALES.	0,00	0	0	0	0	0	0	0	0	0
115	PROYECCIÓN RETIRO	0,00	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total general		100,00	112.890.276.310	13.941.356.382	1.457.485.045	29.806.852.291	39.247.131.053	12.562.641.399	6.080.240.306	1.180.541.349	8.614.028.485
COMPOSICIÓN GRUPOS ASEGURADORES: ♦ Zurich Life, Zurich Argentina y Zurich Santander ♦ Sancor Seguros y Prevención Retiro ♦ Sancor Medicina Privada: Trayectoria ♦ SMG Life, SMG Seguros, SMG Retiro, Instituto Salta Vida ♦ MetLife Seguros y MetLife Retiro ♦ Segunda Retiro, Segunda Personas ♦ San Cristóbal Seguros, San Cristóbal Retiro, Iúnigo ♦ Provincia Seguros, Provincia Vida ♦ Credicoop Retiro, Segurcoop ♦ Nación Seguros, Nación Retiro ♦ Instituto Prov. Entre Ríos Vida, Instituto Prov. Entre Ríos Retiro ♦ HSBC Vida, HSBC Retiro ♦ Galicia Seguros, Galicia Retiro ♦ Federación Patronal Seguros, Federación Patronal Retiro ♦ BBVA Seguros ♦ Providencia (Grupo Indalo) ♦ Grupo Werthein: Experta Retiro, Experta Seguros y Estrella Retiro ♦ Binaria Vida, Binaria Retiro ♦ Grupo Sura: Seguros Sura, ACG ♦ Grupo Orígenes: Orígenes Retiro y Orígenes Seguros ♦ Internacional Vida (Belocopiitt 59%; Bapro 37%) ♦ Grupo Testimonio y Boston ♦ Grupo Escudo y TPC.											

VOCES. ANALÍA AMICO, PRODUCTORA DE SEGUROS Y MIEMBRO DE LA MDRT

“Hay que tener mucho cuidado con los ‘simuladores de vida’”

En la Argentina la pandemia ha generado una explosión de los seguros de Vida que abre grandes oportunidades para quienes trabajan el ramo, pero también deja lugar para muchos simuladores que ofrecen millones en protección o en ahorros con poca inversión, lo cual no sucede en ninguna parte del mundo, advierte la asesora Analía Amico, del bróker *González Santoianni*, quien forma parte de la Mesa del Millón de Dólares, un selecto grupo que nuclea a los profesionales con mejor desempeño productivo a nivel mundial.

Según la visión de la productora especializada en seguros de Vida, Analía Amico, desde que empezó la pandemia los seguros de Personas en la Argentina viven una verdadera explosión, que si bien abre grandes oportunidades para quienes operan el ramo también los obliga a tener mucho cuidado. “Los *simuladores de vida* existen y están entre nosotros; ofrecen millones en protección o en ahorros con poca inversión, lo cual no ocurre en ningún lugar del mundo. Por eso nuestro trabajo también consiste en proteger a los asegurados y a la industria de estos simuladores”, advierte la asesora, que forma parte del bróker *González Santoianni* y también es miembro de la

Mesa del Millón de Dólares (MDRT, según sus siglas en inglés, Million Dollar Round Table), reconocida como la asociación de profesionales del seguro y los servicios financieros más importante del mundo, que hoy nuclea a más de 60.000 miembros de 72 países con altos volúmenes de producción, incluyendo a 50 productores argentinos especializados en seguros de Personas.

“Las posibilidades de desarrollo del ramo son enormes. Y como toda oportunidad uno tiene la posibilidad de tomarla o no. Es un momento ideal para que las aseguradoras mejoren sus canales digitales e incrementen su producción; los productores de Patrimoniales incorporen un nuevo producto y los pro-

“Es un momento ideal para que las aseguradoras mejoren sus canales digitales; los productores de Patrimoniales incorporen un nuevo producto y los de Personas sigan generando conciencia en sus clientes respecto a la compra de una segunda póliza.”

ductores de Personas sigan estudiando y generando conciencia en sus clientes respecto a la compra de una segunda póliza, tal como ocurre en otros países”, explica Amico en diálogo con **Estrategas**.



A PASO FIRME. Para hacer frente a la nueva coyuntura, desde el bróker *González Santoianni*, que comercializa seguros Patrimoniales y de Personas en todo el país a través de una red de 250 productores activos, decidieron mantenerse cerca de su canal comercial a través de reuniones, capacitaciones, mayor presencia en las redes sociales y actualización en el uso de herramientas digitales. Eso les valió no sólo para mantener su cartera sino incluso para incrementarla, al igual que la cantidad de productores que

quieren continuar o iniciarse en la venta de seguros de Vida, según precisa Amico. “Nuestra formación de más de 25 años en la industria de seguros de Personas nos permite adaptarnos para comercializar y para enseñar a comercializar. Vamos por muy buen camino; la capacitación, perseverancia y planificación nos permitieron incrementar un 30 por ciento la cantidad de productores asociados al bróker y aumentar nuestra producción en un porcentaje considerable con respecto al año anterior”, destaca la productora, cuya cartera personal está conformada mayormente por seguros de Vida individual (donde trabaja con *CNP* y con *Swiss Medical Seguros de Vida*) y también por coberturas que a través de los años le confiaron sus asegurados, tales como seguros de Vida colectivos para sus empresas, Patrimoniales, Riesgos del Trabajo, Caucciones y Praxis.

