BANCOS Y SEGUROS NBS

Nº 277 | AÑO XXVI | $200



LOS BANCOS SE DISPUTAN LOS CLIENTES PREMIUM

ESTRATEGIAS PARA EL SEGMENTO VIP



Deuda pública: el desafío del próximo gobierno



Seguros: el reto de digitalizar al productor

CUIDAMOS LO MÁS IMPORTANTE DE TU VIDA: TU VIDA.



SEGUROS CON CAPITALIZACIÓN

VIDA AHORRO / VIDA INVERSIÓN

Te ofrecemos seguros de vida deducibles del impuesto a las ganancias, que generan y protegen tus ahorros.
Para que puedas disfrutar hoy, la tranquilidad de estar construyendo tu futuro y el de los que más querés.

PARA MÁS INFORMACIÓN:
Comunicate con tu Productor Asesor de Seguros o llamá al 0800 444 2850.

sancorseguros.com.ar

SANCOR SEGUROS

Nº de inscripción en SSN 0224 | Atención al asegurado 0800-666-8400 | Organismo de control www.argentina.gob.ar/ssn | SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

¿LOS ARGENTINOS YA ELIGIERON?



Alejandro Liska
Director editorial

Independientemente de quién se imponga en las elecciones del próximo 27 de octubre, la evolución de los acontecimientos políticos hace pensar que los argentinos ya eligieron los lineamientos generales sobre los cuales deberá manejarse la economía en los próximos cuatro años.

Esto se desprende de la decisión a la que se vieron obligadas las fuerzas con más chances en la contienda electoral de moverse hacia el centro del electorado, restándole peso a sus sectores más "puros" o radicales. Fue el caso de la incorporación de Miguel Ángel Pichetto a la fórmula oficialista y la de Alberto Fernández y Sergio Massa a la propuesta de la oposición.

Todo indicaría que, a diferencia de lo sucedido en otros momentos de la historia, la gran mayoría de los argentinos ya no cree en soluciones mágicas. Ya no se deja engañar por las viejas consignas de las principales fuerzas políticas, como no pagar la deuda pública, cerrar la economía al mundo o demonizar al Fondo Monetario Internacional.

Es temprano aún para llegar a una conclusión definitiva pero hay señales de una maduración de la sociedad, producto posiblemente del recambio generacional, pero seguramente también del aprendizaje que extrajimos de esta constante prueba y error a la que nos vienen sometiendo los políticos en este experimento económico fallido que es la Argentina.

De este modo, el escenario que se ha configurado en las últimas semanas permite vislumbrar la posibilidad de que en Argentina se genere, finalmente, el tipo de alternancia política que prevalece en las economías capitalistas de mejor desempeño en las últimas décadas, en donde se suceden en el poder fuerzas de centroderecha y centroizquierda. Esto implica mantener a lo largo del tiempo un conjunto de premisas económicas básicas compartidas por la mayor parte del espectro político, con cambios en la superficie de acuerdo al signo del gobierno de turno.

Este sería un paso fundamental para poner en marcha un proceso de crecimiento sostenido. Es que resulta indudable que la elevada volatilidad de la política económica argentina ha sido un factor determinante en el atraso relativo que sufrió nuestro país en las últimas décadas. La constante modificación de las prioridades y objetivos, del grado de apertura de la economía, de la participación del Estado en la misma o de los precios relativos ha actuado como un constante desincentivo a la inversión privada, el principal motor de una economía capitalista.

Un marco económico más previsible podría haber sido el resultado del acuerdo sin éxito que propuso el Gobierno semanas atrás, pero también puede surgir de una sociedad madura que ponga límites al accionar de los políticos.

BANCOS Y SEGUROS
www.nbsbancosyseguros.com



14 Los bancos se disputan LOS CLIENTES PREMIUM

04 **Los bancos avanzan hacia la atención "no presencial"**
En la mayoría de las entidades, la transaccionalidad migró hacia los sitios de *online banking* y las *apps* de los bancos. ¿Qué desafíos presenta este nuevo modelo para el sistema financiero local y cómo lucirán las sucursales bancarias del futuro?

08 **Los bancos diseñan propuestas para las mujeres**
Las entidades buscan saldar la brecha de género que hay en el crédito a mujeres y a empresas lideradas por ellas. Lejos de los productos "rosa", las instituciones financieras lanzan paquetes completos para las necesidades específicas del segmento femenino.

12 REPORTE FINANCIERO

20 MUNDO NOTICIAS

22 **Deuda pública: el desafío del próximo gobierno**
La sostenibilidad de la deuda soberana, que pesa más del 80% respecto del PBI, preocupa debido a que los mercados están cerrados para Argentina. Se necesita superávit primario, crecimiento económico y renegociar el acuerdo con el FMI.

28 **Las tendencias mundiales en Inteligencia Artificial**
Los desarrollos a escala global son vertiginosos y generan herramientas para hacer cada vez más eficiente el sector asegurdor a través de la generación de pólizas a medida. Los expertos afirman que la Ley de Conocimiento será fundamental a futuro.

32 **El reto de digitalizar al productor**
De la visión de la tecnología como amenaza para el tradicional rol del productor de seguros a las iniciativas de las empresas para lograr el salto al siglo XXI, con los productores como principales protagonistas.

36 **Nueva alternativa de inversión pyme para aseguradoras**
Las compañías podrán invertir en sociedades de garantía recíproca (SGR). Así, tendrán beneficios impositivos a la vez que contribuyen al financiamiento pyme. Las SGR, por su parte, esperan que esta iniciativa las ayude a consolidar el sistema de avales.

40 **Menos juicios, más prevención**
La aprobación de la nueva ley en 2017 permitió reducir la judicialidad sensiblemente. Si bien quedan algunas asignaturas pendientes, empiezan a verse los primeros efectos positivos, tales como la caída de los costos para las empresas y el aumento de los programas de prevención.

44 **"La tecnología no es la solución pero tiene la llave para encontrarla"**
Las aseguradoras responden a la creciente demanda de productos *online* por parte de los clientes. Compañías de tecnología aplicada a los seguros vienen a sumar herramientas al sector, tal como sucedió entre las fintech y los bancos. Una novedad para el mercado argentino.

Directora
Silvia I. Fichman

Director editorial
Alejandro Liska

Editor responsable
Melina Manfredi

Diseño gráfico
Gabriela Fiant

N.° 277, julio de 2019.
NBS Bancos y Seguros
Editor: Grupo Sol Comunicaciones S.A.
Lavalle 1616, piso 10, of. B, Capital Federal.
Teléfonos: 4373-1273

ISSN: 0329-5117
Las notas firmadas no representan necesariamente la opinión de los editores. Queda prohibida la reproducción total o parcial del contenido de esta publicación por el medio que fuere. Se permite, no obstante, la mención de los artículos citando la fuente.
Registro de propiedad intelectual:
N.° 5330349
Registro de marca: 1.877.020
Propietario: COMUNICARTE S.R.L.
Impresión: Mariano Mas S.A.
México 651 | C.A.B.A.
Precio por ejemplar: $200.-

E-mail: nsbancos@solcomunicaciones.com.ar



Visite nuestra web:
www.nbsbancosyseguros.com

BBVA

Seguros

Que nada te detenga, dejate sorprender

Conocé nuestros seguros
bbvaseguros.com.ar

Creando Oportunidades



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

Nº de inscripción en SSN
0396

Atención al asegurado
0800-666-8400

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

SSN | SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

¿Adiós a las filas?

Los bancos avanzan hacia la atención "no presencial"



En la mayoría de las entidades, la transaccionalidad migró hacia los sitios de online banking *y las* apps *de los bancos. ¿Qué desafíos presenta este nuevo modelo para el sistema financiero local y cómo lucirán las sucursales bancarias del futuro?*

Opinan:
Carlos Pietragallo - Diego Baccini - Otacílio Magalhães - Fernando Zumbo

La forma en la que los clientes interactúan con el sistema financiero cambió. Cada vez más personas prefieren no acercarse a su banco personalmente y ya sea para hacer una transferencia o comprar dólares, eligen operar desde su teléfono celular y por fuera del clásico horario de 10 a 15.

Hay un doble juego. Por un lado, las entidades facilitaron los desarrollos para dejar atrás la "foto" de la sucursal con larga filas de trámites, al permitir operar por otros canales. Por otro, la demanda de los clientes es que cada vez más los bancos los acompañen en su día a día, al mismo tiempo que escapan a perder tiempo en las sucursales físicas.

Banca 24×7

Carlos Pietragallo, jefe de Banca Digital de HSBC, explicó en diálogo con *NBS Bancos y Seguros*: "Hace varios años fue una decisión del banco empezar a migrar las operaciones a los canales automáticos, pero sin dudas acompañó a una demanda de los clientes. Hoy en día la mayoría de las actividades transaccionales se hacen por cajeros, en la plataforma web y en nuestra *app mobile*. Los clientes buscan un servicio más rápido, más eficiente y, por sobre todas las cosas, evitar perder el tiempo que lleva acercarse a

una sucursal física". Y añadió: "Se trabajó en consecuencia, en función de esa tendencia. Y hoy vemos que hay muchas operaciones que se hacen casi exclusivamente por canales remotos. Por ejemplo, el 93% de las compras de moneda extranjera se realizan hoy en día en forma digital".

La misma situación se registró en Banco Galicia. "Todo lo que estamos haciendo en el mundo digital de alguna manera saca operaciones del mundo físico. Pero todavía conviven en el banco públicos de los dos canales. Esto quiere decir que, si bien hay un porcentaje grande de clientes que operan en el mundo digital, el 45% de las personas que trabajan con nuestro banco todavía prefieren utilizar los canales analógicos", expresó Diego Baccini, gerente de Sucursales de la entidad. "Mientras tanto, el 90% de las nuevas altas de clientes se hace por canales digitales. Creo que todas estas opciones apuntan a evitar la pérdida de tiempo de los clientes", aseguró.

Por su parte, Otacílio Magalhães, superintendente de Negocios Digitales de Banco Patagonia, afirmó: "Actualmente, los clientes del banco pueden hacer todas sus operaciones del día a día por celular *homebanking*. Hoy, un 90% de las transacciones financieras de nuestros clientes son por autogestión", dijo. A la vez sumó: "Hoy se puede acceder a la *app* del banco con uso de la huella y reconocimiento facial. Es una facilidad en términos de rapidez y que dispensa la digitación de una clave. El grado de satisfacción de nuestros clientes con esta solución es bastante alto".

Un nuevo espacio en las sucursales

La nueva dinámica obligó a los bancos a pensar en un rediseño para su sistema de sucursales. "En ICBC trabajamos para que el cliente pueda elegir el canal por el cual desee operar", explicó Fernando Zumbo, responsable de Proyectos Especiales & ICBC Truck de la banca digital y electrónica de la entidad. "El cliente suele analizar las propuestas vía web o *mobile* y acercarse a la sucursal para concretar la operación. Para ello instalamos dispositivos, como *tablets*, para que el cliente pueda retomar la transacción que desea, de la forma exacta en la que la estuvo mirando", añadió.

La entidad de origen chino recientemente inauguró un nuevo modelo de sucursal "inteligente". "El concepto es un nuevo *look and feel* moderno, innovador y tecnológico, con elementos de comunicación visual como video *walls*, espacios de confort para tener una experiencia más distendida y un modelo de atención diferente, en el que los oficiales están más cerca del ingreso para recibir al cliente con mayor proactividad. El cliente puede manejar su tiempo y optar entre la atención personalizada o autogestionarse por los nuevos equipos, con la asistencia y asesoramiento de nuestros oficiales", agregó Zumbo.

Para esta sucursal, que es un prototipo de un plan de digitalización emplazado en el barrio porteño de Puerto Madero, se invirtieron cerca de1,8 millones de dólares. El plan de la entidad es extender este modelo de sucursales en distintos puntos del país, y en una primera etapa, serán 20 los puntos de atención que tengan estas características.

El ritmo de lo digital marca el pulso en el mundo físico. En Banco Galicia, por ejemplo, Baccini comentó: "Pensamos nuestra red de sucursales para que puedan tener un asesoramiento más personalizado, donde los clientes encuentren un acompañamiento en el mundo digital. Creemos que vamos a hacia un modelo donde, en su mayoría, se prefiere transaccionar en el mundo digital pero se busca asesoramiento en los espacios físicos. De alguna manera, vamos hacia una coconstrucción con el cliente de nuestras sucursales físicas".

El ejecutivo adelantó que la renovación de las sucursales de la entidad incluye islas equipadas con *tablets* en el centro de los espacios, donde los clientes puedan navegar, operar y hacer consultas. "Estamos analizando en qué puntos se puede avanzar hacia sucursales sin cajas. O sea, que el banco saque la transaccionalidad de la caja, ahora dominada por la *app*, la web y los canales de atención remota, y allí vayan los clientes en busca de asesoramiento personalizado a la hora de tomar una decisión de inversión o sacar un préstamo de largo plazo, como puede ser un crédito hipotecario o una solución de financiamiento para una pyme".

"Estamos intentando unificar la experiencia de los canales digitales en el mundo físico. Toda la transformación que va a vivir la sucursal física va hacia ahí", sumó Baccini. "Estamos rediseñando el modelo de cada una de ellas y replanteando todo lo que pasa dentro de ese espacio", dijo.

En el Galicia ya se presentaron varias sucursales dentro del modelo Conecta, donde proponen un esquema de atención más personalizado. "Queremos que la biometría sea

"También invertimos en capital humano. Varias de las iniciativas que mencionamos tienen que ver con la capacitación permanente, la adopción del trabajo por propósito y libertad con responsabilidad, que es lo que creemos que nos permitirá alcanzar el liderazgo en materia de desarrollo tecnológico."



"El cliente suele analizar las propuestas vía web o mobile y acercarse a la sucursal para concretar la operación. Para ello instalamos tablets, para que el cliente pueda retomar la transacción que desea, de la forma exacta en la que la estuvo mirando".

el medio de identificación de todas nuestras sucursales", señaló Baccini.

Este modelo de atención remota también tiene lugar en las sucursales de otros bancos. Zumbo contó que en ICBC, por ejemplo, incluyeron "el videoasistente, que es un equipo asistido por un operador remoto que, conectado a través de videoconferencia, puede ir guiando al cliente en el proceso de *onboarding*, consultas, reclamos y, en una segunda etapa, también podrá operar con transacciones que conlleven manejo de efectivo".

En el HSBC también cambiaron las formas de atención en las sucursales. "Seguimos las tendencia que registramos como banco global. Frente a los nuevos desplazamientos de los clientes, las sucursales necesitan adecuarse. Pensamos los espacios con un *layout* diferente, que cuenten con dispositivos con pantalla táctil donde los clientes puedan hacer su autogestión.

También en trasladar a nuestros oficiales de atención al centro del *lobby* del banco para estar más cerca de sus inquietudes y evitar las esperas", dijo Pietragallo.

Inversión en capital humano

Entre las preocupaciones del sector bancario en la actualidad está la de actualizar y transformar, además, a sus recursos humanos. Es que pensar el modelo de sucursal del siglo XXI, no implica únicamente adecuar los espacios desde el punto de vista del diseño y la accesibilidad. También se necesita una profunda transformación del perfil y el rol de los recursos humanos. "A medida que fuimos registrando menos afluencia de público en nuestras sucursales, el banco reforzó su personal y sus estructuras en sus centrales tecnológicas", señaló el ejecutivo del HSBC.

En el caso de ICBC, en tanto, puertas adentro se están implementando mejoras en las API para permitir ejecutar en forma automática algunas de las funcionalidades de los canales digitales. Así se agilizan pasos, como la carga de datos de los clientes a la hora de hacer consultas o trámites, lo que resulta útil tanto para los usuarios como para los empleados. En el mismo sentido, fuentes de la entidad explicaron que en 2019 reforzarán su inversión en inteligencia artificial para mejorar el *chatbot* de atención al cliente.

De esta forma, los desarrolladores, diseñadores y perfiles del universo IT pasaron a ser los más buscados por las entidades. Este tipo de perfiles son relativamente escasos y, según los bancos,tienen "alta rotación". Además, afirman que deben transformar sus estructuras para lograr retenerlos, más allá del salario.

Pero también los tradicionales oficiales de atención al público "se mudaron" a los canales digitales. En Banco Galicia, por ejemplo, se incrementó la estructura del contact center. "También tratamos de tener un perfil muy activo en las redes sociales, que es donde se encuentra el cliente.

Recientemente Gala, que es el bot de atención automatizada del Galicia, fue premiado por Facebook debido a su eficiencia. Con Gala, los clientes pueden hacer consultas básicas por esta red social o por WhatsApp y, si hay más inquietudes, son derivados a un representante del banco", explicó Baccini. Según Magalhães, en Banco Patagonia se invierte en nuevas tecnologías en forma continua. "Estamos acompañando alrededor de 30 iniciativas que parten desde la aceleración en la adopción de métodos ágiles de trabajo hasta el lanzamiento de nuevas experiencias para los clientes. El tema es, sin duda, el más importante del portfolio de inversiones actual del banco", dijo.

En este banco, la apuesta por un nuevo tipo de empleado bancario también está sobre la mesa. Sobre todo, también invertimos en capital humano. Varias de las iniciativas que mencionamos tienen que ver con la capacitación permanente, la adopción del trabajo por propósito y libertad con responsabilidad, que es lo que creemos que nos permitirá alcanzar el liderazgo en materia de desarrollo tecnológico", cerró Magalhães.

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







ART | Medicina Prepaga | Seguro de Vida

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

GRUPO OMINT

Nº de inscripción en SSN 0862/0894 | Atención al asegurado 0800-666-8400 | **Organismo de control** www.ssn.gob.ar | SSN | SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

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



Productos específicos

Los bancos diseñan propuestas para las mujeres

Las entidades buscan saldar la brecha de género que hay en el crédito a mujeres y a empresas lideradas por ellas. Lejos de los productos "rosa", las instituciones financieras lanzan paquetes completos para las necesidades específicas del segmento femenino.

Opinan:
Diana Scalise - Zelanda Pogliano - Silvia Tenazinha

Con la idea de que las mujeres son un sector subatendido por el sistema financiero, las entidades presentan propuestas que, lejos de quedarse en campañas de "*marketing* rosa", apuntan a dar impulso a su capacidad productiva a través de créditos y formación financiera que les permita escalar su negocio.

"Mujeres que lideran" es la propuesta del banco BICE para llegar con una línea de crédito y una oferta de capacitaciones al segmento femenino. En diálogo con *NBS Bancos y Seguros*, Diana Scalise, economista del banco, explicó que la primera dificultad al trazar el perfil financiero de las mujeres es la falta de información desagregada por género a nivel local.

"El Banco Mundial y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) tienen información financiera de empresas desagregada por género y de esas encuestas se desprende que el 40% de las compañías de varones tiene una línea con un banco para financiar sus inversiones; mientras que en el caso de compañías de mujeres, sólo sucede en el 20%. En cuanto al volumen de inversiones, el 27% de las inversiones de las empresas de hombres están financiadas por bancos y sólo el 4% en las compañías de mujeres". La ejecutiva agregó que se detecta un *gap* en el acceso a la financiación de inversiones pese a que las mujeres tienen un 54% menos de probabilidad de caer en mora que los hombres.

Desde Banco Ciudad presentaron un relevamiento en el mismo sentido. A través de una encuesta *online* con 108 emprendedoras de la Ciudad de Buenos Aires detectaron que el 72% de las encuestadas manifestó tener necesidades que no eran asistidas por ninguna entidad financiera. "Algunos de los temas importantes que revelaron las encuestas fue el de la flexibilidad en cuanto a los requisitos para acceder a un préstamo, la falta de asesoramiento legal e impositivo y los horarios de atención", dijo Zelanda Pogliano, gerente de Marketing de Banco Ciudad.

Para Scalise en muchos casos el segmento

femenino se autoexcluye del sistema porque tiene la creencia de que no le van a dar un crédito. Además, la forma de relacionarse con la institución financiera es diferente entre hombres y mujeres. "Los bancos están más orientados al perfil masculino, que es mas transaccional, mientras que las encuestas concluyen que la mujer tiene un perfil más relacional, de largo plazo, y es más proclive a consumir otros servicios que ofrecen las entidades financieras. Sin embargo es un segmento subrepresentado en la cartera de los bancos a nivel empresas. En otros servicios hay más equidad entre ambos".

Según datos del BID citados por banco Santander, existe una brecha de crédito de 2.700 millones de dólares en las pymes propiedad de mujeres en el país. Ellas representan el 51% de la población en Argentina y, además, el 56% son jefas de familia. En un 80% son quienes toman o influyen en las decisiones de compra doméstica. Por otra parte, el 63% de los profesionales que se gradúan en las universidades son mujeres y lo hacen entre uno y dos años antes que los hombres y con mejores calificaciones. Por último, del total de pymes, sólo el 21% son lideradas por mujeres y, en el caso de nuevas empresas, el 40%.

Otro informe de la Corporación Financiera Internacional (IFC, por sus siglas en inglés), revela que existe una brecha de género en el acceso al financiamiento en la Argentina de 8 puntos porcentuales: el 52% de los varones tiene acceso a crédito contra el 44% de las mujeres. La diferencia se amplía en el acceso a líneas de crédito comerciales hasta 20 puntos en una relación 60%-40% entre hombres y mujeres. En el caso del acceso a créditos hipotecarios, la relación es de 66% contra 34%, respectivamente.

Un perfil desatendido

Dirigido al segmento femenino y bajo el nombre "Mujer emprendedora", el Ciudad ofrece un préstamo a sola firma que les permite acceder hasta 250.000 pesos, con una financiación de 48 meses y tasa de 56%. El préstamo se puede tramitar en cualquier sucursal y está dirigido a mujeres que estén formalizadas, monotributistas o trabajadoras independientes. Además, tienen otra línea junto con la SGR Garantizar que facilita la solicitud y aprobación vía web de un crédito por casi 100.000 pesos y a tasa de 42%.

"A partir de la encuesta que realizamos, nos dimos cuenta de que las mujeres también necesitan capacitación. Esta necesidad la canalizamos a través de nuestro Instituto Pyme, donde cerca de 1.500 mujeres ya participaron de una serie de cursos gratuitos que damos entre una y dos veces al mes. Allí les ofrecemos herramientas de *marketing* digital, asesoría legal, comunicación, formación financiera. En cuanto a la línea de créditos, ya hemos otorgado 100 desde su lanzamiento en febrero. Eso nos pone muy contentos porque estas mujeres pudieron ampliar su emprendimiento o tener el conocimiento para formalizarse, y creemos que se pueden seguir sumando cosas para este segmento", explicó Pogliano.

A su turno, Scalise enfatizó que el BICE es un banco de desarrollo productivo y, como tal, tiene el mandato de resolver las fallas del mercado y las dificultades de acceso al crédito para el financiamiento de inversiones. "La idea es detectar aquellos segmentos que tienen problemas y diseñar un producto para resolver ese *gap*. Muchas veces se trata de una asimetría por falta de información o por el desconocimiento que tiene la empresa de saber qué hacer con ese dinero. Otras veces, es la falta de garantía, la dificultad para aportar capital propio. Esto es lo que sucede generalmente en las empresas de mujeres".

"No hacemos una banca rosa con merchandising*, sino un producto de crédito estándar igual que para un hombre, con la diferencia de que cubrimos 100% de la inversión porque la mujer tiene mayores dificultades para aportar capital propio."*

El programa "Mujeres que lideran" se estructura en dos ejes. Por un lado, diseñaron un producto de crédito que cubre hasta el 100% de la inversión, siempre que los indicadores de la empresa lo ameriten. En caso contrario, ofrecen hasta un 80% de financiación.

Dentro del segundo eje, tienen una oferta de servicios no financieros, de capacitación y *networking*. A través del canal virtual Comunidad BICE ofrecen 29 módulos de capacitación para acompañar el ciclo de desarrollo de la empresa, donde se abordan temas como la financiación, el armado de flujo de fondos, las ventajas sobre la formalización de la empresa. También existe un canal de

"Nos dimos cuenta de que las mujeres también necesitan capacitación. Esta necesidad la canalizamos a través de nuestro Instituto Pyme. Allí les ofrecemos herramientas de marketing *digital, asesoría legal, comunicación, formación financiera."*

formación presencial donde se tocan temas relacionados con la maximización de la oratoria para conseguir financiamiento, se desarrollan capacidades "blandas" y se brindan herramientas para ayudar a las empresas a dimensionar el mercado potencial.

En el sector privado también hubo novedades. En abril, Santander presentó Banca Women, una propuesta que tiene el objetivo de brindar servicios financieros a mujeres dueñas de pymes, emprendedoras, o profesionales.

Las clientas del banco podrán acceder a una serie de servicios que van desde la formación en *management* a la gestión de carteras financieras, y también incluye tasas preferenciales en créditos. En el marco de un acuerdo con Resilencia SGR, de la Fundación Flor, el banco está ofreciendo créditos de hasta 200.000 pesos. La línea está dirigida a pymes y empresas gestionadas por mujeres.

Silvia Tenazinha, gerente principal de Banca Comercial de Santander, enfatizó que el banco "apoya al desarrollo económico de las mujeres, brindándoles herramientas para su crecimiento profesional y el avance de sus negocios, acercándoles servicios financieros acordes a sus necesidades".

Otra de las iniciativas de la entidad será estimular a las cotitulares de tarjetas de crédito a suscribir una tarjeta Visa Women de Santander Río. También ofrecerán la Cuenta Negocio para emprendedoras, una cuenta corriente en pesos y caja de ahorro en pesos y dólares, bajo un mismo número. Toda la oferta de servicios financieros se apalanca en una plataforma web que, además, brinda un espacio de trabajo y formación para que las mujeres emprendedoras tomen herramientas para escalar su negocio.

Las ejecutivas coincidieron en que las mujeres representan un segmento poco atendido, pese a que son buenas pagadoras y hay altas chances de hacer *cross-selling* con otros servicios de los bancos.

En ese sentido, Scalise opinó: "No hacemos una 'banca rosa' con *merchandising*, sino un producto de crédito estándar, igual que para un hombre, con la diferencia de que cubrimos 100% de la inversión porque la mujer tiene mayores dificultades para aportar capital propio, porque tiene menos tiempo que un hombre. Nos parece innovador hacer un producto realmente con enfoque de género y no un 'producto rosa'".

En la misma línea, Pogliano agregó que la oferta del Ciudad se encuadra en el marco de la agenda de género que tiene el gobierno porteño. "Nos pusimos a investigar cuáles eran las necesidades que teníamos que cubrir y observamos que había una demanda muy latente de mujeres que tienen un emprendimiento. Nuestro próximo paso será ver qué necesitan las pymes lideradas por mujeres", sostuvo.

Desde Santander indicaron que existe una brecha salarial entre hombres y mujeres del orden del 27%. La desocupación femenina es de 10%, mientras que la de los varones es de 8,5%. Además, existe entre ambos una brecha económica del 25%. Las mujeres registran 6,4 horas de trabajo no remunerado contra 3,4 de los varones. En este sentido, el compromiso del banco hacia 2025 es elevar la presencia de mujeres por encima del 30% en puestos directivos y la eliminación de cualquier brecha salarial identificada.

Buenos resultados

El objetivo de llevar servicios a un segmento históricamente relegado ya dio su frutos. El BICE lanzó su propuesta en marzo de 2018 y desde entonces desembolsaron 410 millones de pesos para 94 proyectos. Ahora preparan el lanzamiento de su segundo ciclo de capacitaciones presenciales. Además, agregó Scalise, en su base de registro de clientes tienen un campo destinado a recabar información de manera sistemática sobre si la personería jurídica de la empresa está en manos de mujeres.

"De esta forma estamos construyendo para el futuro. En cinco años vamos a tener estadísticas con enfoque de género y hemos desarrollado un concepto de 'empresa mujer' que toma en cuenta dos dimensiones: la de la propiedad y la del *management*. Para considerar a una compañía como 'empresa mujer', el 51% de participación accionaria debe estar en manos de ellas, o el 25%, siempre que, al menos, una mujer esté en una posición de decisión".

Por su parte, el Ciudad lleva entregados 100 créditos y continuará trabajando en la incorporación de nuevos módulos de capacitación en el Instituto Pyme para acompañar a las mujeres en otras áreas.

"Una de las cosas que vemos en las charlas con mujeres es que realizan una multiplicidad de tareas, su día a día tiene mucha demanda, y eso les dificulta el acceso a la formación para profesionalizarse y desarrollar su emprendimiento de manera sustentable", cerró Pogliano.



LA IMAGEN DE LA FIGURA HUMANA HA SIDO RETOCADA Y/O MODIFICADA DIGITALMENTE. LOS SEGUROS SON EMITIDOS POR CAJA DE SEGUROS S.A. FITZ ROY 957 (C1414CHI) C.A.B.A., CUIT 30-66320562-1.

Nº de inscripción en SSN
501

Atención al asegurado
0800-666-8400

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

SSN | SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

Informe: tercera parte

El Comité de Basilea reguló las pruebas de tensión



El supervisor bancario recomienda a las instituciones financieras realizar a periódicamente estos test. En esta nota se comentan las sugerencias de Basilea acerca de la importancia de la realización y difusión de estas pruebas.

Este artículo fue elaborado por:
Consultores Bancarios Asociados.

En dos publicaciones anteriores se definieron las pruebas de tensión bancarias y se abordaron los primeros seis principios dictados por el Comité de Basilea al respecto. En esta última entrega se describe el resto de las proposiciones de dicho organismo, que ponen el énfasis en la importancia de las pruebas de tensión o *stress test*.

El séptimo postulado indica que los modelos y las metodologías para evaluar la repercusión de las debilidades localizadas deben ser aptas para tal propósito. Es necesario –aunque obvio– precisar el alcance, los tipos de riesgo a cubrir y el nivel de detalle requerido. Todo ello debe ser adecuadamente documentado y puesto en conocimiento de todos aquellas personas que intervengan.

Los participantes deben aportar su experiencia y conocimientos al desarrollo del modelo. De esta manera se obtendrá un adecuado perfil de los factores de riesgo, su administración y operación, las líneas comerciales involucradas, su incidencia en el balance contable y financiero, la inserción en el mercado y cualquier otro elemento que permita otorgar coherencia entre la propuesta del modelo y los objetivos perseguidos.

Sus metodologías pueden variar entre el enfoque de un momento o riesgo determinado y una simulación dinámica de escenarios de previsible ocurrencia en el futuro. Allí incidirán también la estrategia comercial proyectada y su apetencia o aversión al riesgo.

Las autoridades supervisoras que utilizan un *stress test* para obtener una comprensión microprudencial deben revisar y cuestionar constructivamente tanto el modelo como la metodología particular que utilizó el banco. Está dentro de sus atribuciones exigir una mejora de los criterios y procedimientos utilizados, así como la gobernanza durante todo el proceso.

El octavo principio se refiere a que todo el marco regulador, los modelos y la metodología deben estar sujetos a un continuo cuestionamiento en busca de su perfeccionamiento.

La revisión periódica es una cuestión esencial para mejorar la confiabilidad de las conclusiones de las pruebas de tensión y, por ende, su utilidad. De esa manera se logra determinar las áreas que requieran una mejora para solucionar las limitaciones. Se podrán perfeccionar así los enfoques, la comprensión y participación de todos los involucrados. Además, se harán notar las áreas y funciones que requieran una mayor atención.

Esta revisión, donde la auditoria interna cumple un rol fundamental, garantiza que el esfuerzo realizado resulte realmente útil en

lugar de un ejercicio impuesto al que se le da un cumplimiento formal sólo para cubrir la exigencia de la autoridad, pero cuyos resultados tienen un mero valor hipotético.

El noveno y último principio de Basilea aclara que la realización de una prueba de tensión y sus resultados deben ser comunicados a las terceras partes interesadas.

Pese a que no suele ser aceptado fácilmente, el intercambio de resultados y experiencias trae beneficios tanto para los bancos como para las autoridades competentes. Así, se puede tomar conocimiento de circunstancias, puntos de vista, expectativas o posibilidades que de otra manera no resultarían accesibles a un banco de menor envergadura o a un supervisor de un sistema financiero menos adelantado.

Es indudable que tal divulgación, además, ayuda a optimizar la disciplina del mercado y proporcionar confianza y seguridad en el desempeño de un banco o del sistema en su totalidad.

Es evidente que todo lo expresado en los distintos principios constituye un desiderátum que no resulta fácil de alcanzar, en particular la transparencia y difusión pública que propugna el principio 9. Por el contrario, en ciertas ocasiones se ha ocultado o retaceado los resultados cuando podrían haber incidido negativamente en la estabilidad o la conveniencia financiera, política o económica.

No obstante, este inconveniente ha ocurrido en pocas oportunidades y han sido más las veces en que las calificaciones desfavorables han llevado al rechazo de las evaluaciones realizadas por bancos emblemáticos, lo que los obligó a hacer los deberes y volver nuevamente con la lección aprendida. Por lo tanto, esa dificultad resulta mínima en comparación con los beneficios que ha traído el celo con el que los supervisores aplicaron este herramienta para perfeccionar el control de los niveles de fortaleza y excelencia de los sistemas bancarios.

De todas maneras, revelar datos que generalmente resultan sensibles requiere considerar cuidadosamente su repercusión. Para ello habrá que asegurarse de que los participantes del mercado y terceros interesados entiendan los condicionamientos y supuestos en los que están basados.

Sin embargo, no sería oportuno eludir por completo tal obligación ya que debería ser parte de la responsabilidad social de los bancos y de sus supervisores. Es vital para la sociedad estar informada sobre cualquier hecho que resulte disruptivo para la solidez y seguridad inherentes de un sistema construido por todos aquellos que intermedian con capitales o negocios de terceros.

Todo esto constituye el entramado que justifica el esfuerzo que se les reclama a los bancos y a sus supervisores, que deben asumir los costos consiguientes. También explica la atención que está recibiendo la difusión de estos procedimientos, que forma parte del tercer pilar (referido a la normativa vigente sobre transparencia, divulgación, disciplina de mercado y otras cuestiones que hacen a la imagen pública de los bancos).

Conviene advertir que esto va más allá de una pretensión formal, ya que se trata de una instancia casi ineludible orientada a ofrecer una lectura más clara, precisa y comprensible de los estados contables y financieros publicados. Se intenta, de esa manera, acotar los efectos perniciosos de ciertas amenazas y desvíos que se han advertido recientemente.

Algunos de ellos se vinculan a ciertos "retoques" que aumentan el atractivo de dichos estados y buscan obtener ventajas o arbitrajes regulatorios. Así se han detectado endebles titulizaciones o argucias que buscan mejorar el coeficiente de apalancamiento, entre otros casos que, si bien aún no han ingresado en la ilegalidad, sí lo han hecho en la imprudencia. Para contrarrestar tales prácticas se han comenzado a elaborar nuevos requerimientos normativos que evidencien y corrijan esas actuaciones.

El problema para los bancos es que tales modificaciones pueden terminar incidiendo en el primer pilar, con su secuela de sanciones dispuestas a erradicar esas conductas. Una medida de este tipo –totalmente disuasoria– se vería justificada por la información adicional que las instituciones reguladoras continuamente recogen del comportamiento del sistema financiero mundial a través de los distintos órganos de seguimiento del mismo, entre los que las pruebas de tensión no son herramientas menores.

Se puede decir que se está tratando de erigir otro muro de contención integrado por un plan general de prevención y defensa de cualquier agresión que siquiera insinúe la posibilidad de una desestabilización sistémica. Está última, por otra parte, ha sido anunciada en los últimos tiempos por académicos –y hasta funcionarios en actividad– en la forma de recesiones o burbujas prontas a estallar.

El empeño puesto por los reguladores y supervisores internacionales de la actividad bancaria en tan loable propósito también puede servir para lavar cierta culpa por algún proceder un tanto laxo en los años anteriores a la crisis del año 2007.

"Es vital para la sociedad estar informada sobre cualquier hecho que resulte disruptivo para la solidez y seguridad inherentes de un sistema construido por todos aquellos que intermedian con capitales o negocios de terceros."



Estrategias para el segmento VIP

LOS BANCOS SE DISPUTAN **LOS CLIENTES PREMIUM**

Opinan:
Marcelo Zárate - Yuri Muchenik -
Karina Gómez Vara

Se cumplen 25 años desde que el Citi irrumpió en el mercado y configuró una banca premium con Citigold, en lo que fue el puntapié inicial para que las distintas entidades adoptaran estrategias de segmentación de cartera y atención personalizada a estratos de altos ingresos, algo que con el pasar de los años se ha convertido en moneda corriente en un mercado cada vez más competitivo. Según Marcelo Zárate, CEO de la consultora Fit & Proper, "las entidades financieras no han hecho más que profundizar esas estrategias de segmentación, sobre todo en lo que es la definición de cuáles van a ser los clientes que van a pertenecer a este segmento de alta renta. Particularmente una variable clave para definir este segmento en nuestro país es el nivel de ingreso".

De esta forma, según el especialista, en términos generales son considerados clientes VIP aquellos que ganan a partir de los 60.000 pesos netos mensuales. Sin embargo, en la mayoría de las entidades relevadas por la consultora la banca premium se estructura en dos grandes subsegmentos. Uno que va desde 85.000 pesos a 130.000 pesos (generalmente asociada a los paquetes Black o Signature) y otro que parte de los 56.000 pesos hasta 80.000 pesos (generalmente asociado a paquetes Platinum).

"A la hora de definir un perfil estamos hablando, por lo general, de profesionales, de personas que ocupan cargos de gerente para arriba, o empresarios exitosos. Buscan en sus bancos tener la mayor cantidad de beneficios e, incluso, terminan arbitrando entre las diferentes cuentas premium que tienen en distintas entidades. Se ocupan de hacer uso máximo de las millas o puntos para luego obtener pasajes o diferentes premios. Están pendientes de los descuentos o bonificaciones y buscan que les faciliten todo lo que son tramites bancarios (como no ir a la sucursal), pero sí tener una atención personalizada", explicó Zárate.

De acuerdo al especialista, a diferencia de otros productos, resulta difícil cuantificar el número de clientes VIP en el sistema financiero, pero se estima que alrededor del 5% de la población se acerca a los parámetros de ingresos mencionados. En su mayoría están bancarizados y operan, por lo general, con tres o cuatro bancos, especialmente en tarjetas de crédito, por lo que la fidelización y captación de nuevos clientes resulta un desafío.

"Estos clientes de alta renta constituyen un segmento al que los bancos les interesa mucho atraer ya sea por el nivel de consumo o por las potencialidades para generar otros negocios. Cada vez es más chica la torta de productos y servicios financieros y cada vez estos funcionan más como *commodities*, por lo que resulta clave definir estrategias para poder diferenciarse. En estos últimos años vimos campañas más agresivas, sobre todo por tratar de captar clientes de la competencia de una entidad a otra", afirmó Zárate.

Entre las estrategias que destacan desde Fit & Proper están la emisión de tarjetas premium, los espacios exclusivos en aeropuertos, bonificaciones y promociones especiales en comercios y, en algunos casos, tasas preferenciales, tanto para financiación como para ahorro e inversión. Por ejemplo, en plazo fijo pueden llegan hasta los 5 puntos porcentuales. También destacaron la creación de marcas específicas para la banca VIP como son los casos de Select (Santander), Selecta (Macro), Zafiro (Bind), Eminent (Galicia) o Premier (HSBC).

Beneficios de una marca global

Una de las entidades pioneras en generar propuestas de valor exclusivas para sus clientes de altos ingresos es HSBC, que cuenta con una segmentación para la banca VIP denominada Premier y que, a su vez, se divide en dos grupos: HSBC Premier (para clientes con ingresos mínimos netos de 60.000 pesos) y Premier Black (para aquellos que superen el ingreso mínimo neto de 95.000 pesos).

Según Yuri Muchenik, gerente del producto Premier, "HSBC fue uno de los primeros en lanzar esta banca hace más de 20 años. Quien fue el precursor y compitió con nosotros en los inicios ya no está y diría que para estos clientes VIP somos, hoy, los primeros en haber segmentado y atendido a este *target* de clientes. Esta historia nos acompaña y habla un poco de nosotros. Y, además de la trayectoria local que tenemos, contamos con una contraparte global muy fuerte que le asegura al cliente consistencia, sustentabilidad y respaldo, algo muy valorado para este segmento".

Para Muchenik uno de los valores y atributos de la marca HSBC reside en su internacionalidad, lo que le permite atender a sus clientes Premier en cualquier parte del mundo, lo que

En un contexto recesivo, los bancos salen a disputarse los segmentos de altos ingresos con campañas cada vez más agresivas y de cara a satisfacer a un cliente tradicionalmente sofisticado y exigente. En esta nota se desarrollan las claves para atender a este perfil.

considera un diferencial frente a otros bancos del sistema. "Mas del 85% de los clientes de este segmento viaja al menos una vez al año, ya sea por placer o por trabajo. Entonces en nuestro servicio el reconocimiento y el servicio internacional es un atributo muy destacado. Saber que salís del país y te llevas con vos tu perfil y tu categoría como cliente adonde vayas es algo muy valorado".

En este sentido la entidad considera como un pilar fundamental para la atención de este segmento los beneficios orientados al viajero, como la asistencia personalizada en aeropuertos; accesos a salones VIP con Priority Pass o Lounge Key; una plataforma de beneficios denominada Home & Away, a través de la cual tanto clientes locales como extranjeros pueden acceder a beneficios en distintos rubros sin importar donde se encuentren o en qué país fue emitida su tarjeta HSBC; servicios de wifi libre; y traslados al aeropuerto de Ezeiza sin cargo. Además de los servicios al viajero, ofrecen para los usuarios Premier un plus adicional en cuanto a beneficios y coberturas que tienen con sus tarjetas de crédito. Y cuentan también con el programa Rewards que tiene como diferencial modalidades innovadoras para acumular y canjear puntos. "Nosotros no solamente damos puntos por los consumos de tarjetas, que es lo más común, sino que también hemos instrumentado distintas modalidades por las cuales los clientes a través de cosas que hacen con nosotros pueden ganar puntos y acelerar su capacidad de obtener viajes o premios. Por ejemplo, pueden acumular más por sus ahorros o inversiones, adhesión de algún servicio a débito automático o por la recomendación de referidos como nuevos clientes", explicó el especialista.

A la hora de cambiar puntos o millas por viajes y productos de catálogo incorporaron también *vouchers* digitales de canje instantáneo que pueden ser utilizados para adquirir entradas de cine en el momento, descuentos en marcas de indumentaria, cadenas de heladerías, compras en Mercado Libre e incluso en los *duty free* de los aeropuertos del país.



Otro de los aspectos valorados por el segmento de altos ingresos es la atención personalizada en cualquier momento del día. En este sentido, tienen a disposición un servicio de atención preferencial con un ejecutivo asignado para cada uno de estos clientes que posee un amplio rango de atención que abarca los siete días de la semana, las 24 horas, los 365 días del año.

"Tenemos un modelo de servicio de atención para todos los clientes, no atendemos mejor o peor, atendemos distinto en función del tipo de cliente. La experiencia del cliente para nosotros es lo más importante, sin importar del segmento del que estemos hablando. Las diferencias de atención tienen que ver con la preferencia del canal y con las necesidades de cada uno. En este segmento en particular vemos que el servicio es el atributo más valorado. Cuando hacemos nuestras encuestas de satisfacción de manera diaria, el atributo diferenciador y que pondera positivamente el cliente es la atención que recibió", afirmó Muchenik. Los cambios tecnológicos también juegan un rol determinante en la forma de abordar a este segmento, que suele tener un alto grado de adopción digital. "No creo que la tecnología esté volviendo más exigente al cliente de alta renta, lo que hace es complejizar un poco más, pero la exigencia de este target de cliente fue siempre la más alta. Ahora lo que demanda del banco son herramientas tecnológicas que estén a la vanguardia, de manera tal que puedan tener situaciones y experiencias parecidas a las que vive en otras industrias como el *e-commerce* o los servicios de *streaming*".

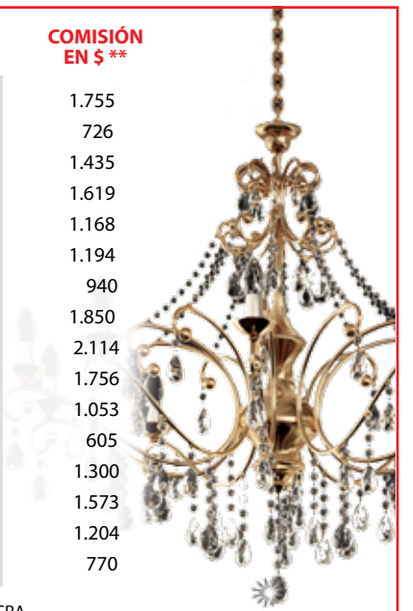
Atención exclusiva

Otra de las entidades que orienta su atención a los segmentos de altos ingresos es Banco Patagonia, cuyo paquete de beneficios exclusivos para clientes premium se denomina Alta Renta.

"El cliente que integra el segmento de alta renta tiene elevados estándares de exigencia.

"Estos clientes de alta renta constituyen un segmento al que los bancos les interesa mucho atraer ya sea por el nivel de consumo o por las potencialidades para generar otros negocios. Cada vez es más chica la torta de productos y servicios financieros y cada vez estos funcionan más como commodities, por lo que resulta clave definir estrategias para poder diferenciarse." Marcelo Zárate, Ceo de Fit & Proper

ENTIDAD	PAQUETE*	INGRESOS EN $***	COMISIÓN EN $ **
Banco Macro S.a.	Macro Selecta	130.000	1.755
Banco de La Pampa	Paquete 4 Black	125.000	726
Banco Santander S.a.	Black	115.000	1.435
BBVA S.a.	Cuenta Premium World	100.000	1.619
Banco Industrial S.a.	Bind Zafiro	100.000	1.168
Banco de La Nacion Argentina	Cuenta Nación Insignia	100.000	1.194
Banco de la Provincia de Buenos Aires	Provincia Logros	100.000	940
Banco de Galicia y Buenos Aires S.a.u.	Servicio Eminent Signature	95.000	1.850
HSBC Bank Argentina S.a.	Premier Black	95.000	2.114
ICBC Argentina S.a.	Exclusive Banking Black	85.000	1.756
Banco Santander S.a.	Platinum	80.000	1.053
Banco de La Pampa	Paquete 3 Platino	75.000	605
Banco de Galicia y Buenos Aires S.a.u.	Servicio Eminent	70.000	1.300
HSBC Bank Argentina S.a.	Premier	60.000	1.573
BBVA S.a.	Cuenta Premium	57.200	1.204
Banco de la Provincia de Buenos Aires	Provincia Evolucion	56.000	770



Fuente: elaboración propia de la consultora Fit & Proper en base a datos de Régimen de Transparencia de BCRA
*Nombre completo del paquete de productos. **Comisión máxima por servicio de mantenimiento de paquete. ***Ingreso mínimo mensual solicitado.

Son personas de cualquier profesión con una situación económica madura. Pueden pertenecer a puestos gerenciales, ser socios de grandes compañías o autónomos con determinado nivel de consumo.

Cualquiera de ellos busca un servicio integral que cuide sus intereses y en el que prime la excelencia. A este universo lo acompañamos priorizando nuestro modelo de atención, bajo la premisa Usted Primero", señaló Karina Gómez Vara, superintendente de Red de Sucursales y Negocios con Personas de Banco Patagonia.

De esta manera, la entidad cuenta con un sistema que les brinda la máxima prioridad de atención a través de todos los canales: la línea de atención telefónica Alta Renta, el centro de inversiones y los centros de atención exclusiva. Estos últimos consisten en un modelo de atención personalizada en sucursales físicas tanto en la Ciudad de Buenos Aires, como en las principales ciudades del interior.

"Allí, nuestros clientes pueden encontrar un espacio especialmente diseñado para disfrutar del máximo confort y privacidad, con un equipo de oficiales de negocios especializados que podrán brindarles soluciones personalizadas y asistencia en sus necesidades de inversión, financiamiento y resguardo de sus bienes. Cada espacio tiene salas de reuniones, *coffee corner*, cajero automático exclusivo, y caja para realizar sus transacciones de la manera más reservada y segura. Aquellos clientes que lo prefieran, pueden coordinar una visita en el lugar que deseen para acceder a una atención preferencial", apuntó Gómez Vara.

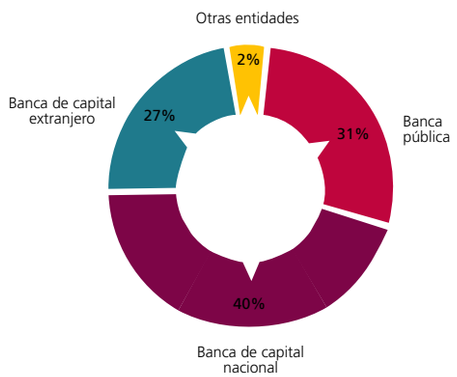
Además de la atención personalizada, incorporan diversos beneficios relacionados con el perfil de viajero propio de este segmento. Así, les brindan acceso a las mejores opciones en salones VIP bonificados y les ofrecen una amplia cobertura en asistencia para ellos y sus familias. Patagonia completa los beneficios en viajes con un plan de cuotas, sin interés, para consumos en el rubro turismo.

Dado que estos clientes están interesados en experiencias que cumplan con su marcado estilo de vida, también reciben invitaciones a diversos eventos en forma exclusiva y acceden a una variada gama de descuentos en combustible, supermercados, restaurantes, indumentaria y peluquerías.

A este abanico de beneficios se le suman los relativos a las tarjetas de crédito que, mediante la tecnología *contactless,* logran una mejor experiencia de pago para que sus transacciones se realicen de manera ágil y eficiente.

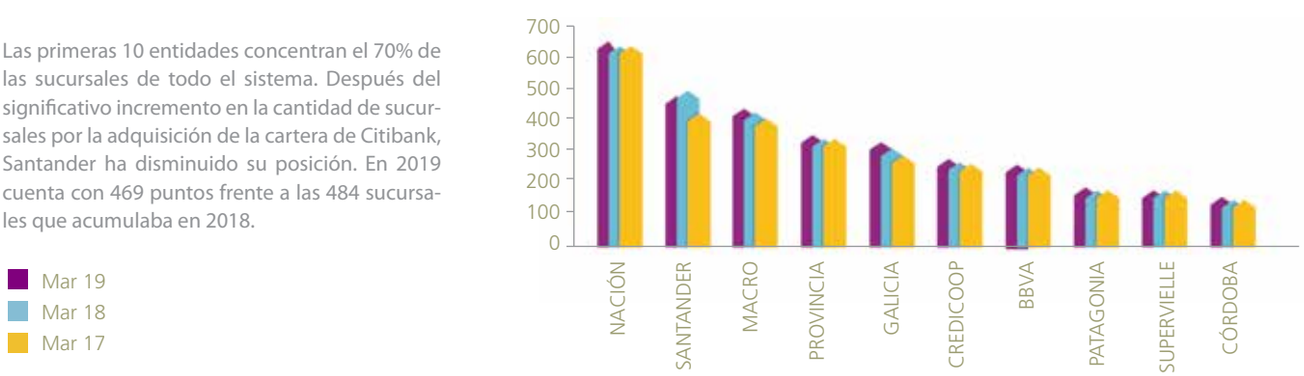
"Adicionalmente contamos con Club Patagonia, un programa a través del cual nuestros clientes podrán sumar millas Smiles de Gol Linheas Aéreas, planear sus viajes a través de Almundo, realizar compras en Falabella o adquirir otros beneficios y productos a disposición. Sumamos también un programa de fidelización a través del cual podrán obtener su paquete sin cargo según las transacciones e inversiones realizadas a lo largo de cada mes" concluyó la especialista.

RANKING DE ENTIDADES FINANCIERAS POR CANTIDAD DE SUCURSALES



En el sistema hay un total de 4.609 sucursales plenas y habilitadas (75 más que en 2018 y 226 más que en 2017). La banca de capital nacional sigue siendo líder en cuanto a presencia física.
Con respecto a la dispersión geográfica, Buenos Aires y CABA concentran el 50% del total de sucursales. Entre Santa Fe y Córdoba reúnen el 20% de las dependencias físicas, mientras que el 30% restante se reparte en los otros 20 distritos.
Dentro de "Otras entidades" se destacan las 68 sucursales de Compañía Financiera Argentina, más conocida por su marca comercial, Efectivo Sí.

Las primeras 10 entidades concentran el 70% de las sucursales de todo el sistema. Después del significativo incremento en la cantidad de sucursales por la adquisición de la cartera de Citibank, Santander ha disminuido su posición. En 2019 cuenta con 469 puntos frente a las 484 sucursales que acumulaba en 2018.



ENTIDADES FINANCIERAS POR CANTIDAD DE SUCURSALES

		Cantidad			Cantidad
1	Banco Nación	636	11	HSBC	129
2	Banco Santander Río	469	12	ICBC	121
3	Banco Macro	428	13	Nuevo Banco de Santa Fe	109
4	Banco Prov. Bs. As.	347	14	Banco Ciudad	79
5	Banco Galicia	324	15	Banco Hipotecario	78
6	Banco Credicoop	269	16	Banco Itaú	73
7	BBVA	252	17	Nuevo Banco de Entre Ríos	72
8	Banco Patagonia	183	18	Compañía Financiera Argentina S. A.	68
9	Banco Supervielle	179	19	Banco Comafi	64
10	Banco Córdoba	153	20	Banco de La Pampa	62

Total de entidades del Sistema Financiero: 78 instituciones. * Cantidad de sucursales.
Fuente: *Nuevos Bancos y Seguros* en base a datos del BCRA de marzo 2019.

Mercantil andina seguros



Conocé la nueva app de Mercantil andina para productores de seguros:

- **Cotizá seguros al instante.**
- **Consultá estados de pólizas.**
- **Compartí con tus clientes cupones de pago y certificados de cobertura.**
- **Recibí notificaciónes de pagos de siniestros, emisión y vencimientos de pólizas.**
- **Comunicate con tus asegurados.**

DISPONIBLE EN Google Play | Consíguelo en el App Store

www.mercantilandina.com.ar | mercantilandinaseguros | @masegurostw | 0810.888.6262

Nº de inscripción en SSN 116 | Atención al asegurado 0800-666-8400 | **Organismo de control** www.argentina.gob.ar/ssn | SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

MUNDO NOTICIAS

Alemania

Deutsche Bank podría recortar 20.000 empleos



De acuerdo al diario *The Wall Street Journal*, el Deutsche Bank está analizando la posibilidad de recortar entre 15.000 y 20.000 empleos en todo el mundo. El mes pasado, el consejero delegado del banco, dio a conocer que la entidad estaba preparada para realizar recortes en su división de inversión con el objetivo de acelerar la transformación hacia negocios rentables. Ya que en el primer semestre de este año, los títulos de Deutsche Bank han perdido un 9% de su valor, aunque en los últimos doce meses su precio ha bajado en torno al 42%. La capitalización bursátil del banco alemán supera por poco los 13.000 millones de euros, lejos de los grandes colosos europeos del sector como HSBC, con más de 130.000 millones de euros.

Europa

La inflación de la eurozona se mantiene en el 1,2%

La oficina comunitaria de estadística, Eurostat, estimó que la tasa de inflación interanual de la zona euro se situará en el 1,2% para el mes de junio, la misma cifra que la subida de precios registrada en mayo (y el menor incremento desde abril de 2018). Las últimas proyecciones macroeconómicas del BCE para la eurozona, publicadas a principios de junio, habían situado la inflación para 2019 en el 1,3%, mientras que el año que viene sería del 1,5%, por lo que estarán por debajo del objetivo de estabilidad de la institución, que marca un nivel ligeramente inferior al 2%.

España

Banco Santander apuesta a su alianza con Mapfre

La filial española de la compañía aseguradora Mapfre ha comprado al Banco Santander el 50,01% de una compañía de nueva creación de bancaseguros para automóviles y pymes a la que aportará 82,2 millones de euros. La previsión es que la nueva sociedad pueda empezar a producir seguros en el cuarto trimestre de 2019. Santander será titular del 49,99% restante (a través de Santander Seguros), distribuirá en exclusiva en su red, y hasta diciembre de 2037, los seguros de automóviles, multirriesgo comercio, multirriesgo pymes y seguros de responsabilidad civil comercializados por la aseguradora.

España

Estrategia de seguros ‘next generation unit linked’

Banca March ha lanzado un nuevo seguro de ahorro para la jubilación que permite invertir en las mejores tendencias actuales, como la revolución 4.0, la sostenibilidad ambiental y la demografía. Tiene una prima de entrada de 1.000 euros y pago de capital adicional en caso de fallecimiento, que puede ser rescatada “desde el primer día sin penalización”. Está destinado a “jóvenes preocupados por su jubilación” con un horizonte de inversión de largo plazo y sensibilizados con las tendencias de futuro. Es una alternativa para las personas que quieran ahorrar para su jubilación y que no encuentran en los planes de pensiones un producto idóneo por su falta de liquidez.

EE.UU.

La Fed preocupada por el "banco malo" de Deutsche Bank

Los reguladores de Estados Unidos han pedido a los altos ejecutivos de Deutsche Bank detalles acerca de sus propuestas de "banco malo" ante la preocupación por el impacto que pueden tener las operaciones.
El banco alemán tiene previsto reducir o cerrar grandes partes de sus operaciones de *trading* fuera de Europa continental. Aunque todavía no se ha decidido el tamaño del "banco malo", los ejecutivos están considerando colocar en él activos por valor de hasta 50.000 millones de euros. Y es probable que su estrategia incluya la reducción de su negocio estadounidense.

Italia

Investigación por venta sospechosa de diamantes

Se encuentran bajo investigación algunos de los bancos más grandes de Italia. Porque se sospecha que conspiraron con los intermediarios de diamantes Intermarket Diamond Business (IDB) para estafar a sus propios clientes, al venderles diamantes a precios muy inflados al tiempo que los comercializaban como inversiones financieras sólidas. Están siendo investigados UniCredit, Banco BPM, Intesa Sanpaolo y Banca Monte dei Paschi di Siena.
Según las pruebas reunidas por los fiscales, IDB invirtió parte de sus ganancias de las ventas de diamantes en acciones de los propios bancos. Aunque las acusaciones se refieren a presuntos delitos y no significan necesariamente que los fiscales acusarán a las empresas y a sus empleados cuando concluya su investigación.

EE.UU.

Multa para ICBC

La Comisión de Bolsa y Valores de Estados Unidos (SEC, por sus siglas en inglés) ha multado al Banco Internacional y Comercial de China (ICBC) con 42 millones de dólares por haber gestionado de una forma "inadecuada" varios valores bursátiles.
De acuerdo con su informe, la filial del banco chino incurrió en una serie de malas prácticas relacionadas con los recibos de depósito americanos (ADR, según las siglas en inglés).
Los ADR son valores estadounidenses que representan una acción extranjera de una compañía radicada fuera de Estados Unidos. Su emisión en el mercado requiere que un número determinado de esas acciones se mantenga en custodia en un banco que actúe como depositario. Los investigadores de la SEC han señalado que el ICBC obtuvo de forma "incorrecta" ADR emitidos de forma anticipada, ya que sabía que estas entidades no contaban con las acciones necesarias para respaldar la emisión de los valores negociados.



EVOLUCIONAMOS
comprometidos con vos
Desarrollamos un Sistema de venta digital directa en nuestra página web, que beneficia a nuestros productores asesores de seguros
DIGITALIZÁ A TUS CLIENTES
ADHERILOS AL DÉBITO AUTOMÁTICO
y hace más simple y ágil tu gestión comercial
Acercate a nuestras agencias y organizaciones en todo el país, y trabajá online.
FEDERACION PATRONAL SEGUROS S.A.
Nº de inscripción en SSN 726 | Atención al asegurado 0800-666-8400 | Organismo de control www.argentina.gob.ar/ssn | SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

Habrá que refinanciar

Deuda pública: el desafío del próximo gobierno

La sostenibilidad de la deuda soberana, que pesa más del 80% respecto del PBI, preocupa debido a que los mercados están cerrados para Argentina. Se necesita superávit primario, crecimiento económico y renegociar el acuerdo con el FMI.

Opinan:
Guido Lorenzo - Gabriel Rubinstein - Juan Luis Bour - Marina Dal Poggetto

La deuda pública argentina se acerca a un 90% del PBI y nuevamente el país se debate en qué hacer para que los mercados se vuelvan a abrir para refinanciar los pasivos. En plena campaña electoral, los analistas buscan conocer los planes para alcanzar un superávit primario equivalente a un 2% del PBI y recuperar el crecimiento económico vía exportaciones que reduzca el peso de la deuda, así como los términos en que, se descuenta, se renegociará el acuerdo con el Fondo Monetario Internacional (FMI).

Cuando el mercado se cierra para la Nación también lo hace para las provincias, que aumentaron su endeudamiento hasta el 43% de sus ingresos totales, según la consultora LCG. Por encima de ese ratio, y al tope del *ranking*, se encuentran Jujuy (94%), seguida por Buenos Aires (69%), Chubut (66%), Mendoza, Neuquén y La Rioja (51%), Córdoba (48%), Río Negro (47%) y CABA (43%).

"La medida de deuda sobre PBI depende de que crezca el país y la tasa de interés que pague. Y del superávit o déficit fiscal. Actualmente no hay crecimiento económico y la tasa es alta. No luce bien la sostenibilidad de la deuda. De los tres factores, el crecimiento es el más relevante porque es la única forma de licuar la deuda. La tasa la controla el mercado. Y hay chances con esta administración de ir a superávit primario en 2020", dijo Guido Lorenzo, economista jefe de LCG.

Según sus cálculos, la deuda pública trepó a 88,4% del PBI en el primer trimestre del año. Un 41% sobre el producto es deuda con el sector privado, un 12% con organismos multi-



"El aumento de la deuda es porque se fueron recortando ingresos más que subiendo el gasto. Hubo un aumento de la deuda porque al principio se quiso gastar en la devolución del dinero a las provincias y en el arreglo a los jubilados. El gasto recién bajó en los últimos dos años. Y se tomó deuda con prima de riesgo elevada." Juan Luis Bour

"No existe un problema de solvencia en términos de perfiles de vencimientos, sino de liquidez porque el crédito se cortó. La deuda con el FMI se usó, en parte, para financiar los vencimientos de capital y, en parte, la fuga de capitales." Marina Dal Poggetto



laterales y un 30% se debe al propio sector público.

"La clave pasa por generar crecimiento económico. Para que la deuda empiece a bajar en términos de PBI, el crecimiento debería estar por encima del 2,5% anual, dado un riesgo país debajo de 600 puntos básicos. Sin crecimiento no se puede compensar con superávit fiscal, por más que se genere un ajuste. Lo que además es contraproducente porque contrae la economía", agregó Lorenzo.

Gabriel Rubinstein, titular de la consultora que lleva su nombre, recordó que los países emergentes, entre los que se encuentra Argentina, se diferencian de los desarrollados en que estos tienen la capacidad de endeudarse por encima del 100% del PBI.

Según sus cálculos, las deudas que son reclamables, con el sector privado y organismos multilaterales, ascienden a un 46% del PBI. "Aun sin superávit primario en 2020, la deuda se estabiliza en un 46% del producto. Para muchos países este nivel sería más que tolerable. Hay países que tienen calificación crediticia AAA y cuentan con datos peores. Es relativo; tiene que ver con la percepción de los mercados", sostuvo Rubinstein.

"Con el nivel de tasas actuales, el país está en una situación complicada, porque nadie le quiere prestar y tiene dificultades para renovar la deuda", aseguró Rubinstein. "La sustentabilidad de la deuda depende de cuestiones muy asentadas en lo político. Que el nuevo gobierno tenga la suficiente autoridad, aprobación y consenso para lograr bajar el riesgo país con diferentes acciones y tender a un superávit primario tal que pueda ir pagando parte de los intereses", ejemplificó.

Para la fundación Fiel, el gobierno tiene una forma de medir el *stock* de deuda en términos del PBI que magnifica la relación, en particular en períodos de fuerte depreciación real del peso. Según sus cálculos, la deuda soberana ascendía a 73% del PBI a fines de 2018, considerado el producto del último trimestre corregido por estacionalidad. Y se mantenía en 72,2% del producto al 31 de mayo pasado.

Juan Luis Bour, economista jefe de Fiel, aseguró que la sostenibilidad de la deuda depende de que mejore la posición fiscal del país y de las tasas de interés que paguen. "Bajo la convergencia a un superávit primario de 2% o más se tiene chances de estabilizar la deuda sobre el PBI. Sobre la tasa de interés, al convertir la deuda con el FMI, en la medida que se reemplace deuda más cara por más barata, mejora los indicadores. Y el crecimiento de la economía facilita el resultado fiscal y puede facilitar la sostenibilidad de la deuda", indicó.

Fiel espera este año un déficit primario de 0,5% del PBI. Bour entiende que si el país alcanza "una posición fiscal más sólida", puede hacer frente a servicios de la deuda que alcanzarán entre 3,5 y 4% del PBI en los próximos cuatro años. "Se necesitaría financiamiento por 2% del PBI, y eso es normalmente financiable con entrada de capitales", explicó.

Bour coincidió en que el PBI también tiene que crecer para bajar el peso de la deuda. "Si el equilibrio fiscal se logra con impuestos altos, se mata la recuperación y afecta la tasa de crecimiento y, por lo tanto, la tasa de interés que se paga es más alta que el crecimiento. Se tendrá que bajar el gasto público y eso requiere varias reformas, porque el gasto en capital ya se recortó mucho en los últimos dos años", afirmó. Para el economista se tiene que plantear que el gasto corriente, en salarios, pensiones y transferencias a las provincias, sea más chico. "La forma de reducir el gasto es pensar si el Estado tiene que gastar lo que gasta", resumió.

Por su parte, Marina Dal Poggetto, directora de la consultora Eco Go, hizo hincapié en la deuda de mercado, que se reducirá a un 31,8% del PBI a fin de este año (desde un 37,7% a fines de 2018), de la mano del aumento proporcional de la deuda con el FMI, aunque dependerá del crecimiento del PBI y de la tasa de renovación de las Letes. Recordó que el gobierno de Mauricio Macri recibió una deuda con el mercado de 12,2% del PBI, que había elevado al 23,4% a fines de 2017 y calculó que la deuda total trepó al 86,2% a fines de 2018.

"No existe un problema de solvencia en términos de perfiles de vencimientos, sino de liquidez porque el crédito se cortó", dijo Dal Poggetto. "La deuda con el FMI se usó, en parte, para financiar los vencimientos de capital y, en parte, la fuga de capitales", agregó.

Asimismo, diferenció la situación con 2001, cuando la devaluación y la tasa de interés pactada en el Megacanje dejaron al país fuera del mercado. "Esta vez la deuda en dólares es con una tasa de interés más baja, de un 6%. Y el endeudamiento antes de la devaluación era bastante más bajo, 25%", explicó Dal Poggetto.

Uso de la deuda

Los expertos coinciden en que la mayor colocación de deuda que realizó el gobierno del presidente Macri fue para pagar el gasto corriente y financiar el gradualismo a la hora de reducir el déficit primario.

Ese mayor nivel de deuda elevó la cantidad de recursos tributarios que se destinan al pago de intereses y capital a un 85% en 2019, cuando era de un 38,9% en 2015, según LCG. Además, buena parte de la deuda quedó nominada en moneda extranjera, por lo que el ratio sobre las exportaciones está creciendo.

"Se tomaron más de 90.000 millones de dólares. Si no hubiera sido deuda, hubiera sido ajuste", dijo Lorenzo. "La deuda se utilizó para pagar el gasto corriente. No fue un endeudamiento inteligente. La contracara es ahora un ajuste más fuerte y todo junto. La deuda se estaba tomando precisamente para evitar hacer ese ajuste", expuso.

Para Rubinstein, la deuda se relacionó con una estrategia fiscal gradual. "El gobierno heredó un déficit de 7% del PBI. Lo financió endeudándose con la idea de ir bajándolo. Funcionó dos años y después dejó de funcionar", puntualizó.

El economista entiende que ahora el superávit primario tiene que ser no menor al 2% para que quede un remanente a financiar con deuda de 1 a 1,5% del PBI por un compromiso de intereses de 3 a 3,5% del PBI. "No hace falta que se llegue ahora, sino en 4 o 5 años", dijo Rubinstein.

"Con una deuda del 50% del PBI y superávit primario del 2%, se puede ir bajando la deuda sobre el PBI. No es fácil de lograr porque es necesario recuperar alguna capacidad de crecimiento para afrontar las demandas sociales y políticas. Se tendría que hacer con consenso político.

Que el FMI extienda los plazos", manifestó Rubinstein, que ve difícil que en 2020 se logre el superávit primario del 1% pactado con el FMI y entiende que este año se llegará a un déficit del 0,5% del PBI.

Bour, en tanto, distinguió la calidad del gasto al que se destina el endeudamiento: "La deuda crece porque hay una factura que pagar. Me hubiera gustado que el gasto subiera en aquello que potencia el crecimiento. Crece en pensiones y gasto social y está bien por la situación transitoria por la recesión. Pero el gasto debería hacerlo en cosas más productivas. Lo que se ha hecho es bajar el gasto en capital".

"El aumento de la deuda es porque se fueron recortando ingresos más que subiendo el gasto. Hoy el gasto es menor que en 2016 en términos del PBI, a pesar de la recesión. Se hizo algún esfuerzo. Hubo un aumento de la deuda porque al principio se quiso gastar en la devolución del dinero a las provincias y en el arreglo a los jubilados. El gasto recién bajó en los últimos dos años. Y se tomó deuda con prima de riesgo elevada", dijo Bour.

Por su parte, Dal Poggetto agregó que el gobierno pensó que el financiamiento iba a ser ilimitado para la Argentina y en 2017 se duplicó el déficit de cuenta corriente: "Eso explotó". La economista señaló que el año pasado las reservas perdieron 16.811 millones de dólares y el endeudamiento neto con el FMI ascendió a 31.504 millones de dólares para financiar una fuga de capitales de 27.335 millones de dólares, un desarme de carteras de no residentes de 7.667 millones de dólares y cancelación de deuda con el mercado por 13.313 millones de dólares. Sin embargo, reconoció que parte de esa deuda financió gasto de capital, sobre todo en la Ciudad de Buenos Aires.

Propuestas

En los próximos cuatro años el nivel de deuda podría ubicarse en el rango de 90 a 110% del PBI según el tipo de cambio y crecimiento del PBI, de acuerdo con estimaciones de LCG. Un escenario que no prevé sustentable en el mediano plazo.

"Las metas de resultado primario ayudan a bajar el endeudamiento, pero sin crecimiento no hay forma de quebrar la trayectoria creciente a mediano plazo", dijo Lorenzo. "El problema para generar crecimiento económico es que posiblemente haya que tener un tipo de cambio más alto, que hace bajar el PBI en dólares, lo que sube el ratio de deuda sobre PBI", manifestó. Y añadió que el gobierno no tiene incentivos para transitar un tipo de cambio más alto, pero que el mercado se puede encargar de hacer el ajuste.

En el programa financiero para 2020, el gobierno informó que tiene que renegociar unos 11.100 millones de dólares y colocar en el mercado 5.200 millones de dólares, sin contar las letras del Tesoro por 9.500 millones de dólares, a lo que se suman 2.000 millones de dólares que ingresarán en 2021 por parte del FMI.

"Es muy poco. No debería haber problema", aseveró Rubinstein, quien agregó que la deuda en pesos es fácil de renovar. "No tiene sentido ir a *default* con esta situación".



"No hay chances de que Argentina pueda pagarle al FMI en estas condiciones. Hay que contar con que en los próximos años no se le pague para tener una situación más holgada y acceder a los mercados. Es difícil que te presten cuando hay vencimientos tan altos con el FMI, que es un acreedor privilegiado." Gabriel Rubinstein

"La deuda se utilizó para pagar el gasto corriente. No fue un endeudamiento inteligente. La contracara es ahora un ajuste más fuerte y todo junto. La deuda se estaba tomando precisamente para evitar hacer ese ajuste." Guido Lorenzo



Rubinstein propuso que el gobierno haga una recompra de bonos usando las reservas del Banco Central. "Hay 47.000 millones de dólares de reservas potencialmente usables. Si se usaran de 5 a 10.000 millones de dólares para recompra de bonos, el riesgo país baja y al gobierno que viene se le despeja el panorama y no va al *default*. Es un error dejar que el riesgo país esté tan alto. El manejo de deuda debería mejorar", sugirió.

Para Bour, el camino es cumplir las metas fiscales para estabilizar el nivel de deuda. "El problema es saber si se van a poder cumplir cuando hay que eliminar las tasas a las exportaciones y la demanda por bajar impuestos es importante", dijo.

Según Dal Poggetto, 3,5% de necesidades de financiamiento en 2020 es manejable, pero recordó que hoy el país no tiene acceso al crédito. "Ni el nivel de endeudamiento es tan alto ni el perfil de vencimientos es complicado, siempre y cuando haya acceso al mercado de crédito", aclaró.

La directora de Eco Go indicó que ahora el mercado le pide al gobierno "ajuste y gobernabilidad" y que, con la incorporación de Miguel Angel Pichetto al oficialismo, interpreta que se podrán pasar las reformas necesarias. No obstante, consideró "complicado" que se logre el superávit de 1% en 2020, que el gobierno estimó en el programa financiero. "Requiere un cambio agresivo en el ajuste del esquema previsional si sigue ajustando al pasado. Se torna complicada la corrección el año que viene si se quiere ir a un esquema de desinflación", dijo Dal Poggetto en relación a que el 65% del gasto primario está indexado al pasado.

"El ajuste fiscal es contractivo y la única forma es generar confianza y que el crédito se expanda. Esta economía sale generando capacidad exportadora, pero ¿cuál es la distribución del ingreso, presión impositiva, dinámica de tarifas y distribución de recaudación entre Nación y provincias que torna consistente el crecimiento de las exportaciones?", se preguntó la economista.

Renegociar con el FMI

Hoy Argentina cuenta con un prestamista de última instancia, el FMI, que financió al país con acuerdo stand-by por 57.000 millones de dólares, que deberán comenzar a cancelarse en 2022, por un programa de facilidades extendidas.

"Descuento que se va a renegociar. No hay mercado para pagar la deuda. Hay FMI para rato y con cualquier gobierno", anticipó Lorenzo. Al mismo tiempo, el FMI concentraba en Argentina un 27,9% de los préstamos, es el mayor deudor al momento de la firma del *stand-by*. "Es bueno para renegociación", agregó.

Rubinstein coincidió en que habrá renegociación con el Fondo. "No hay chances de que Argentina pueda pagarle al FMI en estas condiciones. Hay que contar con que en los próximos años no se le pague, para tener una situación más holgada y acceder a los mercados. Es difícil que te presten cuando hay vencimientos tan altos con el FMI, que es un acreedor privilegiado", señaló.

Renegociar el acuerdo con el FMI requiere proponer una serie de reformas estructurales –previsional, laboral y tributaria– para que la economía vuelva a crecer en el marco de un próximo gobierno que no tendrá mayoría propia en el Congreso.

"El acuerdo de facilidades extendidas es una financiación adicional que el FMI le da a un país porque hace reformas. No se hace porque no puede pagar. Es diferente renegociar porque no puede pagar, que renegociar y obtener más tiempo y más plata porque se compromete a hacer reformas", dijo Bour. "Supone llevar un programa ambicioso de reformas que tiene chances de pasar por el Congreso", resaltó.

Dal Poggetto coincidió en que ningún país puede devolver 57.000 millones de dólares en dos años ni "el FMI tampoco está esperando que los devuelva". En tanto, recordó que en el marco del *stand-by* el próximo gobierno tendrá otro programa monetario con el FMI. "No hay sendero, habrá que reformularlo", indicó.

La economista entiende que este programa requiere un plan de estabilización porque la nominalidad de la economía aún es alta.

"No tiene sentido reestructurar la deuda con estos perfiles de vencimientos", afirmó, pero agregó que la economía se enfrenta a un alto nivel de deuda con altos niveles de gasto público, alta presión impositiva con precios relativos todavía distorsionados y una baja demanda de pesos.

Los candidatos a presidente y los funcionarios del FMI lo saben, pero no están claras qué medidas tomarán todavía.

Banco de la Nación Argentina

Línea en dólares para maquinaria agrícola

El Banco de la Nación Argentina presentó una línea en dólares destinada a la compra de maquinaria agrícola. El anuncio se realizó en la AgroActiva, exposición realizada en Armstrong (provincia de Santa Fe). La línea se encuentra dentro del programa MiPyMEs y cuenta con una tasa del 3% anual, a cuatro años de plazo y destinada a las micro, medianas y pequeñas empresas. Además ofrece financiamiento para la adquisición de insumos agropecuarios y créditos para la compra de maquinaria (en pesos y a tasa subsidiada).

Banco Supervielle

Banco Supervielle

El Banco Supervielle, expandió su cartera de productos con el objetivo de entrar a nuevos mercados. En esta oportunidad desembarca en el mundo deportivo junto al Club Atlético Vélez Sarsfield. Ofrece para sus socios servicios y oportunidades de financiamiento. Por esta nueva alianza estratégica, la comunidad del club tendrá beneficios exclusivos en la cuota social, deportiva, y del instituto educativo. Para los empleados del club también habrá beneficios.

BCRA

Cheques electrónicos



El BCRA anunció que se podrá empezar a operar con cheques electrónicos. Su anuncio se había realizado el año pasado, pero las entidades bancarias había pedido una prórroga. En este primera fase, las entidades están obligadas a recibir estos cheques, mientras que la emisión será optativa para cada banco. En esta primera instancia los cheques no podrán ser cobrados en las ventanillas de los bancos y sólo podrán operar con ellos personas con cuentas bancarias. Funcionarán como equivalente 100% electrónico de los clásicos instrumentos en papel.
El directorio del Banco Central definió que las 80 entidades del sistema financiero deberán firmar un acuerdo de seguridad para poder intercambiarlos. Por otra parte, se acordó que en caso de haber instrumentos rechazados, se creará un documento físico para que el portador del cheque perjudicado pueda ejecercer la acción civil que considere.



Banco Hipotecario

Nueva campaña Banking Home

El Banco Hipotecario lanzó su nueva campaña "Banking Home" y anunció un paquete de beneficios para que sus clientes puedan refaccionar, pintar, decorar y equipar sus casas. El nuevo comercial muestra imágenes del primer crédito hipotecario otorgado en 1887 y da cuenta de los más de 2 millones de préstamos para la vivienda originados por el banco a lo largo de su historia. Además de su campaña, el banco anunció promociones para tarjetas VISA de débito y crédito en corralones, hogar y deco, supermercados y billeteras virtuales, con descuentos de hasta el 25% y cuotas sin interés.

PMÁSSIBILIDADES



TM-**T88VI-DT2**

- Impresión ultrarrápida: 350 mm/s[1]
- Mayor disponibilidad de opciones de CPU: Intel® Celeron, Core i3 y Core i5
- Administra periféricos y conecta varios dispositivos simultáneamente

1- Velocidad basada en el uso de 80 mm de ancho de medio y Epson's PS-180 power supply. Las configuraciones que no incluyen PS-180 tendrán una velocidad de impresión predeterminada de 300 mm/sec.

www.latin.epson.com

epsonlatinoamerica @epsonlatin epsonlatinoamerica @epsonlatinoamerica

OmniLink® | EPSON® EXCEED YOUR VISION

Oportunidades para las aseguradoras

Las tendencias mundiales en **Inteligencia Artificial**



Los desarrollos a escala global son vertiginosos y generan herramientas para hacer cada vez más eficiente el sector a través de la generación de pólizas a medida. Los expertos afirman que la Ley de Conocimiento será fundamental a futuro.

Opinan:
Matías Orrico - Alejandra de Carli - Rodrigo Benzaquen - Iván Saubidet

La inteligencia artificial (IA) e internet de las cosas (IOT, por sus siglas en inglés) avanzan a escala global a un ritmo vertiginoso. Argentina no es ajena al proceso, aunque todavía se encuentra muy por detrás de los avances en la materia que se desarrollan en los principales polos científico-tecnológicos del mundo, concentrados particularmente en Silicon Valley, California.

Allí se agrupan los principales desarrolladores de todo el mundo. Según un estudio de Linkedin, hay 1,9 millones de especialistas en IA en todo el mundo. De ellos, 850.000 son científicos norteamericanos. China, que sólo cuenta con 50.000, está en plena cruzada para reducir esa brecha y ha comenzado a repatriar a sus propios especialistas concentrándolos en los polos tecnológicos ubicados en ciudades como Shenzhen y Shanghái. El objetivo explícito del gobierno Chino es alcanzar el liderazgo para el año 2030.

En nuestro país ya existe un crecimiento sensible del sector tecnológico. Según datos oficiales, estas actividades generaron 65% más de empleo que en el resto de la actividades productivas entre 2007 y 2017.

En ese marco, en mayo de este año se aprobó la Ley de Conocimiento que promueve exenciones impositivas sobre ganancias y cancelación de pagos de otros impuestos para desarrollos tecnológicos. El propósito es ofrecer a las 11.000 empresas alcanzadas un marco tributario que les permita competir globalmente para duplicar en 10 años la cantidad de empleados y las exportaciones, de modo que alcancen los 15.000 millones de dólares en 2030.

La iniciativa es vista con agrado y entusiasmo por los referentes del sector tecnológico. En diálogo con NBS Bancos y Seguros, Matías Orrico, Data & AI Specialist de IBM Argentina, consideró: "La ley se fundamenta en todo lo que se está trabajando en la Argentina. Conozco a muchos científicos de datos que tienen que irse afuera para hacer un doctorado. La ley va a promover conocimiento local y más salida laboral. De acá a veinte años va a estar plagado de IA. Cuantos más seamos los que la apliquemos, mejor".

Para Alejandra De Carli, directora de Negocios en la Nube (Azure y Office 365) de Microsoft Argentina: "Contar con una ley que acompañe a la industria de la tecnología en

el país es vital para crecer, desarrollarnos y generar más y mejores productos y servicios. Nuestro país cuenta con un valor fundamental: el capital humano".

El mercado del seguro local, todavía un paso atrás

La industria de seguros local aún no incorporó todas las ventajas que ofrece la IA. Pese a ello, Rodrigo Benzaquen, director de Cloud & Innovation de Logicalis Nubeliu, contó algunos de los desarrollos que tienen en el sector: "Varios de nuestros clientes son *fintech*. Tenemos el caso ejemplar de eColón Seguros. Trabajamos todo lo que es la administración de servicios continuados en nube. Nos pidieron desarrollar un sistema y un servicio que permitiera hacer la atención a los clientes; desde dar de alta el seguro, hacer un siniestro o consultar la tarjeta de forma virtual, sin tener que hacer un llamado".

"Desarrollamos una plataforma mediante la cual se puede ingresar por Facebook, por una plataforma o por teléfono y atiende un sistema (que no es una persona). Se puede dar de alta un seguro y cotizarlo en el momento", relató Benzaquen.

Y contó el proceso para llegar a ese resultado: "Desarrollamos una herramienta para poder entender el contexto del cliente, saber quién es. Las compañías de seguros viejas usan datos básicos para cotizar pero no saben quién es la persona. Los celulares y otras tecnologías permiten recopilar *data*. La pasamos por sistemas de IA para tomar mejores decisiones y ofrecer al cliente un producto mucho más 'customizado'. El mercado está cambiando". El experto señaló: "Las compañías se dieron cuenta de que tienen que cambiar o las van a pasar por arriba".

Estos son algunos de los adelantos de las tendencias que se desarrollan a escala global y que ya se están aplicando en la Argentina. En ese sentido, Iván Saubidet, Ceo de la empresa Nubihome, sostuvo: "Hay una explosión de datos con los dispositivos conectados. Bien aprovechados dan una información muy fuerte para ver el comportamiento del usuario y, a partir de ahí, hacer productos a medida, evaluar riesgos y hasta generar servicios nuevos. Las compañías de seguros están atrasadas con relación a otras industrias. El *retail* está muy avanzado en la cuantificación de datos de fuentes diferentes. Los seguros todavía están basados en datos *proxi* del pasado y no de ahora, que son los que permiten hacer cosas a medida".

Por su parte, Orrico, que tiene más de 10 años de experiencia en IA y está especializado en seguros, coincidió en que el retraso se nota: "Sobre todo en el *engagement* con el cliente. Las empresas de retail saben más de su cliente que las aseguradoras y los bancos. Se nota en las promociones asociadas a cada perfil que los supermercados hacen por *email* y por redes sociales".

En IBM hicieron un estudio donde entrevistaron a 800 líderes de empresas de seguros a nivel mundial para conocer las tendencias de la industria. El título del informe, al que tuvo acceso *NBS Bancos y Seguros*, es "Los incumbentes vuelven a atacar". Al respecto, Orrico comentó: "Hace un par de años aparecieron las *insurtech*. Las compañías de seguros tradicionales pensaron que iban a perder el negocio. Finalmente hicieron un *'catch up'* (se pusieron a tono) muy rápido y entendieron que las *insurtech* no les iban a quitar el negocio sino que se podían potenciar si trabajaban juntos. Por eso los incumbentes, los jugadores que estaban antes, están contraatacando ante lo nuevo, asimilando la IA".

En la misma línea, Alejandra De Carli opinó: "La transformación digital está redefiniendo la industria de seguros. Al desbloquear experiencias digitales para clientes y empleados las aseguradoras pueden permitir una visión y un compromiso únicos para impulsar diferencias medibles de sus afiliados en el rendimiento de suscripción, ratios de pérdida, tasas de lapso y abandono".

La especialista contó: "Muchas aseguradoras ya están creando modelos predictivos para el riesgo y utilizando modelos de detección de anomalías para identificar comportamientos fraudulentos. Algunas utilizan m*achine learning*, por ejemplo, para examinar los datos extraídos de cualquier consulta que permiten que cualquier persona y organización extiendan sus capacidades de trabajo, alcancen mejores resultados y profesionalicen sus servicios". En tanto, Rodrigo Benzaquen, aseguró: "Es un momento muy interesante el que se está viviendo en el mundo. Utilizando tecnología de *big data* hay posibilidad de tomar un montón de información de los clientes, analizarla en tiempo real y, en base a eso, tomar decisiones más específicas".

El especialista graficó: "En *insurtech*, si el cliente entró por Facebook tomamos todo de ahí. Si manda una foto de su licencia de conducir, automáticamente reconocemos todo. En 5 minutos está dando de alta el seguro sin hablar con nadie". Y agregó: "Las empresas que tienen capacidad de usar tecnologías como *big data* combinadas con IA van a to-

"Las compañías de seguros tradicionales pensaron que iban a perder el negocio por las insurtech. Finalmente hicieron, se pusieron a tono muy rápido y entendieron que las insurtech *no les iban a quitar el negocio sino que se podían potenciar si trabajaban juntos."*

""Hay una explosión de datos con los dispositivos conectados. Bien aprovechados dan una información muy fuerte para ver el comportamiento del usuario y, a partir de ahí, hacer productos a medida, evaluar riesgos y hasta generar servicios nuevos."



mar una decisión mucho más certera que las *old style*, que usaban herramientas básicas". Benzaquen confirmó que bancos y compañías de seguros ya están usando estas tecnologías y les va bien, con menos costos.

En la misma sintonía, Orrico acotó que las empresas "entendieron que si no se adaptaban se quedarían afuera. Lo que hoy quiere el cliente es que la empresa lo conozca y le haga ofertas relevantes según el momento de la vida en el que está". Y ejemplificó: "Un técnico que trabaja conmigo tiene un banco que le manda todos los miércoles una oferta en peluquería, pero es pelado hace 25 años. Si no empiezan a conocer a cada uno de sus clientes van a tener un efecto negativo". Alejandra De Carli resaltó que muchas compañías de banca y seguros despliegan sus productos y servicios en las herramientas de Microsoft. Y dio algunos ejemplos: "Paraná Seguros diseñó TeroGranizo para complementar los seguros agrícolas de granizo a partir del procesamiento inteligente de datos. BeSmart creó SmartRisk, un servicio que corre en Azure y es vendido a entidades financieras con el fin de prevenir el riesgo crediticio, ya que deben implementar métodos que agilicen su entrega y proporcionen mayor precisión a la hora de evaluar las solicitudes".

La brecha con el mundo

Los grandes proveedores de servicios de datos e IA marcan el camino para las empresas locales, que todavía están un poco rezagadas. "No es imaginable la información que tiene Google de uno. Un *cloud provider*, como Amazon, Microsoft o Google, tiene capacidad de reconocer a la persona que está en una foto. En *big data* estamos muy atrasados todavía. Estas top tres están empezando a liberar funciones para que los clientes puedan aprovecharlas", consideró Benzaquen.

Matías Orrico, en tanto, puntualizó: "Las empresas tradicionales de seguros se 'aggiornan' a las necesidades del cliente. ¿Cómo lo hacen? O compran o se asocian con una insurtech. Ahí es donde ambos ganan. La *insurtech* rompe el modelo de industria como lo conocían los clientes y propone soluciones más amigables, que estén en el momento de la vida que necesita el cliente. Pero no tienen el *know how* de las compañías que están en el rubro y saben cómo moverse. Cuando se mezclan esas dos, la insurtech y la tradicional, ahí es donde explota la inteligencia de datos".

El especialista de IBM recordó que, en el estudio realizado por la compañía, "el 89% de los líderes de empresas de seguros a nivel mundial decían tener propuestas personalizadas para cada cliente. Sin embargo, solo el 60% de los clientes afirmaban recibir una respuesta personalizada. Es un abismo que separa a la empresa de su verdadero cliente y su percepción. Allí entra la IA".

Contar con las herramientas adecuadas facilita esa transformación de la compañía hacia el uso de los datos. "Azure, la nube inteligente de Microsoft, por su potente infraestructura puede soportar e impulsar los adelantos en IA que cualquier organización de seguros desee implementar. Nuestra nube provee de todos los recursos necesarios para avanzar (infraestructura, servicios y herramientas). Con el modelo de la nube se pueden llevar a cabo esquemas financieros y de riesgo más rápido y fácil", detalló De Carli. Y añadió: "Con una inversión mínima cualquier aseguradora ya puede acceder a usos simples, pero de impacto en su organización, como por ejemplo un *chatbot* que podría resolver hasta el 80% de las consultas frecuentes".

Tendencias globales

El desarrollo en la Argentina, visto en perspectiva, es incipiente pero las tendencias mundiales hablan de una profundización en el uso de IA, IOT y *big data*.

Sobre los próximos desarrollos, Orrico adelantó: "Ahora se trabaja en lo que se llama 'el próximo mejor paso para nuestro cliente'. Ahora mapean cada paso que da el cliente y evalúan cuál es la mejor acción. Ahí entra el *cross-selling* (venta cruzada). Si contrato un seguro de vida y de salud, la pregunta es por qué no me ofrecen un seguro de hogar o de auto. Con una necesidad, la empresa te crea tres". Por su parte, Iván Saubidet explicó: "Las tendencias van hacia los modelos del tipo *head trackers*. Son pulseras para ver cómo está la salud del cliente.

También los *smartphones* o los *home assistance*, que hablan como Google y Amazon, y hasta los autos que generan información para saber cómo se maneja el cliente y generar servicios. Esa es la primera tendencia que vemos".

Asimismo, destacó una segunda tendencia: "Empieza a haber *hardware* asociado a IA y, como tal, como una categoría aparte. Lo primero son los autos, casi un robot, autónomos, asociados a una inteligencia mayor que revoluciona los seguros de autos y permite la introducción en el día a día de la gente".

Para Saubidet, la tercera tendencia "tie-

ne que ver con los ecosistemas, para poder brindar servicios a sus clientes. Son servicios adicionales como el de asistencia o el de *smart home*, o la integración para poder utilizar *software* de terceros para entender el comportamiento de los usuarios y ofrecer un seguro basado en eso".

Por último, destacó "el avance enorme en tecnologías cognitivas como el *deep learning* especialmente para imágenes, voz y texto". Saubidet contó que "hay empresas en Europa que están ofreciendo que uno suba las imágenes del auto chocado, la IA las procesa y hace un *score* de cuánto va a costar esa reparación. En algunos casos lo mandan a pagar directamente sin intervención de ninguna persona". Desde IBM, Orrico subrayó: "A escala mundial el foco está en lo preventivo". "Uno de nuestros clientes, Kaiser Permanente (una prepaga), desarrolló el concepto de no tratar a pacientes, sino ayudar a los clientes a que estén mejor". Para eso, explicó, "hacen chequeos permanentes, los empujan a tipos de dieta y los invitan a clubes de deportes".

El expertó reconoció que algunas empresas locales de seguro automotor están trabajando en esa línea. "Con IOT se permite saber cómo maneja el asegurado y como está el auto. Se puede prevenir un accidente y bajarle o subirle la póliza según cómo este manejando", dijo. Saubidet se ilusionó con el futuro de estas herramientas en el país. "La Ley de Conocimiento definitivamente va a promover el desarrollo de la IA. En la Argentina se necesitan tres cosas: una ley que lo incentive; el capital humano, que lo tenemos; y un ambiente con un contexto de capital emprendedor, que también está", concluyó.



Las compañías facilitan el cambio

EL RETO DE DIGITALIZAR AL PRODUCTOR

De la visión de la tecnología como amenaza para el tradicional rol del productor de seguros a las iniciativas de las empresas para lograr el salto al siglo XXI, con los productores como principales protagonistas.

Opinan:
Nicolás Renzi - Pablo Cendagorta - Fernando Ortino

La digitalización de la industria cambia las reglas de juego. Los clientes demandan inmediatez, accesibilidad y, en la mayoría de los casos, autogestión a la hora de contratar una compañía de seguros. Muchas empresas comenzaron a transformarse para dar el salto tecnológico hacia el siglo XXI, pero se encuentran con el desafío de no descuidar a la figura del productor asesor de seguros (PAS), un engranaje fundamental en su estructura.

NBS Bancos y Seguros habló con tres compañías que decidieron encarar la innovación con el cliente en el centro, pero mano a mano con el productor.

Cambios en el consumo

En la industria del seguro, la transformación digital se dio por "arrastre", a la vez que la explosión del mundo 3.0 transformó las relaciones de los clientes con las marcas. Nicolás Renzi, líder de Transformación Digital de Grupo San Cristóbal, explicó: "Investigamos mucho qué era lo que sucedía. Empezamos a intentar entender cómo se comporta el mercado asegurador, qué demandaban los clientes, vimos que muchos eran distintos y que no pretendían lo mismo. Empezamos a entender a esos segmentos, no sólo en comportamientos, sino en su volumen".

"Nos llamó la atención un segmento: había un grupo de clientes que ya no valoraba tanto acercarse a una oficina física o asesorarse personalmente sobre un producto, sino que quería ser autosuficiente. Cuando encontramos esto, en 2014, era un segmento chico. En ese momento, solamente un 20% respondía que contrataría un seguro por Internet y apenas un 12% buscaba información en la web sobre un producto. Con el paso del tiempo, comenzamos a ver que los hábitos de consumo cambiaban. No sólo en el seguro, sino en todas las industrias. Empezamos a entender que era necesaria la transformación digital para poder afrontar este desafío y cubrir esa demanda que no estaba satisfecha", agregó.

El mismo diagnóstico encontraron los ejecutivos de Federación Patronal. "La compañía lleva adelante un proceso de transformación digital para adaptarse al nuevo contexto tecnológico y lograr una mejora no sólo en los procesos, sino también en los productos y en la forma de llegar a los clientes. Entendimos que era un camino necesario pero, al mismo tiempo, un proceso que necesitaba ser analizado en profundidad. Por eso se realizó un análisis interdisciplinario interno a fin de buscar cuáles serían las mejores maneras de



llevarlo adelante", dijo Pablo Cendagorta, jefe de división del Área Técnica y Comercial de la compañía.

Se hace camino al andar

Una vez descubierto el diagnóstico, las aseguradoras comenzaron a echar mano a las herramientas digitales para relanzar su estrategia comercial. Pero ya no bastaba con tener presencia y actividad en las redes sociales: había que estar allí donde el cliente estuviera.

El 88% de los argentinos se conecta todos los días a Internet. En ese espacio, y sobre todo con ese lenguaje y esos códigos, era donde las empresas de seguros debían rediseñar su estructura de negocios. Era necesario llevar a los productores hacia ese lugar.

Fernando Ortino, gerente comercial de Omint ART explicó: "La tecnología llegó a nuestras vidas y avanza de forma vertiginosa, por lo cual nuestra política va en camino a eso. Tenemos, como compañía, la meta de seguir avanzando para poder brindarles a todos los usuarios la posibilidad de tener la mejor experiencia tecnológica posible. Queremos ser una de las compañías líderes en transformación e innovación digital. Para ello desarrollamos una plataforma digital (omintdigital.com.ar) para el productor de seguros, mediante la cual se puede realizar la cotización y comercialización de planes de salud y seguros de vida".

En Federación Patronal también lanzaron herramientas para impulsar la transformación digital. "Desde el cotizador web para el asegurable, que envía a un productor la póliza al momento de emitirla mediante un algoritmo que se encuentra certificado por normas ISO; pasando por la gestión de reclamos *online* de los terceros, que permite iniciar reclamos por la web e informar al productor del cliente involucrado. También tenemos un portal de autogestión del asegurado, lo que permite que desde cualquier dispositivo electrónico el asegurado obtenga datos vitales de sus pólizas, cotizar un seguro y hasta abonarlos. Finalmente, contamos con un departamento de *marketing* digital, que se encarga de administrar las redes sociales y ver qué está pasando en la web", enumeró Cendagorta.

Por su parte, Renzi afirmó: "Decidimos empezar ese proceso de transformación hace dos años. Los productores comenzaron a recibir nuevas herramientas digitales: cotizadores de automotor, de hogar, de seguros integrales de comercios. Un montón más de herramientas para que ellos y los clientes puedan gestionar mejor los siniestros". Luego agregó: "Lo que más cambiamos en este último tiempo es la forma en la que construimos, en la que dialogamos con nuestras sucursales y PAS".



"El productor debe saber leer e interpretar estas nuevas necesidades que el consumidor está planteando y saber que debe seguir capacitándose y modificar su forma de trabajo."

Aliados en un nuevo esquema

Aunque al principio los productores pudieran haber sentido cierto recelo sobre la introducción de herramientas digitales en un negocio que tenía décadas operando de la misma forma, las aseguradoras apuntalaron la interacción con estos nuevos elementos para poder eliminar cualquier fricción.

Al respecto, Cendagorta sostuvo: "Para Federación Patronal el PAS siempre cumplió y seguirá cumpliendo un rol preponderante y vital; y en ellos siempre hemos centrado y seguiremos centrando nuestras estrategias comerciales. Aún aquellas que involucran la transformación digital. Todos los desarrollos están basados en facilitar la tarea del PAS y, a la vez, incluirlos en este nuevo mundo digital".

En tanto, el gerente comercial de Omint explicó: "El rol del productor en este proceso es muy importante ya que hay un cambio muy grande en el mercado. Hoy se estima que el 60% de los productores ya están comercializando de forma digital diferentes ramas del seguro". Ortino agregó: "Hace algunos años era impensado contratar digitalmente este tipo de productos pero hoy es algo totalmente normal y ya no sólo para una generación de productores. Si queremos seguir avanzando en el camino de la innovación es sumamente relevante que el productor de seguros forme parte del proceso".

Por su parte, Renzi indicó: "Lo que más cambiamos en este último tiempo es la forma en la que construimos, en la que dialogamos con nuestras sucursales y PAS. A lo largo de todo este proceso, había una pregunta que no podíamos responder: ¿cuál es el rol del PAS en esta nueva transformación digital? A partir de ahora, en conjunto, empezamos a desarrollar una nueva estrategia. Necesitábamos entender qué podíamos hacer con eso que había hecho exitoso a San Cristóbal en los últimos 80 años, de cara al futuro".

La compañía rosarina presentó el mes pasado una herramienta para que sus PAS puedan incrementar las ventas y contar con mejores y mayores herramientas para desarrollar las gestiones de sus clientes. Una de ellas consiste en la posibilidad de desarrollar micrositios gratuitos desde la plataforma de San Cristóbal con diseño responsive (que se adapta a los dispositivos móviles), un cotizador integrado y formularios de contacto para email y redes sociales, entre otros beneficios.

"Estos sitios no tienen costo alguno para el productor, son *user friendly* y se administran tan fácil como una página en redes sociales. Entre otra cosas, los microsites fomentan una mayor comunicación con el cliente final, ofrecen más productos, e incluso les permite aparecer en las búsquedas de Google", indicó Renzi.

En tanto, en Federación Patronal, "la compañía entendió que si todos nuestros productores debían llevar adelante una inversión en tiempo y dinero en forma individual para una transformación digital, iba a ser un derroche enorme de ambos recursos, que no tenían, y que se iban a pisar entre todos, por lo que fue la empresa la que decidió llevarlo adelante y ponerlo a disposición de los PAS", explicó Cendagorta.

En Omint ART también apostaron por una plataforma digital. "La idea es que con ella puedan comercializar planes de salud y seguros de vida individual. Omint Digital es una plataforma simple, *online*, está diseñada para mejorar el proceso de cotización y venta de planes de salud y seguros de vida en tiempo real. La herramienta está diseñada para nuestros canales comerciales y permite ingresar un código para identificar quién realizó la venta y que las operaciones sean computadas de forma inmediata y segura. Esta forma de comercialización impactó de manera positiva en nuestros canales comerciales", explicó Ortino. También adelantó: "En breve sumaremos más opciones para los productores de modo de poder abarcar todas las oportunidades de negocios".

Todas estas iniciativas apuntan a que el PAS deje de ver a la tecnología como competencia y que se apalanque en estas herramientas para poder desarrollar su negocio en un contexto más competitivo como el que se plantea hoy en día. Con un futuro que parece desafiante e incierto.

"La función del PAS debe seguir evolucionando, como lo ha hecho en los últimos 50 años y como lo hacen la mayoría de las profesiones y los oficios a partir de que el cliente también está cambiando. El productor debe saber leer e interpretar estas nuevas necesidades que el consumidor está planteando y saber que debe seguir capacitándose y modificar su forma de trabajo. Hoy sabemos que los *millennials* y los *centennials* consumen de otra manera, ven el mundo de otra manera y necesitan todo para ya. Los PAS deben estar conscientes de que deben adaptar su estructura para dar la mejor calidad de servicio en el mejor tiempo posible, esto es: siempre centrarse en el servicio. Y en este camino, la compañía pone a disposición de los PAS todos los desarrollos para darles una ventaja competitiva", concluyó Cendagorta.

TENÉ SIEMPRE EL CONTROL **DE TU PÓLIZA EN TUS MANOS.**

—

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

—

Encontrala en

App Store | Google Play



Grupo Provincia

Centro de atención al cliente:
0800.333.1278

Provincia ART

Nº de inscripción en SSN **0621**

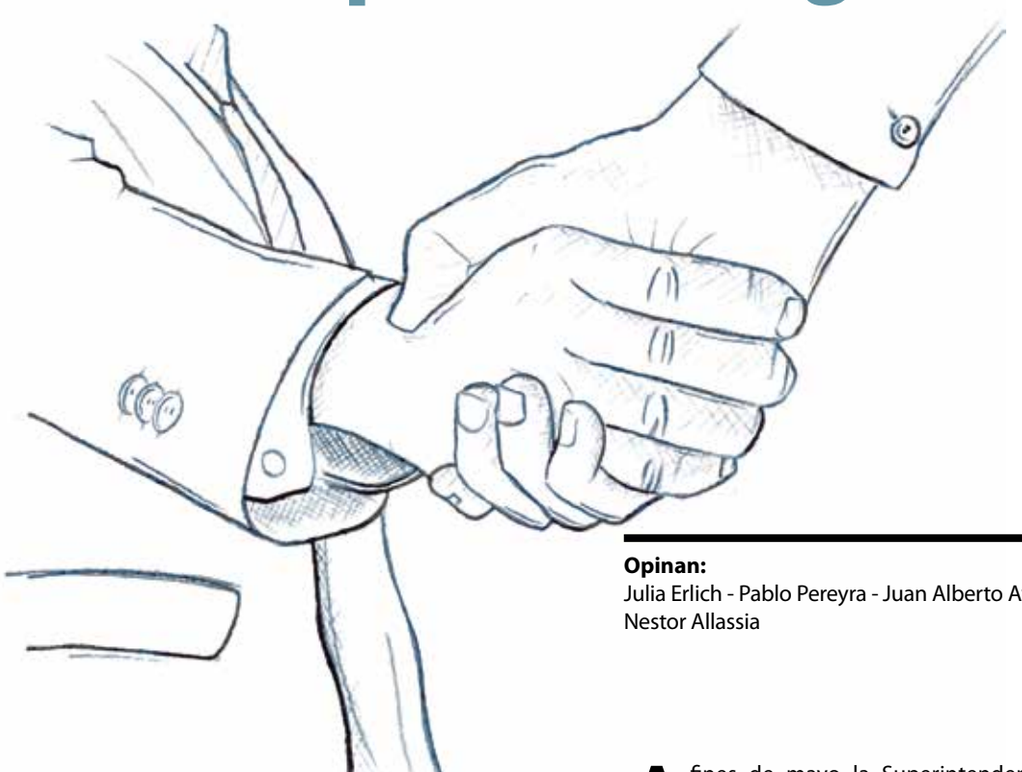
Atención al asegurado 0800-666-8400

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

SSN | SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

Fondos de sociedades de garantía recíproca

Nueva alternativa de inversión pyme para aseguradoras



Las compañías podrán invertir en sociedades de garantía recíproca (SGR). Así, tendrán beneficios impositivos a la vez que contribuyen al financiamiento pyme. Las SGR, por su parte, esperan que esta iniciativa las ayude a consolidar el sistema de avales.

Opinan:
Julia Erlich - Pablo Pereyra - Juan Alberto Aver - Nestor Allassia

A fines de mayo la Superintendencia de Seguros de la Nación (SSN) publicó la resolución oficial N.º 515-2019 que habilita a las compañías de seguros a invertir en fondos de sociedades de garantía recíproca (SGR). Según el artículo 4 de la resolución, "las compañías aseguradoras y reaseguradoras deberán invertir un mínimo del cinco por ciento (5%) y hasta un máximo del veinte por ciento (20%) del total de inversiones en algunos de los siguientes instrumentos: (…) Inc. X. Participaciones accionarias en sociedades de garantía recíproca reguladas mediante ley N° 24.467 y su reglamentación, y aportes a sus fondos de riesgo, hasta un máximo del veinte por ciento (20%) del mínimo indicado".

La iniciativa se da en el marco del cambio regulatorio impulsado por la SSN que obliga a compañías de seguros a invertir un mínimo de su cartera en activos pymes para contribuir a su financiamiento. Dicha imposición se cumplió de manera gradual y pasó de un 3,5% inicial al 5% de las tenencias a fin de junio pasado.

Las SGR celebran la medida

Si bien la inversión en SGR no estaba contemplada desde el comienzo, en la última reforma se agregó esta posibilidad como destino posible de la inversión pyme. La idea es que las compañías obtendrían, como contraparte, el rendimiento de los diferentes instrumentos en los que, a su vez, invierte el

fondo SGR, el beneficio fiscal por la deducción de los aportes a la base imponible del impuesto a las ganancias y la posibilidad de convertirse en un facilitador para el financiamiento de las pymes.

En diálogo con *NBS Bancos y Seguros,* Julia Erlich, gerente de Socios Protectores de Garantizar explicó que desde hace 10 años esperaban que la SSN autorizara esta iniciativa, que –cree– traerá grandes beneficios tanto para el mercado de SGR, asegurador y de pymes de todo el país.

"Para las compañías de seguros aportar a nuestro fondo tiene un doble beneficio. Por un lado, el rendimiento financiero del fondo, que fue del 43% el año pasado y, por otra parte, las compañías de seguros pueden deducir lo aportado en un 100% de su base imponible para la determinación del impuesto a las ganancias. Ese es uno de los puntos más importantes de la normativa", señaló.

Erlich destacó que además, el aporte genera un círculo virtuoso donde, al brindar garantías para que las pymes accedan a mejor financiamiento, se genera un aumento del entramado económico del país.

Garantizar tiene 32 sucursales en todo el país, 22 años de trayectoria dentro del sistema, un fondo que asciende a 10.000 millones de pesos y una cuota de mercado del 71%. Está compuesto en un 60% por actores del sistema financiero, un 35% de empresas privadas y el 5% restante está en manos de personas físicas. "Participan de nuestro fondo más de 600 socios protectores y ninguno de ellos tiene más del 17%", agregó Erlich.

A su turno, Pablo Pereyra, gerente general de Acindar Pymes, opinó que la normativa es positiva para el sistema porque incorpora una nueva línea de clientes institucionales que antes no podían participar con aportes a los fondos SGR.

"Me parece muy importante que un jugador de tal relevancia pueda ser socio protector. A la vez, para ellos es una posibilidad de completar su participación en el resto de los activos pymes, con el beneficio agregado de que no sólo estarían contribuyendo en el acompañamiento de estas empresas, sino que también tendrán la posibilidad de obtener una mejor renta por el beneficio fiscal. Creo que es una medida en la cual ganan todos los sectores", consideró.

Desde el punto de vista de un nuevo jugador que ingresa al sistema, Juan Alberto Auer, coordinador de finanzas de Río Uruguay, comentó que en su compañía analizaron la normativa y estuvieron en diálogo con algunas SGR del mercado. "Nos interesa esta posibilidad y nos parece que es muy bueno que las compañías de seguros tengan la oportunidad de acercarse más a la economía real", expresó.

En consonancia con su colega, Néstor Allassia, gerente de Inversiones del Grupo Sancor Seguros, afirmó: "La normativa nos pareció razonable y a la vez necesaria, ya que siendo los inversores institucionales más importantes era inexplicable que no pudiéramos ser aportantes de las SGR. Podemos discutir si el porcentaje autorizado es suficiente o no, pero ese es otro tema".

El Ministerio de Producción, a través de la Secretaría de la Pequeña y Mediana Empresa (Sepyme), es quien establece el cupo de aportes que las SGR pueden recibir.

"En este momento tendríamos la capacidad de tomar 2.000 millones de pesos más y, desde la sanción de la normativa, hemos recaudado más de 500 millones de pesos provenientes de compañías de seguros", destacó Erlich.

Pereyra estimó que, de acuerdo a la composición que tienen las compañías de seguros, el sistema podría estar recibiendo un monto de inversiones cercano a los 2.000 millones de pesos.

"Considerando que sólo pueden invertir el 20% del 5% que ya tienen comprometidos en instrumentos pymes, podemos hacer esa estimación, aunque todavía no sabemos qué es lo que va a pasar. De momento percibimos que hay mucho interés por parte de las compañías de seguros y estamos trabajando en este tema", calculó.

Las SGR son entidades financieras que tienen la labor de facilitar el acceso al crédito a las pymes. No lo hacen a través del préstamo de dinero sino que les otorgan un aval para que mejoren sus condiciones de financiamiento frente a bancos, mercado de capitales y proveedores.

El sistema está integrado por socios partícipes (pymes) que, al contar con la garantía de la SGR, representan un menor riesgo para sus inversores y pueden negociar mejores condiciones de crédito.

Las SGR avalan fideicomisos financieros, cheques de pago diferido propios o de terceros, pagarés de terceros, obligaciones negociables pymes, préstamos a tasa fija y variable a corto, mediano o largo plazo o a tasa subsidiada; operaciones de *leasing* y operaciones comerciales a favor de proveedores, entre otras.

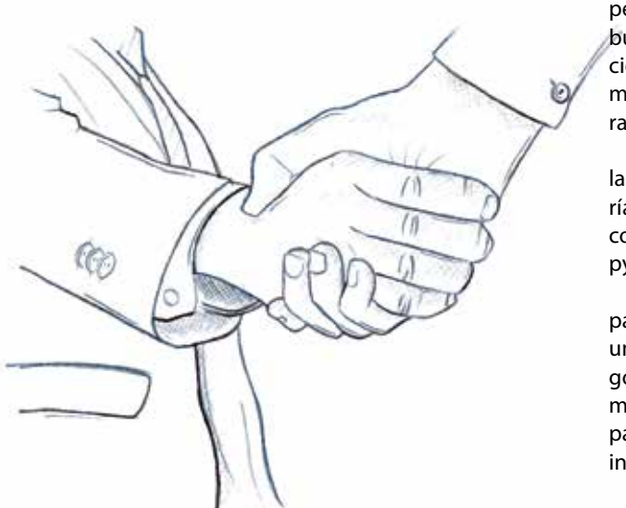
En la otra punta del sistema están los so-

"La normativa nos pareció razonable y a la vez necesaria, ya que siendo los inversores institucionales más importantes, era inexplicable que no pudiéramos ser aportantes de las SGR."



cios protectores, que son aquellos que aportan el capital al fondo SGR. Como contraparte, pueden deducir ese capital del impuesto a las ganancias y obtener una renta a partir de las inversiones del fondo que diversifican mayormente en el mercado local, en depósitos a plazo fijo, títulos públicos, letras del tesoro, obligaciones negociables, fondos comunes de inversión y otros títulos valores. El rendimiento obtenido por las inversiones del fondo de riesgo se distribuye periódicamente entre los socios protectores.

En el caso de Garantizar, a diciembre de 2018, la cartera se distribuía en 47,1% de títulos, 27,3% de depósitos a plazo fijo, 15,6% en fondos comunes de inversión, 8% en obligaciones negociables, 1,5% de títulos provinciales y un 0,5% en disponibilidades.



Desde Río Uruguay, Auer contó que esperan que las inversiones puedan tener un buen rendimiento. "Para nosotros el beneficio es el plazo del dinero (2 años) y el rendimiento dependerá de la colocación financiera que haga el fondo.

De todos modos, si las tasas son acordes a las del mercado y está bien manejado, debería ser una buena inversión. Además, como contraparte, esto nos permite ayudar a las pymes a financiarse", sostuvo.

En esa línea, Allassia agregó que las compañías obtendrían un retorno similar al de un fondo común de inversión de bajo riesgo. "Si bien la comisión de administración es mayor, el aporte tiene ventajas impositivas para las empresas que tributan ganancias", indicó.

Por su parte, Erlich se refirió a las expectativas de crecimiento que tienen sobre el fondo de Garantizar: "Al comenzar el año hicimos una proyección de 40% para 2019 y ya registramos un rendimiento del 17%. De todos modos este es un año especial donde incidirán otros factores que trascienden cualquier proyección".

Más crédito para las pymes

En la actualidad, hay 16.287 pymes de distintos sectores de la economía que participan del sistema de garantías recíprocas en todo el país. Sin embargo, es un porcentaje ínfimo (3,9%) en comparación con las 417.565 pymes que están registradas como tales ante el Ministerio de Producción.

Pereyra explicó que este año las pymes están tomando avales para el financiamiento de capital de trabajo. "En esa línea tenemos un instrumento que es muy beneficioso para ellas que es el descuento de cheques en la Bolsa de Comercio. Hoy pueden descontar cheques de terceros o propios. Esto último es una operatoria que los bancos no tienen y que les permite sustituirlos a una tasa que está en torno al 45% anual, muy atractiva para el segmento", comentó.

Garantizar, en tanto, cuenta con 20.000 pymes socias, de las cuales 11.500 poseen garantías vigentes para acceder a préstamos bancarios. "Si bien nuestro fuerte es avalar préstamos bancarios, este año notamos un importante incremento de las garantías destinadas al descuento de cheques en el mercado bursátil. Esto se debe al diferencial positivo de tasas que se obtienen comparativamente contra préstamos bancarios", enfatizó Erlich.

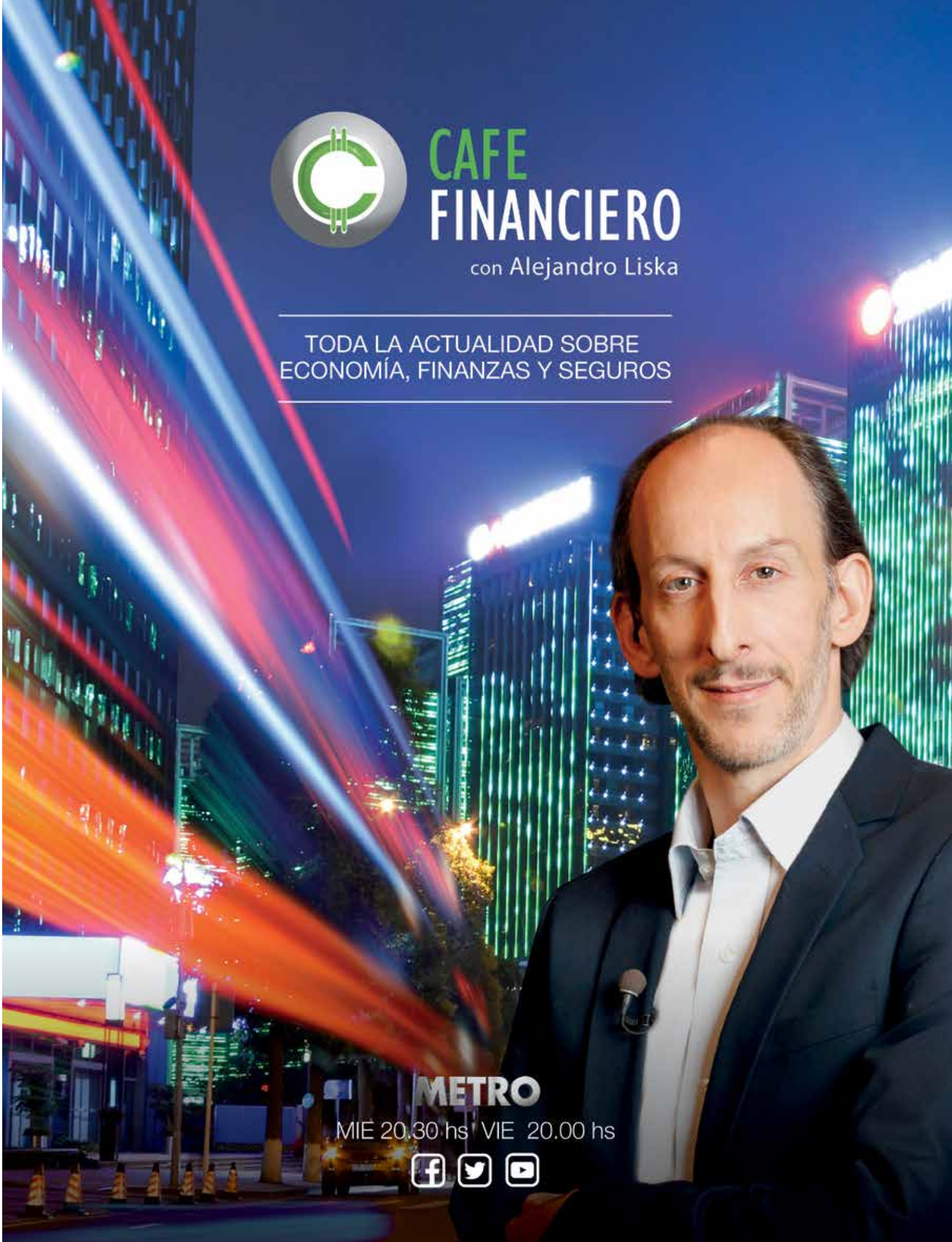
Los ejecutivos coincidieron en que la medida tendrá un gran impacto para todos los actores del sistema. "Es una inversión muy atractiva que consolida un efecto de derrame importante porque las pymes son la columna vertebral de la economía, las que más financiamiento necesitan y tienen un gran camino que recorrer en cuanto a la inclusión financiera. Las SGR tenemos un gran compromiso con esa línea y trabajamos continuamente para conseguir un financiamiento más conveniente para este segmento", opinó Pereyra.

Por su parte, Auer valoró el rol de la SSN al generar un instrumento que permita a las aseguradoras volcar parte de su inversión a la economía real, más allá del sector financiero. "A nosotros nos interesa porque somos una empresa del interior del país que siempre busca contribuir con el desarrollo de las economías regionales.

En la medida en que el instrumento tenga un rendimiento acorde al de mercado, nos parece muy positivo. Además, son herramientas nuevas que nos permiten evaluar otro tipo de inversiones, porque creemos que el desarrollo puede estar en otro tipo de instrumentos de financiación, no solamente en los títulos públicos", dijo.

Para Allassia, los fondos SGR tienen una rentabilidad normal "y algún grado menor de liquidez". "No obstante, es bueno que esté dentro del menú de alternativas de inversión computables en un porcentaje limitado", agregó.

Habrá que esperar a los próximos meses para ver cómo se incorpora esta alternativa a las carteras de inversión de las compañías de seguros.


CAFE
FINANCIERO
con Alejandro Liska
TODA LA ACTUALIDAD SOBRE
ECONOMÍA, FINANZAS Y SEGUROS
METRO
MIE 20.30 hs VIE 20.00 hs

A dos años de la Ley de ART

Menos juicios, **más** prevención



La aprobación de la nueva ley en 2017 permitió reducir la judicialidad sensiblemente. Si bien quedan algunas asignaturas pendientes, empiezan a verse los primeros efectos positivos, tales como la caída de los costos para las empresas y el aumento de los programas de prevención.

Opinan:
Mara Bettiol - Daniel Hadid - Federico Nielsen - Julián de Diego

Hace ya dos años que se estableció la nueva normativa para las ART que, en primer lugar, apuntó a impedir la llamada "doble vía" mediante la cual el trabajador afectado podía iniciar acciones legales contra la empresa y, a la vez, contra la ART. En segundo lugar, se dispusieron modificaciones que generaron un mecanismo administrativo previo al juicio para dirimir los montos de las indemnizaciones por fuera del ámbito judicial. Sin embargo, la aplicación de la nueva ley es despareja debido a que depende de la adhesión provincial. De todos modos, los números muestran que el impacto de la norma en la judicialidad de los siniestros es incuestionable. En 2018 hubo 80.038 juicios, un 40% menos que el año anterior, que había sido el récord histórico. En los primeros meses de 2019 la tendencia descendente se mantiene.

Cuentas pendientes

Mara Bettiol, presidente de la Unión de Aseguradoras de Riesgo de Trabajo (UART), contó a *NBS Bancos y Seguros*: "La ley tuvo como objetivo contener la litigiosidad. En 2018 efectivamente bajó y en el primer semestre de 2019 sigue bajando, pero en forma menos pronunciada". De todas formas, puntualizó: "Quedan aspectos para resolver que estaban previstos en la reforma pero que todavía no se han puesto en marcha. Abren un signo de interrogación sobre la sustentabilidad de la baja y del esquema mismo".

Según la dirigente, el principal asunto pendiente "tiene que ver con la puesta en marcha de los cuerpos médicos forenses en el ámbito de la justicia. El desorden pericial en el ámbito judicial afecta el *stock* de juicios acumulados y, en parte, a la evolución del flujo de los nuevos juicios. Es lo que genera la incertidumbre en el sector". El abogado laboralista Julián de Diego, titular del estudio de Diego & Asociados, destacó: "La caída en la judicialidad quiere decir que en los casos nuevos, no en los viejos, el expediente de cada uno de los accidentes que tienen incapacidad pasan por una etapa administrativa previa".

"La junta médica –continuó– es la que determina las incapacidades y hace una intervención administrativa. Atiende los reclamos del trabajador, si este considera que la incapacidad es insuficiente, y resuelve. Al resolver, termina definiendo cuál es la indemnización legal que le corresponde al trabajador de acuerdo al régimen especial, sin la intervención de abogados. El trabajador no tiene

la participación del abogado, que se llevaría el 20%. Con ese mecanismo, casi el 40% de los casos no pasa de este trámite administrativo. Lo aceptan y terminan cobrando. Al 60% restante de los trabajadores no le alcanza esta instancia y opta por hacer el juicio".

Daniel Hadid, gerente de Suscripción de Galeno ART, confirmó: "Hubo una reducción importante en la judicialidad en el mercado en general pero no en todas las jurisdicciones porque se adhirieron a la ley por partes". Y puntualizó: "Falta Santa Fe que es una de las principales y que, mientras el resto bajaba, siguió subiendo. Hoy, sin ser la provincia más importante en cantidad de trabajadores, es la que más notificaciones de juicios le genera a las ART". En cambio, Hadid indicó: "En la Ciudad de Buenos Aires se notó en seguida el efecto de reducción, lo mismo que en Córdoba, porque el procedimiento judicial se empezó a aplicar en forma bastante unánime". El vocero confesó: "Nuestra expectativa era que los juicios originales se redujeran al 20% del que fue su pico máximo el último año previo al cambio de la ley. Hoy estamos en un 30%".

Asimismo, Hadid resaltó la importancia de la adhesión de Santa Fe para lograr los objetivos de la norma. "Por la importancia que tiene en cantidad de trabajadores y por las posibilidades que da a los abogados para establecer un domicilio en Santa Fe y litigar. Hay casos que pueden migrar de una jurisdicción a otra y eligen Santa Fe", dijo. Y relativizó la baja: "Nos acostumbramos a hablar de magnitudes judiciales que no son normales. En realidad hoy sigue siendo alta pero, por lo menos, es manejable".

En tanto, Federico Nielsen, subgerente general y gerente de Legales de Provincia ART, ratificó: "La litigiosidad bajó en las jurisdicciones que adhirieron. Santa Fe va a contramano de lo que pasa en todo el país. En algunas bajó más que en otras pero en Santa Fe aumentó más del 20%". Y acotó: "Los empresarios santafesinos piden que el gobierno lo apruebe porque se les fueron los costos".

Una caída pareja

Con respecto a la clase de juicios que mermó, Hadid aseguró: "No hay patrones". "Es homogéneo porque resulta de un cambio de procedimiento y de convalidar las comisiones médicas como instancia previa obligatoria. Le damos la posibilidad al sistema de que responda como deba sin necesidad de que un abogado tome el caso e inicie una demanda sin saber cuánto está dispuesto a pagar el sistema", señaló. En el mismo sentido, Nielsen manifestó: "Patrón no hay, pero tenemos estudiados los juicios que están ingresando. Vemos que el 50% de los ingresos son casos que, o tienen dictamen de comisión médica cero (que no registra incapacidad alguna a causa del accidente), o son siniestros rechazados o actas sin incapacidad. Son los 'piletazos' que siempre ocurrieron en este rubro vinculados a la industria del juicio".

El abogado de empresas Julián de Diego coincidió en que no hay patrón y añadió: "Como intervienen las comisiones médicas que determinan la incapacidad, la determinación que se hace es bastante precisa, no es estimativa. Eso le da tranquilidad al trabajador pero también a la ART de que no está en un caso de fraude o simulación".

Por su parte, Nielsen detalló: "A veces cuando la comisión médica le da cero, el trabajador plantea el juicio y, si el perito le da un porcentaje (de incapacidad), volvemos a la mecánica anterior. Por eso la importancia de tener los cuerpos médicos periciales en el ámbito judicial. Pedimos que se cumpla lo que está previsto en el artículo 2 de la Ley 27.348. No se han conformado en ninguna



Conocé nuestra nueva aplicación para celulares LPS Asegurados

Disponible las 24 horas, y desde la comodidad de tu dispositivo móvil, accede a toda la info de tu póliza.

Descargue nuestra App de Google Play o App Store, o desde www.lps.com.ar, y registrate con tus datos.

App Play

La Perseverancia Seguros
desde 1905 Su Compañía de Confianza
www.lps.com.ar



ÓRGANO DE CONTROL: SSN
SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN
www.ssn.gob.ar 0800-666-8400
N° de Inscripción SSN: 0157

"Las ART trasladamos la expectativa de mejora a las tarifas incluso antes de que adhirieran las distintas jurisdicciones, con la esperanza de que esto iba a tener una velocidad importante"



de las jurisdicciones. Nos preocupa mucho". Más allá de los beneficios para la ART, Hadid destacó que el nuevo sistema administrativo "también es mejor para el trabajador porque cobra más rápido. El juicio demora mucho. No estaba resultando para nadie ese sistema".

Beneficios para las empresas

Sobre el impacto de la menor litigiosidad en los servicios que ofrecen las ART a sus clientes, Daniel Hadid comentó: "Hubo una fuerte reducción de la alícuota de las ART. Bajó un 20% el costo para las empresas. Las ART trasladamos la expectativa de mejora a las tarifas incluso antes de que adhirieran las distintas jurisdicciones, con la esperanza de que esto fuera a tener una velocidad importante y rápidamente empezamos a valuar los nuevos negocios de acuerdo a un nuevo escenario de judicialidad que, en la mayoría de los casos, se fue convalidando con el tiempo".

En tanto, de Diego, que resaltó que se desempeña sólo como letrado de empresas y no de ART, señaló: "El mercado es muy heterogéneo. Hay ART que ofrecen una cobertura asistencial ejemplar que llama la atención por su calidad. Hay otras que están buscando cada centímetro para tratar de eludir su responsabilidad. Cuando la inclinación es al negocio tienen muchas restricciones y, como resultado final, no están cumpliendo con su función en el mercado de trabajo. Esto genera que los jueces, con razón, reaccionen".

Con todo, sostuvo: "Las alícuotas dependen de cada empresa, vinculadas con la dimensión del riesgo. En la construcción, por ejemplo, el ahorro no se ve. Se ve más en las empresas de servicios, que tiene poca siniestralidad".

Sin embargo subrayó que, en general, "las empresas no están satisfechas porque, cuando la demanda va por el Código Civil en lugar de por el régimen de la Ley de Riesgos del Trabajo, la empresa se tiene que hacer cargo de lo que excede a la indemnización tarifada y esos excedentes son muy costosos. Las empresas buscan un mecanismo para que la demanda vía Código Civil tenga una mejor cobertura vía ART o un seguro complementario".

"Con el nuevo escenario empezamos a mirar los nuevos negocios de otra manera. Las empresas buscaron precios en el mercado y capitalizar esas reducciones. Lo recibieron muy bien", agregó Hadid, de Galeno ART.

Por su lado, Bettiol confirmó que la caída en la litigiosidad generó bajas de alícuotas pero consideró que esa reducción "no tiene mucho asidero en las bases técnicas porque, así como se generó la instancia administrativa, se produjo una suba en las prestaciones. Originalmente, se agregó un 50%, así como su actualización automática más las tasas de interés".

Más presupuesto para prevención

Un efecto colateral de la menor cantidad de juicios es que el dinero excedente puede dedicarse a evitar futuros accidentes laborales. "Otro aspecto que se demora es que inviertan en mayor seguridad para no atender la salud del trabajador sino para que no se produzcan los accidentes y enfermedades. Si se hace con seriedad, la prevención tiene muy buenos resultados. Lo ideal es que no haya accidentes, pero para eso hay que poner dinero. Debería haber una relación entre lo que se paga y el riesgo. Si invertís 100 millones de pesos en corregir los equipos, que ese dinero se permita amortizar en la cuota de la ART", propuso de Diego.

Desde Provincia ART, Federico Nielsen coincidió: "Cada vez importa más la siniestralidad porque las incapacidades son caras". Y argumentó: "El foco debe ser la siniestralidad. Es un error enfocarse en la litigiosidad porque, para que haya un juicio, tiene que haber un siniestro antes. La forma de evitar el juicio es que el siniestro no ocurra. Es ahí donde queremos hacer la inversión. De esa manera se baja el costo. Hay un beneficio para el cliente y al trabajador está sano. Estamos apuntando a algo más que higiene, seguridad y prevención. Hay un estudio que dice que cuando uno se ocupa más de la salud de los trabajadores afuera del lugar de trabajo, esa inversión se paga sola. Nuestra idea es que la baja de la judicialidad nos permita destinar recursos a otra cosa: a que los trabajadores no se enfermen".

Mara Bettiol se pronunció en la misma línea aunque aclaró: "La litigiosidad afecta a todos, a las empresas, a los trabajadores y las ART". Y agregó: "Reducir la conflictividad mejora la forma en la que uno puede trabajar y fijar la prioridad de la prevención y la atención a la persona". La presidenta de la UART concluyó: "Hay que volver a los estándares originales del sistema donde la prevención era la prioridad. La litigiosidad empieza a nublar todo eso. Así pasa en cualquier país del mundo. Cuando hay un accidente, lo normal es que se atienda y el 99% de las cosas se resuelvan en el ámbito administrativo y no en juicio. Antes de la reforma, el juicio era la regla a nivel local". ●

Galicia Seguros

Seguro de retiro con contratación digital

Galicia Seguros lanzó Fondo Futuro, un seguro de retiro pensado para servir como complemento a la jubilación.
Está diseñado para que cada cliente elija los aportes, la frecuencia de pago y, si lo prefiere, el tipo de moneda (pesos o dólares). Con la selección de esos datos, se puede observar una simulación de cómo se irá incrementando este fondo y la renta vitalicia o el fondo total a los que se podrá acceder a la edad de retiro. Además con la reciente actualización de los beneficios fiscales, este tipo de productos otorga el beneficio adicional de poder descontar esos aportes de la base imponible del impuesto a las ganancias.



MAPFRE

Servicios de salud online



La compañía de seguros MAPFRE ha decidido introducirse en la denominada "salud 4.0" y ha lanzado al mercado español Savia, una plataforma digital de servicios sanitarios que permite al usuario gestionar lo que necesite en materia de salud. Se trata de una plataforma digital de servicios de salud accesible desde cualquier dispositivo tecnológico. Da acceso a más de 40 especialidades y permite reservar pruebas médicas, tratamientos y cirugías, buscar centros para concertar citas, acceder a un médico a través de videollamada o chat. Además, incluye contenidos relacionados con la salud para todo tipo de edades y demandas. La aseguradora presentó este servicio para cualquier persona, tenga o no seguro de salud, y al que puede acceder eligiendo distintas modalidades de pago: por servicio contratado o mediante planes de suscripción.

AVIRA

Seminario Internacional de Seguros de Vida y Retiro



La Asociación Civil de Aseguradores de Vida y Retiro de la República Argentina (AVIRA), realizó la 12ª edición de su tradicional seminario, con gran convocatoria del mercado de seguros de personas.
El presidente de AVIRA Mauricio Zanatta se enfocó en tres temas relevantes. En primer lugar, el logro de que, después de 27 años, se actualizaran los incentivos fiscales para el sector. En segundo término, la previsibilidad por las actualizaciones ya determinadas para los dos años subsiguientes y la aplicación de un índice a partir de 2022. En tercer término, recalcó la creciente participación del sector en el mercado de capitales. Finalmente resaltó que queda por resolver el beneficio fiscal para las coberturas colectivas, tema que están encarando con los reguladores, pero que requiere una ley para que tenga suficiente seguridad jurídica.



Jason Sahota, CEO de Charles Taylor InsureTech

“La tecnología no es la solución pero tiene la llave para encontrarla”

Las aseguradoras responden a la creciente demanda de productos online *por parte de los clientes. Compañías de tecnología aplicada a los seguros vienen a sumar herramientas al sector, tal como sucedió entre las* fintech *y los bancos. Una novedad para el mercado argentino.*

Opina:
Charles Taylor

Charles Taylor InsureTech es una compañía especializada en la transformación digital de las aseguradoras que desarrolla sus actividades en el mercado latinoamericano. Recientemente ha lanzado su operación en la Argentina. Entre los servicios que ofrece a las compañías de seguros, apunta a que estas puedan desarrollar, correr y administrar aplicaciones sin la complejidad de construir y mantener la infraestructura de *hardware*, lo que sirve para disminuir costos y maximizar la eficiencia en las compañías.

En el marco de su visita a Buenos Aires, Jason Sahota, Ceo de Charles Taylor InsureTech, dialogó con *NBS Bancos y Seguros* sobre las perspectivas de este tipo de empresas en el país.

–¿Qué desafíos tiene una *insurtech* para operar en la Argentina?

Desde el año pasado, en que cumplimentamos los requisitos necesarios y comenzamos nuestra actividad en la Argentina, ya contamos con cerca de 270 agentes y 5 oficinas a lo largo del país. Entiendo que existe actualmente una situación económica compleja a nivel local, pero aún así aprecio el buen entendimiento, la buena recepción de este país y la disponibilidad para poder operar.

Los desafíos en Argentina y en la región son diferentes a los que podemos encontrar en Europa. Esto no significa que no podamos hacerlo, tuvimos una muy rica experiencia en el país y a lo largo de Latinoamérica. Es diferente en tanto que requiere otra dinámica y una mayor agilidad para responder a las contingencias. Aquí encontramos una cultura de ingeniería y tecnología muy profunda, con importantes talentos humanos pero, a la vez, existe una demanda significativa de implementación tecnológica.

–¿Qué experiencias exitosas tienen en otros países de la región?

Tenemos oficinas en Perú y en México, con tres *hubs* (espacios colaborativos de trabajo) centrales para la región. También nos encontramos en un momento de expansión en Brasil. Contamos con clientes que están entre los *brokers* más grandes, tanto internacionales como locales o regionales, a lo largo de 16 países diferentes.

–¿Qué objetivos persigue la creación de Charles Taylor InsureTech?

Armamos este negocio hace tres años y mi objetivo era trabajar con la innovación tecnológica en la industria del seguro para ayudar a que esté mejor preparada para la próxima generación. La tecnología debe brindar herramientas que permitan trabajar en lo que creo que es una gran oportunidad para el sector a nivel regional. La economía latinoamericana está creciendo, su riqueza crece y, con ello, la industria del seguro. Sin embargo

"La tecnología brinda la oportunidad de poder operar de manera más eficiente, lo que favorece una mejor toma de decisiones y mejora la experiencia de los asegurados."



nos encontramos con un punto de partida bajo en cuanto a lo tecnológico, por lo que con la maduración de la economía es una buena oportunidad para desarrollar este tipo de herramientas que potencien a la industria.

–¿Qué necesidades del mercado viene a satisfacer una compañía como la suya?

Cada experiencia es diferente y se trata de una industria altamente regulada, con permanentes actualizaciones de esa regulación a fines de proteger a los clientes de las empresas. La tecnología como facilitadora de los procesos de adaptación de la compañía es un tema no sólo en este mercado sino a lo largo de toda industria. En particular, para la industria del seguro nos encontramos con la relevancia en el manejo de información y datos. Se trata de una industria compleja que conecta la mitigación del riesgo con los productos que ofrece cada compañía. De esta manera, la tecnología brinda la oportunidad de poder operar de manera más eficiente, lo que favorece una mejor toma de decisiones y mejora la experiencia de los asegurados. La tecnología por sí misma no es una solución pero es la llave que permite acceder a ella.

–¿Tiene impacto en la reducción de los costos de las compañías?

Absolutamente. Cuando hablo de mayor eficiencia en lo operativo me refiero a poder utilizar las herramientas para optimizar y mejorar costos a partir de una mejor toma de decisiones. La tecnología permite que la actividad de la compañía pueda centrarse en aquellas actividades de valor agregado, en una mejor toma de decisiones, y no en recolectar los datos sobre los cuales esas decisiones deben tomarse. Creo que ahí es donde brindamos una diferencia.

–¿Vienen a ser, análogamente a las *fintech*, un complemento o una competencia para la industria?

No sólo en Latinoamérica sino también en el Reino Unido, Norteamérica y Asia se dio un debate en este sentido. Una visión entendía a la innovación provista por este tipo de empresas como una posible ruptura con la industria existente. La otra óptica veía que la innovación, en definitiva, provenía de la propia industria. Y así creo yo que será para el caso de la industria del seguro, que se trata de un negocio complejo que requiere de gran comprensión para poder entrar en este mercado.

Por ejemplo, si vemos años atrás cuando se desarrollaron las *fintech* en la banca minorista, varios pensaron que iba a haber una ruptura dentro del sector bancario, pero la mayoría de las *fintech* vinieron a beneficiar los procesos de pago y de créditos. Todos los bancos comerciales debieron innovar en este sentido y esta innovación surgió como una necesidad propia de la industria, no vino por fuera del sector bancario. La revolución de las *fintech* fue la de revolucionar los procesos de pago a nivel global, tanto en la banca internacional como en la local o regional, a lo largo de todo el mundo. Creo que las *insurtech* tendrán una experiencia similar, donde la innovación vendrá de la propia industria a partir de la necesidad de agilizar el manejo de datos. Además, la tecnología es más aceptada y requerida que hace algunos años atrás.

–¿Qué expectativas tienen para sus operaciones en Argentina?

Creo que la complejidad de la situación local brinda aspectos positivos porque la importante cultura local conlleva a la innovación y los cambios. En ese sentido, cuando esa base está, lo nuevo es más fácil de incorporar. Actualmente, nuestras operaciones en Latinoamérica responden al 50% de los ingresos de la totalidad del negocio, por lo que vemos aquí la posibilidad de crecimiento. Hay que tener en cuenta que somos jugadores globales, lo que permite a las empresas locales continuar con su forma doméstica de operación a la vez que acceden a las mejores herramientas tecnológicas disponibles.

OCIO Y CULTURA

La Sylphide



La coreografía del ballet *La Sylphide* fue creada por Filippo Taglioni para su hija Marie en el año 1832. A pesar de haberse perdido pudo ser reconstruida por gran bailarín, maestro y coreógrafo francés Pierre Lacotte (1932). Basándose en documentos y archivos de la época mantuvo el estilo de baile y la estrenó, a principios de los años setenta, en la Ópera de París. El libreto es de Adolphe Nourrit y está inspirado en la literatura romántica que cuenta los amores imposibles de un ser humano y una criatura sobrenatural.
Del 20 al 27 de agosto en el Teatro Colón, Cerrito 628, Ciudad de Buenos Aires.

Festival Classique au vert

Durante siete fines de semana, la música clásica se adueña de este lugar, que ofrece un marco ideal para saborear el verano. Los espectáculos propuestos durante el festival son lo suficiente amplios como para maravillar a los aficionados y sorprender a los conocedores de la música clásica. Entrada gratuita. Del 10 agosto al 1 septiembre en Esplanade du château de Vincennes, Paris.

Ninfas, serpientes, constelaciones



El Museo Nacional de Bellas Artes presenta, junto con la Biblioteca Nacional, la muestra *Ninfas,serpientes, constelaciones. La teoría artística de Aby Warburg,* con obras provenientes de distintas colecciones argentinas que ilustran las principales ideas y categorías de análisis del gran historiador de las imágenes nacido en Hamburgo (1866-1929).
La exposición, curada por José Emilio Burucúa, se realiza como parte del Simposio Internacional Warburg 2019.
La entrada es gratuita para argentinos y residentes en el país. Hasta septiembre en el Museo Nacional de Bellas Artes, Av. del Libertador 1473.

Festival Barenboim 2019



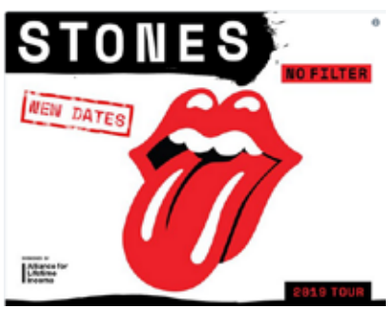
Del 23 de julio al 8 de agosto en la Sala Sinfónica del CCK el director y pianista argentino-israelí Daniel Barenboim ofrecerá una serie de conciertos sinfónicos y recitales de piano. Lo acompañarán la West-Eastern Divan Orchestra (WEDO), la reconocida pianista argentina Martha Argerich, la violinista alemana Anne-Sophie Mutter y el tenor mexicano Rolando Villazón. La programación estará compuesta por obras de Beethoven, Chaikovski y Witold Lutoslawski, entre otros.
Habrá entradas gratuitas para los ensayos abiertos (en días y horarios a confirmar). Sarmiento 151, Ciudad de Buenos Aires.

La Larga Noche de los Museos

Durante una tarde y noche desde las 18 horas hasta las 2 de la madrugada, 110 museos y otras instituciones culturales de la ciudad de Berlín abren su puertas para atraer al público con un programa variado en un ambiente festivo y muy especial. Además hay un servicio especial de autobuses que circulan toda la noche en diferentes rutas entre los museos, para poder visitar más de uno. El 31 agosto 2019 en Berlín



The Rolling Stones *en Nueva York*



La mítica banda de rock vuelve a presentarse en Nueva York, esta vez en el MetLife Stadium el 1 de agosto. La banda de Mick Jagger y Keith Richards comenzaron su nueva gira No Filter en Chicago durante el mes de junio y tras recorrer importantes ciudades de Estados Unidos cerrarán en Miami el 31 de agosto. El cantante de 75 años sigue bailando, recuperado de la cirugía de corazón que tuvo este año, aunque esta vez con una gira algo más corta que las habituales.

Velázquez, Rembrandt, Vermeer. Miradas afines



En el año de su bicentenario, el Museo del Prado de Madrid presenta una muestra dedicada a la pintura holandesa y española de finales del siglo XVI y del siglo XVII. Permite contemplar 72 obras de artistas como Velázquez, Rembrandt, Ribera, Frans Hals y Vermeer, gracias a la colaboración con el Rijksmuseum de Ámsterdam, que cedió un grupo importante de su patrimonio para la exhibición. La exposición propone una reflexión sobre las tradiciones de la pintura de España y de los Países Bajos y, de este modo, confronta los mitos históricos y las realidades artísticas de ambos ámbitos. Del 25 de junio al 29 de septiembre en el Museo del Prado, Madrid.



Carnaval de Notting Hill

El carnaval de Londres se celebra cada año en coincidencia con el Summer Bank Holiday de agosto, día festivo en todo el país. Este colorido evento de temática caribeña que tiene lugar en las calles del popular barrio de West London. Música en vivo, carrozas, desfiles y especialidades gastronómicas lo convierten en una cita imprescindible.
Los días 24 y 26 agosto en Notting Hill, West London.

TECNOLOGÍA



Celular sin cámara visible

La compañía de teléfonos celulares Oppo ha presentado este miércoles durante el Mobile World Congress (MWC) de Shangái (China) su nuevo sistema de cámara frontal para smartphones en el que el sensor se encuentra ubicado debajo de la pantalla. La tecnología de la cámara permite diseños con pantallas sin marcos.
También ha revelado su tecnología MeshTalk que permite intercambiar mensajes entre usuarios a menos de tres kilómetros sin usar redes wifi ni datos móviles. Se trata de una solución descentralizada de comunicación. La tecnología no emplea estaciones base ni otro tipo de servidores, de manera que permite un nivel de privacidad más alto, según la compañía. Funciona a través de un chip que permite una conexión LAN y habilita la comunicación entre varios dispositivos dentro del rango de distancia.

Inversión en Japan Display



El diario japonés Asahi informó que la empresa tecnológica estadounidense Apple planea invertir 100 millones de dólares en su proveedor de pantallas de cristal líquido (LCD) Japan Display, inmerso en un proceso de reestructuración y dificultades económicas. La compañía de la manzana estaría dispuesta a acudir en ayuda de su proveedor después de que su plan de rescate fallara por la retirada de dos patrocinadores taiwaneses (TPK y el grupo CGL) de un plan de inyección de capital. La empresa japonesa atraviesa una situación financiera delicada con una caída importante de ventas, en parte motivada por la intensa competencia procedente de China y el uso de la tecnología OLED. Tras conocerse la noticia las acciones del fabricante se dispararon en la Bolsa de Tokio, donde acumulaban una subida del 18,33 %.

Irrupción de las *superapps*



En Estados Unidos y Europa es inminente la salida de superapps, aplicaciones de grandes compañías que agrupan muchos productos y servicios diferentes. El objetivo es que, desde un único programa en el teléfono, se pueda encargar no sólo comida o transporte, sino acceder a compras, dinero, entradas, viajes o cualquier otro servicio.
En este segmento la colombiana Rappi está a la cabeza, con un catálogo que permite solicitar transporte de dinero en efectivo, compañía para un familiar o servicios de gestoría de trámites. En China, WeChat, Alipay y otras registran crecimientos de un 26% anual y se han convertido en imprescindibles en cualquier bolsillo. En el caso de Alipay, también ha evolucionado de ser una plataforma de pago a incluir más de 200.000 miniprogramas, incluidos algunos de prestación sanitaria, inversiones o pago desde vehículos. Tiene un millón de usuarios y el 70% utiliza alguna de las aplicaciones financieras incluidas en la plataforma general.

Espera informada del transporte público



La función de Google Maps que predice la afluencia en el transporte público basado en los viajes que se han realizado anteriormente, llega para ayudarnos a decidir si tomamos o no un transporte. La función que mide de forma predicitiva cómo van de llenos los medios de transporte públicos está disponible desde este jueves en 200 ciudades de todo el mundo. Google Maps permitirá que los viajeros sepan de antemano si el transporte está muy lleno, tomando información de los viajes anteriores. Esto permitirá a los usuarios tomar la decisión informada de subirse al medio de transporte o esperar al siguiente. La función está basada en la colaboración de otros usuarios ya que pregunta a los viajeros cómo de lleno está el medio de transporte en el que se encuentra, y luego realiza un informe que se hace público para el resto de usuarios.

PREMIO CONCIENCIA
8° EDICIÓN

DECLARADO DE INTERÉS

Buenos Aires Ciudad

Valores y acciones para un mundo sostenible



POSTULÁ EL PROGRAMA DE IMPACTO SOCIAL DE TU COMPAÑÍA

premioconciencia.com.ar

JURADO

Ministerio de Salud y Desarrollo Social Presidencia de la Nación
Ministerio de Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología Presidencia de la Nación
Secretaría de Agroindustria
Ministerio de Economía y Finanzas Buenos Aires Ciudad
Ministerio de Ambiente y Espacio Público APrA
Ecoparque
OSSN
SRT
SEGURIDAD VIAL
UADE
Cámara de Comercio Italiana en la República Argentina
FIA
CEDIAT
MINU

Lavalle 1616 10°B CABA Tel. 011 4373-1273 conciencia@solcomunicaciones.com.ar



AHORA TU CELULAR ES TU BILLETERA

Valepei es la primera App para realizar pagos y envíos de dinero al instante, donde sea y a quien quieras, de forma simple, gratuita y segura desde cualquier banco del sistema financiero argentino.

Descargá la App

AHORA!

www.valepei.com.ar | ANDROID APP ON Google play | Download on the App Store | Powered by LINK