Amico dice que el boom que atraviesan los seguros de Vida en la Argentina debe apalancarse generando más conciencia aseguradora en la población y eso se logra llegando a una mayor cantidad de personas. “Las compañías se están animando a hacer publicidades de seguros de Vida y los productores asesores de seguros de Patrimoniales a comercializar seguros de Personas. Quienes estamos en la industria hace tiempo tenemos la obligación de mantener esa llama encendida, de contar con la humildad como para seguir aprendiendo y de transmitir esa pasión por cuidarse y cuidar a los seres queridos. Un consultor decía que la forma de asegurar de los argentinos es primero el vehículo, luego la vivienda y por último, si se puede, la vida. Lo denominaba las 3 V. Desde nuestra organización queremos que se sigan asegurando las 3V, pero redescubriendo las prioridades”, aclara la ejecutiva.

PARA POCOS. La *Mesa del Millón de Dólares* (MDRT, según sus siglas en inglés –*Million Dollar Round Table*–), es reconocida como la asociación de profesionales del seguro y los servicios financieros más importante del mundo. Nació en Estados Unidos en 1927 bajo la iniciativa de 32 productores que demostraron haber vendido ese año más de un millón de dólares en seguros de Vida. Al día de hoy, nuclea a unos 66 mil miembros de 500 compañías de 72 países, entre los cuales se cuentan sólo 50 argentinos.

Para ser miembros de la MDRT los productores deben cumplir no sólo con un alto nivel de productividad sino también con estándares muy estrictos de ética (las violaciones en este sentido resultan en el despido). En el primer caso, los requisitos de calificación para obtener una membresía en 2020 incluían demostrar una producción anual de

“Un consultor decía que la forma de asegurar de los argentinos es primero el vehículo, luego la vivienda y por último la vida. Lo denominaba las 3 V. Nosotros queremos que se sigan asegurando las 3V, pero redescubriendo las prioridades.”



■ “Las compañías se están animando a hacer publicidades de seguros de Vida y los productores asesores de seguros de Patrimoniales a comercializar seguros de Personas.”

US\$ 190 mil en la comisión del primer año. Además existen otros dos niveles más altos de membresía: *Court of the Table* y *Top of the Table*, en los cuales para calificar el solicitante debe acreditar una comisión anual de ingresos del primer año de tres a seis veces el requisito básico. “Es un honor para mí ser miembro por segundo año consecutivo del Comité Argentino como *Company Chair MDRT Argentina* y calificar nuevamente como miembro *Court of the Table*”, reconoce Amico. “Recientemente tuvimos nuestra conferencia anual *MDR Table 2021*, que se realizó en formato virtual y nos permitió compartir conocimientos para el beneficio de los prospectos, los productores y las compañías junto a los mejores profesionales y asesores del mundo”, destaca la productora. **E**

Diego Fiorentino

Productora de elite

Analía Amico dio sus primeros pasos en la industria aseguradora en 1994, cuando fue seleccionada y entrenada por *La Buenos Aires New York Life* para comercializar seguros de Vida y de Retiro. A partir de 2003 se sumó al bróker *Servidio* para desarrollar el canal Productores y en 2008 aceptó la propuesta del bróker *González Santojanni* para desarrollar el área de Vida individual, que hasta el día de hoy sigue a su cargo.

Por otro lado, desde hace dos años la asesora representa a *CNP Seguros* como *Company Chair* dentro del comité MCC de Argentina de la MDRT, *Million Dollar Round Table*. “Realmente –dice la productora– pertenecer a la Mesa del Millón me inspira a crecer, a capacitarme con los mejores del mundo, a intercambiar ideas y a reflexionar sobre lo que hago y cómo puedo mejorar para lograr mis metas. Me enorgullece ser una de las representantes argentinas de tan prestigiosa organización.”

**ALEJANDRO CABALLERO**
CEO LatAm de Europ Assistance

Europ Assistance anuncia el nombramiento de Alejandro Caballero como CEO LatAm. Si bien desde 2007 el ejecutivo se desempeñaba como CEO en el brazo argentino de la compañía, a raíz de esta nueva designación es responsable por el desarrollo y recorrido de las filiales en la región. Asimismo, responderá al CEO Global, Antoine Parisi, pasando a ser miembro del General Management Committee. Caballero es licenciado en administración de empresas por la UCA y posee una maestría en dirección de empresas por la UCCEMA y un programa de liderazgo en el IMD Business School de Suiza.

**ANA MARÍA RIVERA**
Managing Director de Carpenter Marsh FAC

Carpenter Marsh FAC, el intermediario de reaseguros facultativos de Latinoamérica y socio de *Marsh* y *Guy Carpenter*, negocios de *Marsh & McLennan*, anuncia el nombramiento de Ana María Rivera como Managing Director para Latinoamérica y el Caribe (LAC). Con sede en Miami, la ejecutiva reportará a Carlos Rivera, CEO de *Carpenter Marsh FAC* Latinoamérica y el Caribe, y será responsable por apoyar el liderazgo y entregar la amplia gama de soluciones de riesgos y seguros facultativos a sus clientes en la región. Previamente a su designación, Rivera se desempeñó como Líder de Ventas y Soluciones Globales para América Latina en *Willis Towers Watson* y también ocupó puestos de liderazgo en *Aon* y en *Swiss Re*.

**ANDRÉS FORERO**
Solution Manager de Friss

La compañía holandesa *Friss*, especializada en la prevención/detección de fraude en seguros con base en inteligencia artificial, anuncia la contratación de Andrés Forero como Solution Manager para América Latina y la Península Ibérica. El ejecutivo es graduado de Business Administration and Informatics de la *Universidad de Ciencias Aplicadas de Sufwestfalia*, con especialización en Business Intelligence de la *Universidad de Duisburg-Essen*, ambas en Alemania. Su trayectoria incluye la participación en múltiples proyectos con reconocidas aseguradoras, tales como *Zurich Insurance*, en sus unidades de negocio en LatAm, EMEA y APAC durante casi una década.

**DANIEL GONZÁLEZ CASARTELLI**
Director ejecutivo de IDEA

El *Instituto para el Desarrollo Empresarial de la Argentina (IDEA)* designa a Daniel González Casartelli como nuevo director ejecutivo. Formado en Administración de Empresas en la UCA, entre 2012 y 2020 el ejecutivo se desempeñó en distintas posiciones en *YPF*, inicialmente como CFO y luego como CEO. Previamente, trabajó durante 14 años en *Merrill Lynch/Bank of America* en Buenos Aires y en Nueva York, donde lideró la práctica de fusiones y adquisiciones en la región, y también participó activamente como director independiente en distintos directorios de sociedades en América latina.

BRIEF**Triunfo Seguros se transforma con SAP y Process Technologies**

Triunfo Seguros, empresa de seguros patrimoniales nacida en Mendoza y con presencia en todo el país, afianza su camino de transformación con la implementación de la suite inteligente SAP S/4HANA, con el objetivo de lograr una gestión del negocio más inteligente y ágil, aprovechar nuevas oportunidades y gestionar entornos de mercado dinámicos.

La compañía, que cuenta con más de 650.000 clientes, cerca de 600 empleados y una red de más de 3500 PAS, eligió esta plataforma que le permitirá agilizar los procesos de sus áreas de Administración, Contabilidad, Finanzas, así como

Tesorería y Control de Gestión y Costos. Asimismo, buscaba flexibilizar su plataforma tecnológica y generar nuevos modelos comerciales y de negocios para poder sustentar su crecimiento.

El crecimiento de Libra Seguros en números

Libra Seguros se ha convertido en una de las empresas dentro del top 40 de mayor crecimiento en el último año. “Es a partir de un ambicioso, detallado y sustentable plan de negocios que hemos podido crecer un 45% en cartera, lo que representa un 110% en prima emitida neta de anulaciones, mejorando la composición de la misma e incrementando aún más

en el ramo automotor”, señaló Fernando Álvarez, director Comercial de *Libra Seguros*. Por su parte María Insurralde, directora Administrativa comentó, “*Libra* viene realizando una fuerte apuesta en su proyección a futuro más allá de la coyuntura y contexto económico, en este sentido, en el último ejercicio se incrementaron las inversiones en un 46%”.

“En *Libra Seguros* tenemos muy claro nuestro camino, estamos respaldados en la innovación, en el cuidado de los resultados técnicos, la solvencia y en el compromiso con nuestros PAS, asegurados y el mercado del seguro en general”, concluyó Juan Ignacio Perucchi, gerente General de *Libra Seguros*.



ADAPTÁ TU SEGURO A TU MANERA DE VIVIR TU AUTO.

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

SEGURO, ESTÁS MEJOR.

WWW.HDI.COM.AR



CONSULTÁ CON TU PRODUCTOR
ASESOR DE SEGUROS

www.experta.com.ar



Scalper



**Que si los necesito,
estén**

**Todo eso que querés para
el seguro de tu auto**

EXPERTA
SEGUROS | **AUTOS**

Nº de inscripción en SSN
0980

Atención al asegurado
0800-666-8400

Organismo de control
www.argentinagobiar/ssn



SSN

SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN