

REVISTA

riesgos y finanzas



septiembre 2021
Año 5 No. 50
Distribución Gratuita

La primera revista especializada
en seguros, economía y tecnología
de Bolivia

Entrevistamos al
Presidente del Grupo Empresarial
de Inversiones Nacional Vida
José Luis Camacho



Creando valores compartidos para el futuro sostenible de tu empresa



Estrategias de sostenibilidad
adecuadas a cada modelo de negocio

CONSER RSE es
una división de:



+591 2115371

@consercg

Conser Ltda.

/conser.bo



APRENDE.MEJORA.CERTIFICA

GÉNESIS MEJORA TU FUTURO

info@genesisconsulting.es

www.genesisconsulting.es

Especializados en la formación de



Equipos directivos



PRL



Gestión de Seguros

**PLATAFORMA E-LEARNING
CERTIFICACIÓN UNIVERSITARIA**



Hacia el 2030

Septiembre 2021, mes que quedará en la historia del sector asegurador de Iberoamérica, ya que se ha celebrado la I Cumbre del Seguro en la Agenda 2030, evento que marca la pauta para que todos los actores de la industria aseguradora tomen impulso en el rol que el Seguro puede y debe tener hacia la sociedad, como garante de un mundo más justo, saludable y sostenible. En las siguientes páginas podremos visitar un resumen de este trascendental evento.

Destacamos en portada a José Luis Camacho, Presidente del Grupo Empresarial de Inversiones Nacional Vida; visionario, líder y por sobre todo comprometido con el crecimiento y la innovación también en el sector de la salud, como podremos leer en la entrevista que nos concedió

¡Esperamos que disfruten y compartan este noveno número del año!



Sergio Suxo
Director General



Dirección General

Sergio Suxo Uria

**Diseño
Diagramación
Edición
Distribución**

**CONSER
MEDIA**

Colaboradores

Rolando Kempff
Germán Molina
Ernesto Bodenheimer
Pasqual Llongueras
Francisco Gómez
Marcos Urarte
Patricio Fernández Canto
Xavier Marcet
Gabriel Mysler
Alejandro Melamed
Gustavo Lauria
Jorge Suxo

Contacto

Correo electrónico:
contacto@conser.bo

Teléfono:
+591 2115371

tabla de contenidos

Pag. 16 Entrevista del mes



**Pag. 8
Cumbre
Iberoamericana y
el Seguro hacia el
2030**



**Pag. 14
Aseguradoras
y el mundo
digital**

Pag. 22
Sección
Génesis Latam Consulting



28

Economía mundial y
las cadenas globales

30

Biodiversidad
en las finanzas
del mundo

38

Tecnología de colaboración
para trabajar

40

¿Cómo gestionar la atención
al cliente remoto?

deb media



Pag. 32
Criptomonedas
y finanzas
descentralizadas
para principiantes



I CUMBRE IBEROAMERICANA

EL SEGURO EN LA
AGENDA 2030

Por una sociedad saludable,
justa y sostenible

El Seguro reivindica su función social en la I Cumbre Iberoamericana del Seguro en la Agenda 2030

105 entidades, organizaciones y empresas de la industria aseguradora han dado apoyo a la iniciativa de La Alianza del Seguro

La I Cumbre contó con 2.100 inscritos y una participación media en las sesiones en dos auditorios de 1.580 participantes

La Alianza reafirma su voluntad de organizar encuentros anuales hasta el 2030

L

a reivindicación del rol social del Seguro, la necesidad de incorporar la tecnología para construir nuevos productos que se adapten más a las necesidades actuales de los

clientes y la importancia de que éstos sean el eje vertebrador de la estrategia de la industria aseguradora fueron las principales conclusiones de la I Cumbre Iberoamericana- El Seguro en la Agenda 2030, celebrada en formato online entre el 20 y el 24 de septiembre de 2021.

El Seguro es consciente de su función social y quiere que esa sea la percepción de una sociedad que, ante las catástrofes naturales cada vez más recurrentes,

las desigualdades sociales manifiestas y la creciente sensación de desprotección de las administraciones públicas hacia unos ciudadanos, que ganan en longevidad, no acaba de reconocerlo como garante de un futuro mejor. La manera de posicionar el Seguro en su labor de liderazgo social es estableciendo alianzas internas y externas, y trabajando para ser más accesibles a las capas sociales que más necesitan reforzar su resiliencia en un entorno inestable. Esta tendencia se ha visto acentuada y se ha acelerado durante la pandemia sanitaria de la Covid-19.

Para el Seguro, la Agenda 2030 de la ONU es una guía esencial de necesidades a cubrir y asume que tiene que implicarse mucho más en los 17 ODS. Los 30 proyectos que las aseguradoras presentaron a los reconocimientos internacionales convocados por la I Cumbre, y que pretendían dar a conocer cómo la industria aseguradora está integrando los ODS en su estrategia empresarial, son un ejemplo claro de un compromiso social del sector aún poco conocido.

2.100 inscritos

Aunque se trataba de la primera convocatoria, la I Cumbre Iberoamericana-El Seguro en la Agenda 2030 alcanzó los 2.100 inscritos, de más de veinte países de Iberoamérica y Europa.

La convocatoria se desarrolló en dos auditorios. En el Auditorio I, las conferencias, debates y diálogos se celebraron en un horario específico. En el Auditorio II, los contenidos de empresas aseguradoras y expertos en diversas temáticas relacionadas con los ODS se pudieron seguir 'on demand', cuando los participantes decidían verlos, a lo largo de los cinco días de duración de la convocatoria.

La participación media en ambos auditorios fue de 1.580 personas. Algunos asistentes siguieron el desarrollo de actividades del Auditorio I, mientras otros visualizaban los contenidos del Auditorio II. También tuvo mucha afluencia la zona de stands que reunía a las empresas vinculadas al mundo asegurador.

La Alianza del Seguro, impulsora de la I Cumbre Iberoamericana considera muy positiva tanto la participación como los resultados del encuentro y ya está trabajando en la convocatoria de la Cumbre 2022,

además de otras actividades paralelas vinculadas al sector. En esta próxima ocasión, la Cumbre tendrá un formato híbrido, con presencia en diversos países.

Reconocimientos internacionales

La I Cumbre Iberoamericana-El Seguro en la Agenda 2030 ha reconocido las iniciativas que la industria aseguradora está desarrollando y que se vinculan a los ODS. En esta edición, un Comité Evaluador integrado por profesionales del seguro, académicos y consultores, propuso otorgar los reconocimientos internacionales a:

- Seguros Bolívar, por su actividad 'Café Segur' (Colombia).
- Fremap, por su propuesta de 'Readaptación Profesional' (España)
- Río Uruguay Seguros, por 'Proyectos colectivos' (Argentina)
- DEK Seguros, por la iniciativa 'DKV Impacta' (España).

Todas estas iniciativas reconocidas por la Cumbre ponen de manifiesto cómo el sector asegurador ya está implementando los ODS en sus estrategias de empresa. El Comité Evaluador destacó el nivel y calidad de las iniciativas presentadas y mencionó también otras cuatro iniciativas por su valor e impacto social: La red de servicios de salud del Grupo INS (Costa Rica); el comité de ética de la Inteligencia Artificial establecido por la Mutualidad de la Abogacía (España); el programa impulsado por RedMes para empoderar a la mujer en la industria del Seguro; y la estrategia transversal de cuidado medioambiental y consumo sostenible de recursos de la empresa implantado por Sancor Seguros.

El objetivo de los Reconocimientos Internacionales de la I Cumbre Iberoamericana-El Seguro en la Agenda 2030 era dar a conocer las ideas con espíritu transformador de la industria aseguradora para implementar en sus estrategias los Objetivos de Desarrollo

Sostenible proclamados por la ONU y definidos en la Agenda 2030. La totalidad de los proyectos presentados reflejan la vitalidad del sector asegurador y evidencian su trabajo por mejorar las condiciones



de vida de las personas para alcanzar una sociedad saludable, justa y sostenible.

De Butch Bacani a Juan Verde

Más de cien ponentes -53 mujeres y 52 hombres- de muy distintos países expusieron tendencias, estrategias y retos a superar por la industria aseguradora y los países de América Latina y Europa. Aportaron visiones externas al mundo asegurador y coincidieron en señalar el importante papel que está teniendo para desarrollar una sociedad más saludable, justa y sostenible.

Si Butch Bacani, Líder de los Principios para la Iniciativa de Seguros Sostenibles (PSI) del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), reclamó que la cartera de inversiones del Seguro promoviera las empresas con objetivos de emisiones cero en 2050; Marc Vidal, consultor internacional, 'provocó' a los asistentes describiendo una sociedad marcada por la tecnología en la que los productos aseguradores actuales perdían su sentido.

Vidal enfatizó la necesidad de repensar la oferta aseguradora, al mismo tiempo que animó a mejorar la gestión del talento porque "no será mejor la empre-

sa que tenga la mejor tecnología, sino la que tenga las personas que sepan cómo hacer las cosas mejor con esa tecnología».

Por su parte, Alejandro Ruelas-Gossi, Clinical 'Professor of Strategy and Innovation' de la Universidad de Navarra (España), destacó que los márgenes de beneficios deben mantenerse para poder invertir en generar valor y "construir el futuro", y defendió las alianzas, incluso con la competencia, en las que todos los elementos colaboraran y ganaran por el hecho de trabajar juntos, tal como funciona una orquesta.

De gran valor también fue el análisis geoestratégico y geopolítico que desarrolló Marcos Urarte, consultor y asesor de gobiernos y empresas, quien insistió en que al entorno VUCA en el que nos movemos hay que añadir la necesidad de "dar respuestas inmediatas en un contexto que además evoluciona de modo acelerado". J

Juan Verde, presidente de la Advanced Leadership Foundation y líder global en Desarrollo Sostenible, después de denunciar que "según el Banco Mundial cada año mueren entre 6 y 7 millones de personas a

causa de la contaminación y en nueve años el cambio climático habrá generado 100 millones de pobres y provocará 19 millones de refugiados climáticos cada año»; lanzó un mensaje de optimismo al concluir: “Nos encontramos en un momento «Kairos» y es necesario cambiar. Lo vamos a hacer, porque, además, será económicamente beneficioso.”

El Seguro y los ODS

Todos conferenciantes estuvieron acompañados por 17 especialistas en los diversos retos de los ODS de la ONU que, uno a uno, ofrecieron su visión de cómo el Seguro puede y debe colaborar para ganar impulso social. Los asistentes asistieron a diálogos entre representantes del mundo asegurador. Participaron profesionales como Giulio Valz-Gen, presidente mundial de los corredores de seguros; Guillermo Aponte, economista y expresidente del Banco Central de Bolivia; José María Palomares, subdirector general Business Development y Marketing & Comms de la Mutua Abogacía; y Recaredo Arias, exdirector de la asociación de empresas mexicanas. Ellos tuvieron la oportunidad de repasar la actualidad de la industria aseguradora con Marcele Lemos, Ceo para América Latina de Coface; Juana Francisca Llano, presidenta de Suramericana; Augusto López-Claros, presidente de la Goba Governance Forum y Jesús Martínez Castellanos, Ceo de Latam de Mapfre.

La visión de los líderes

Una de las sesiones que levantó mayor expectación fue el Encuentro de Líderes del Seguro. En la última jornada, diez profesionales, máximos responsables de asociaciones y empresas aseguradoras, ‘desafiaron’ a los líderes mundiales del Seguro a resolver dudas y ofrecer nuevas respuestas a los interrogantes abiertos sobre el futuro del seguro. Este desafío se planteó a: Giulio Valz-Gen, presidente de la World Federation of Insurance Intermediaries (WFII); Juan Ramón Pla, presidente del European Forum for Insurance and Financial Intermediation y vicepresidente del Bipar; Tomás Soley, presidente de la Asociación de Supervisores de Seguros de América Latina (ASSAL); Marvin Umaña, presidente de la Confederación Panamericana de Productores de Seguros (COPAPROSE) y Marcio Coriolano, presidente de CNseg de Brasil. El director de contenidos de la I Cumbre Iberoamericana, Gabriel Mysler, ejerció de ‘chairman’.

Algunas de las conclusiones de esta sesión fueron: La necesidad de asumir los ODS como guía de la urgente revisión de productos de la industria aseguradora; impulsar el uso de la tecnología para mejorar la experiencia cliente, pero sin perder de vista el rol imprescindible del asesor de seguros; potenciar la equidad de género en los equipos directivos de las empresas aseguradoras; la lucha contra los seguros “atados” a operaciones financieras que generan una percepción negativa del seguro y acentuar el rol social del producto asegurador.

El Encuentro con los líderes estuvo precedido por un diálogo que sobre el futuro del seguro mantuvieron Pasqual Llongueras, Presidente de Instituto Génesis, Rosa Morales, Directora General de Quálitas Costa Rica; Alejandro J. Galizia, Ceo de AON Latinoamérica y José Luís Ferré, CEO de Allianz Seguros en España. En sus reflexiones y predicciones de futuro, reclamaron la colaboración de las administraciones para poder desarrollar nuevos productos, gestionar con inteligencias los datos que tiene la industria aseguradora sobre los clientes, potenciar la imagen del seguro como garante de la humanidad, especializar mucho más al corredor y agente de seguros, utilizar la tecnología como herramienta de análisis y predicción y avanzar hacia una industria mucho más eficiente y cercana al cliente.

Conclusiones y cierre

Laura Pilar Duque, subdirectora general de Cumplimiento y legal de la Mutua Abogacía fue la encargada de exponer conclusiones sobre los contenidos de esta I Cumbre en la sesión de clausura. A su repaso valorativo, le siguió la percepción que de la convocatoria habían tenido Pasqual Llongueras, Gabriel Mysler, Tomás Soley, y Rodrigo Bedoya, presidente de la Federación Interamericana de Empresas de Seguros (FIDES). La valoración fue unánime en el sentido de potenciar y alentar espacios de diálogo que permitan una mayor penetración social del seguro y refuercen su papel de garante de un futuro mejor.

*Para más información:
comunicacion@alianzadelseguro.or*

MUNDI

Salud

Tu seguro médico
internacional

Elige el **mejor especialista**
para tu **tratamiento**

Horarios de atención:
Mañanas de 08:30 a 12:30 Hrs.
Tardes de 14:30 a 18:30 Hrs.

800 10 6622
www.alianza.com.bo


GRUPO ASEGURADOR
Contigo por siempre



ESTE OPERADOR ESTÁ BAJO LA FISCALIZACIÓN Y CONTROL DE LA AUTORIDAD DE FISCALIZACIÓN Y CONTROL DE PENSIONES Y SEGUROS APS.

Las aseguradoras se asocian con el mundo digital

Identificar las tendencias futuras y participar en asociaciones de riesgo sobre nuevas tecnologías son el centro de la estrategia de Munich Re, que quiere ser un portador de riesgos líder en un mundo digitalizado en rápida evolución de riesgos emergentes siempre nuevos. La cibernética, la analítica de datos y la inteligencia artificial son las áreas de crecimiento más importantes para el grupo.

“La megatendencia de la digitalización cambiará radicalmente los seguros tradicionales. Dará lugar a nuevos campos de riesgo que necesitan soluciones aseguradoras. Con sus numerosos proyectos digitales y de innovación, Munich Re ha sentado las bases para un crecimiento rentable en el futuro”, afirma Torsten Jeworrek, miembro del Consejo de Administración.

Respecto a la cibernética, la reaseguradora confirma que sigue siendo un mercado de crecimiento estratégico, especialmente debido al aumento de los ataques de ransomware cada vez más sofisticados y cuya tendencia se prevé que continuará, por lo que exige una mayor prevención.

Retos en ciberseguros

Dado el creciente número de pérdidas, los precios de los seguros cibernéticos se han disparado, y las compañías de riesgos han limitado su capacidad. La demanda de soluciones de seguros y servicios es enorme, y muchas empresas están preocupadas por

el aumento de los ciberataques. Al mismo tiempo, cuatro de cada cinco altos directivos entrevistados en el primer estudio global sobre ciberriesgos y seguros, realizado por Munich Re, admitieron que sus empresas no tenían suficiente protección.

Es por ello que Munich Re sigue ampliando su red y sus colaboraciones. “La propia experiencia de Munich Re en la modelización de riesgos cibernéticos se está perfeccionando gracias a su acceso a datos y tecnologías. En colaboración con los clientes, se están elaborando soluciones que van mucho más allá de los enfoques tradicionales y que comprenden no sólo una cobertura cibernética personalizada, sino también servicios para prevenir y hacer frente a los ataques”, afirman desde el grupo. “Esto elevará los estándares de ciberseguridad y hará que los riesgos sean más asegurables”, señalan.

Además, Munich Re pretende crear un mercado de seguros sostenible junto con sus clientes sobre la base de participaciones proporcionales. Esta estrategia, que se basa en los datos, el know-how y la gestión coherente del riesgo de la reaseguradora. “Gracias a una rigurosa selección de riesgos y a una cartera equilibrada, Munich Re ha mantenido los crecientes siniestros de ransomware de manera fácilmente manejable. Además, los aumentos de precios en un entorno de mercado cada vez más duro están produciendo un efecto estabilizador”. El grupo mantiene su plan de crecimiento rentable sobre la



base de una cuota de mercado actual de aproximadamente el 10%.

Potencial de la analítica de datos y la IA

Por su parte, la analítica de datos y la inteligencia artificial son tendencias de futuro y Munich Re asegura que está liderando el camino con una red de asociaciones y experiencia mundial.

La analítica de datos y el uso de algoritmos encierran un gran potencial para las aseguradoras: los algoritmos basados en datos ayudan a optimizar muchos procesos, por ejemplo, en el ámbito de las ventas, la interacción con los clientes y la liquidación y suscripción de siniestros. Muchos procesos pueden acelerarse y mejorarse en beneficio de los clientes. El creciente uso de la tecnología de aprendizaje automático y la inteligencia artificial en los negocios también ha dado lugar a un entorno de mercado dinámico con muchos nuevos campos de riesgo y la necesidad de nuevas soluciones de seguros.

Durante años, Munich Re ha invertido en los conocimientos técnicos de su personal mediante el establecimiento de un plan de estudios de análisis de datos y la contratación de talento digital para poder aprovechar las oportunidades del mercado a través de una sofisticada combinación de conocimientos sobre seguros y datos.

Soluciones innovadoras

“Ahora tenemos una red mundial con cientos de expertos en análisis de datos contratados específicamente y especialistas formados en este tema. Junto con las unidades de división, estamos trabajando en más de 100 iniciativas lanzadas para ofrecer a nuestros clientes soluciones innovadoras”, afirma Fabian Winter, director de Datos y Análisis (DAA).

En este sentido, desde el grupo recuerdan dos soluciones que ya se emplean en el mercado: la Insurance Analytics Platform, que permite a las aseguradoras cotejar sus propios datos con datos externos específicos del sector proporcionados por Munich Re; y aiSure, que, basada en IA, garantiza el rendimiento de los algoritmos.

Para desarrollar sus propias perspectivas con temas tan complejos como la inteligencia artificial y la computación cuántica, Munich Re colabora con instituciones de investigación líderes como el Centro Alemán de Investigación para la Inteligencia Artificial (Deutsches Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz; DFKI) y ha creado recientemente el Consorcio de Tecnología y Aplicaciones Cuánticas (QU-TAC) junto con nueve empresas alemanas líderes. El objetivo es aprovechar el enorme potencial de la computación cuántica para el sector de los seguros.

“En Nacional Seguros hemos visto la necesidad de ponerle el hombro más que nunca al país y ayudar a reactivar la economía”

Entrevistamos a uno de los ejecutivos más relevantes del mercado asegurador boliviano y regional: José Luis Camacho - Presidente de Nacional Seguros



T

uvimos la oportunidad de conversar con José Luis Camacho - Presidente del Grupo Empresarial de Inversiones Nacional Vida, al

mismo que pertenece Nacional Seguros, compañía de relevante crecimiento y liderazgo en el mercado boliviano y que desde el 2018 se proyecta también a Paraguay. Sin dudas una empresa visionaria, que bajo el liderazgo de José Luis avanza a paso seguro hacia el crecimiento y el futuro del mercado asegurador regional. Esto es lo que nos comenta.

¿Cómo se está viviendo esta etapa de la pandemia en el mundo de los seguros?

No cabe duda que esta es una de las épocas más difíciles y desafiantes para la humanidad, para los bolivianos y para todos los sectores económicos. Por supuesto, los seguros no son una excepción. En este marco, la pandemia del Covid nos retó a desarrollar a estrategias innovadoras con atención digital y productos que protegieran a los ciudadanos ante esta peligrosa enfermedad. En este marco, miles de personas recibieron y reciben ya nuestra protección contra el Covid-19, al haber comprendido la necesidad de contar con un seguro especializado de Nacional Seguros, que fue pionera en el país en crear un producto de estas características.

Al mismo tiempo, la pandemia nos desafió a estar cada vez más enfocados en la innovación, buscando conocer mejor las cambiantes necesidades de nuestros clientes actuales y potenciales, así como en crear productos y servicios innovadores con transversalidad tecnológica, ya que vivimos en un mundo hiperconectado y en permanente transformación.

Nacional tiene una historia a nivel nacional muy importante y ahora se ha proyectado a nivel internacional ¿Es el momento?

Nacional Seguros forma parte del Grupo Empresarial de Inversiones Nacional Vida, que tiene seis empresas en Bolivia, que ofrecen servicios de calidad en los rubros de seguros, salud, tecnología corporativa

y servicio al cliente, generando empleo, desarrollo y contribuyendo con impuestos al Estado.

Como parte del proceso de crecimiento y evolución natural del Grupo nos hemos expandido también desde 2018 al Paraguay, con la adquisición y fortalecimiento con know how boliviano de una tradicional aseguradora de ese país vecino, Fénix de Seguros, y tenemos planeadas otras inversiones en esa nación como parte de nuestra estrategia de negocios.

Es más, nuestro Grupo acaba de ser condecorado por la Cámara Binacional Boliviano Paraguaya por el aporte que realizamos al desarrollo de ambos países, y mi persona ha sido designada como presidente de la Misión Empresarial boliviana que visitará Paraguay en octubre para prospeccionar y promover nuevas inversiones.

El proyecto de llegar a afianzarse en el occidente muestra una importante inversión en la zona sur de La Paz, ¿Qué perspectivas tienen al respecto?

Con el fin de brindar mayor comodidad y mejor atención a nuestros clientes de la ciudad de La Paz, inauguramos nuestras nuevas oficinas en un moderno edificio propio, ubicado en la Av. Costanera 21, las cuales cuentan con amplias y acogedoras instalaciones y un espacioso parqueo.

En las nuevas instalaciones, los clientes y no clientes de nuestra compañía podrán ser atendidos de manera más personalizada, accediendo a información detallada de los servicios y productos que la compañía ofrece para personas, automotores y empresas.

En Nacional Seguros hemos visto la necesidad de ponerle el hombro más que nunca al país y ayudar a reactivar la economía. Por eso construimos nuestro nuevo edificio en la ciudad maravilla, con una inversión del orden de los cuatro millones de dólares, y continuamos invirtiendo e innovando para ofrecer nuevos productos y servicios, enfocándonos en protección y prevención.

El mercado asegurador boliviano ¿tuvo crecimiento?

Somos una empresa boliviana, comprometida con Bolivia y su desarrollo. Nuestras empresas de seguros protegen a 908 mil personas, es decir, casi un millón de habitantes del país confían su vida, su salud y sus bienes a Nacional Seguros, y generamos empleos directos para casi 1500 personas, además de muchos más empleos indirectos.

Cabe destacar que Nacional Seguros Vida y Salud es líder en el mercado de Seguros de Personas, con el 30% de Participación de Mercado, según datos de la Autoridad de Pensiones, Valores y Seguros (APS) a diciembre de 2020. Por su parte, Nacional Seguros Patrimoniales y Fianzas mantuvo su nivel de ventas el pasado año, siendo que el nivel del mercado decreció por causa de la pandemia.

Por otra parte, el gran reto que tenemos como sector asegurador boliviano es seguir democratizando el acceso al seguro, posibilitando mejorar nuestros indicadores de penetración que a la fecha se sitúan en torno al 1.3% del PIB. En función a esta necesidad, el sector asegurador en su conjunto y Nacional Seguros en particular, tenemos la gran tarea de ir generando escenarios que mediante la tecnología permitan una mayor penetración con las actuales y

"...el gran reto que tenemos como sector asegurador boliviano es seguir democratizando el acceso al seguro, posibilitando mejorar nuestros indicadores de penetración que a la fecha se sitúan en torno al 1.3% del PIB"

nuevas generaciones de nuestro país.

¿Cree usted en llenar el vacío de servicios en la innovación de los seguros en Bolivia?

Estamos convencidos de que las claves del éxito en el mercado de seguros son la diversidad y la innovación. De hecho, la innovación permite generar diversidad en la oferta al mejorar los productos. Como Grupo Empresarial de Inversiones Nacional Vida estamos siempre trabajando para innovar nuestros productos con enfoque a las necesidades de los clientes y su evolución.

Por ello, continuaremos trabajando en la digitalización de nuestros canales de atención y seguir dando a la población mayores alternativas de contactabilidad y asistencia en cada una de sus necesidades.

Asimismo, seguiremos renovando y actualizando nuestro portafolio de productos, adecuando los mismos a las nuevas tendencias y necesidades de la población. La innovación y la experiencia al cliente seguirán siendo nuestras principales tareas.

Cuéntenos sobre el proyecto de implementar un hospital de última generación en el país.

La Clínica Metropolitana de las Américas estará ubicada en la ciudad de Santa Cruz y será la más avanzada y moderna de Bolivia. Será el centro hospitalario de tercer nivel que se proyecta como líder a nivel nacional y regional en atención de enfermedades de alta complejidad que tendrá tecnología de punta.

Como parte de nuestro trabajo en el sector de seguros de salud, nos percatamos del gran potencial que tiene Santa Cruz de la Sierra para convertirse en la capital médica de Bolivia, como también del norte de Argentina, el norte de Chile y el sur peruano, donde existe un déficit de prestaciones médicas.

Pretendemos que se expanda y consolide una cultura del seguro en todo el país, de manera que todos aprendamos el valor y la importancia de tener pro-

tegidas nuestra vida, nuestra salud y nuestro patrimonio.

Así es, este importante proyecto se sustenta también en nuestra alianza con el Hospital "Albert Einstein" de Brasil, uno de los mejores de Latinoamérica, que forma a sus propios médicos y nos transmitirá su know how para atender a clientes asegurados por el Estado. Con ellos estamos trabajando toda la planificación estratégica de la clínica, estructuración de servicios, compra de equipos, insumos y medicamentos necesarios para la operación.

También está previsto que nos acompañen en los procesos de contratación de talento humano. El objetivo es asegurar que los procesos clínicos y asistenciales cumplan y logren el estándar Albert Einstein.

¿La inversión es totalmente nacional?

Nuestra apuesta por el país se refleja en la inversión que estamos haciendo, junto a otros importantes

grupos empresariales bolivianos, para la construcción de la Clínica Metropolitana de las Américas que convertirá a la ciudad de Santa Cruz de la Sierra en el hub hospitalario del país y de toda la región, en alianza con el prestigioso hospital israelita Albert Einstein de Brasil.

Con la construcción de la Clínica Metropolitana de las Américas cerraremos el círculo virtuoso de protección y prevención que está construyendo el Grupo Empresarial de Inversiones Nacional Vida, creado el año 2004 y que desde entonces no ha dejado de expandirse, consolidándose como una de las corporaciones bolivianas que más aporta al desarrollo del país.

La Clínica Metropolitana de la Américas es el emprendimiento hospitalario más grande y moderno de la región, con una inversión de 70 millones de dólares en una primera fase, llegando a los 110 millones cuando se finalicen las cinco fases.

Las nuevas instalaciones de Nacional Seguros en la ciudad de La Paz fueron inauguradas hace poco en la Zona Sur de la urbe.



¿Se han capacitado médicos y especialistas bolivianos?

Por supuesto que sí, reconocidos profesionales nacionales del área médica de distintas especialidades formarán parte de nuestro equipo.

Contaremos con diferentes especialidades como medicina diagnóstica, imágenes diagnósticas, laboratorio y servicios ambulatorios y emergencia, internación, terapia intensiva y quirófano, servicio materno-infantil, terapia intensiva neonatal y hospitalización pediátrica, entre otras.

¿El seguro médico podrá tener un mejor alcance de servicios con esta inversión?

Naturalmente, una inversión de esta envergadura genera un importante impacto económico y social en el país, creando empleo y ofreciendo servicios médicos de alta calidad. Esto es algo que quiero destacar: nuestra clínica no está pensada sólo para

atender a segmentos altos. Queremos un impacto social y económico distinto, marcando un antes y un después en el cuidado de la salud de los bolivianos. El objetivo de nuestro nuevo proyecto es que toda la población boliviana se beneficie de una atención avanzada y del mejor nivel médico y tecnológico en toda la región. Seremos una institución que hará alianzas con las principales aseguradoras, cajas nacionales y el Estado, ofreciendo oportunidades de acceso a toda la población.

¿Cómo se establecen las prioridades de inversión en el sector médico?

La pandemia ha demostrado que Bolivia requiere mucha mayor inversión en el sector de salud en general y en el sector médico en particular, con mayor énfasis en la formación y especialización del recurso humano, que debería afrontarse mediante alianzas público privadas y con universidades y centros médicos de alto nivel de otras naciones, como nuestro Grupo lo viene haciendo con el prestigioso hospital "Albert Einstein" de Brasil para la Clínica Metropolitana de las Américas en Santa Cruz.

¿Su mensaje sobre la importante participación de NACIONAL en la primera Cumbre Iberoamericana del Seguro en la Agenda 2030?

Estoy convencido de que esta Cumbre debe marcar un hito hacia una mayor profundización de la cultura del seguro en Bolivia y otros países de la región, a partir de alianzas público-privadas y del intercambio de experiencias y know how con países y compañías que han logrado mayores avances en productos, servicios, tecnología y otros aspectos del mercado asegurador. La cooperación y el intercambio que permiten espacios como esta Cumbre son claves para conseguir ese objetivo.



PROTECCIÓN Y SALUD

A Tu Medida



Respaldo económico

para tu familia si llegaras a faltarles.

+ Asistencia en consultas

médicas y medicamentos ilimitados.



Cotiza aquí

PLAN
Libre

PLAN
Descubre

PLAN
Proyecta

800 10 7000

www.nacionalseguros.com.bo



COVID-19, un antes y un después en el mundo del trabajo



*Por: Alejandro Melamed
Doctor en Ciencias Económicas (UBA),
Consultor Experto de Génesis Latam Consulting*

La pandemia aceleró los tiempos para incorporar tecnologías y las organizaciones comenzaron a ocupar un lugar clave como red de contención de los equipos de trabajo. Cómo se transformó la vida laboral.

S

i nos tomáramos el tiempo de revisar los planes de negocio 2020 de cualquier empresa del mundo nos da-

ríamos cuenta que en ninguno de ellos están mencionadas las palabras COVID-19, coronavirus o pandemia. En 2019, cuando se trazaron esos planes, la crisis sanitaria no estaba en el horizonte. En cambio, si miramos los planes de negocios para este año encontraremos que la pandemia es un elemento omnipresente, que se cuelga en la proyección de cada una de las variables.

El coronavirus ha generado impactos en los más diversos ámbitos y cada uno de nosotros se ha convertido involuntariamente en experto en vacunas, bar-

bijos, variantes, hisopados, distanciamiento social, cuarentena, asistencia respiratoria y muchos otros conceptos a los que no les dábamos mayor importancia dos años atrás.

El ámbito laboral no es ajeno a esta realidad que transitamos. La pandemia está generando cambios exponenciales en el mundo del trabajo en su conjunto, pero aparece más claro si lo diseccionamos en tres planos y los miramos a la luz de los ejes que conforman las transformaciones.

1 – Estructuras y dinámicas laborales

Del control a la confianza. Muchos jefes estaban acostumbrados a un modelo de conducción que,

apoyado en la presencialidad, se basaba en el control. El COVID-19, que forzó al trabajo a distancia, generó asimismo un tránsito hacia la confianza en cada colaborador para el logro de los objetivos.

Modelos colaborativos. La necesidad de encontrar nuevas maneras de interactuar con todos los integrantes de la cadena de valor impulsó formas de conexión novedosas, en muchos casos facilitadas por la emergencia de tecnologías novedosas o antes inexploradas.

Automatización o eliminación de actividades. La pandemia aceleró los tiempos y en las más diversas áreas se empezaron a detectar formas de incorporar tecnologías (como bots o distintas clases de inteligencia artificial) para sustituir a personas en actividades repetitivas y de bajo valor agregado. También la necesidad imperiosa de minimizar costos y tiempos alentó a identificar procesos o tareas prescindentes.

Simplificación de las estructuras. La nueva dinámica permitió visibilizar la innecesaria complejidad de sus modelos organizacionales, despertando el interés por reducir estructuras e instancias de poca contribución a las metas. Se logró achatar sensiblemente los organigramas, horizontalizando los vínculos y ofreciendo mayor agilidad y transparencia.

2 – Trabajadores

Cuidado. Así como ocurrió al interior de las familias y en la ciudadanía en general, que demandó el cuidado de sus gobernantes, los integrantes de las empresas esperaron que sus líderes se preocuparan por su salud y la resguardaran. Las empresas comenzaron a ocupar un lugar clave como red de contención y como proveedores de espacios seguros y confiables.

Salud mental y emocional. Así como la salud física fue desde el primer momento una preocupación central de toda la población, de a poco se empezó a visualizar también la “pandemia mental y emocional”. Algunos trabajadores fueron declarados “esenciales” y debieron enfrentarse al virus en la calle, otros pasaron a la virtualidad sin ninguna preparación previa, otros tuvieron que lidiar con la enfermedad o con casos en su núcleo familiar o tomar el rol de docentes con sus hijos. Todos, de una manera u otra, se vieron impactados por cambios fuertes y en algunos casos desestabilizantes.

Nuevas diversidades. La evolución acelerada que se produjo posibilitó visualizar cómo la diversidad, en sus múltiples manifestaciones, aportó soluciones a cada problemática y por qué es necesario naturalizar el concepto de inclusión. No se trata sólo de incorporar personas con diferente origen, género, orientación sexual, religiosa o edad, sino que hay que generar los mecanismos para que cada uno sea incluido tal como es. Es así cómo se potencia el equipo y se generan nuevas miradas que aportan soluciones e impulsan la innovación.

Revaloración de habilidades. Si algo se demostró en este período fue cómo personas en posiciones denominadas no críticas se hicieron cargo de asegurar la continuidad de los negocios. Del mismo modo, quedó en evidencia que muchas personas en posiciones clave no tenían los conocimientos y competencias necesarias para transitar el momento. El aprendizaje ágil y constante se convirtió en un factor crítico de éxito; aprendemos mientras seguimos en acción.

3 – Lugares de trabajo

Del working from home al working from anywhere.

El término home office o trabajo a distancia se instaló en el centro de las discusiones. Sin embargo, no es el que mejor describe el proceso que atravesamos. El concepto de working from home es mucho más apropiado. ¿En qué se diferencian? El home office (al que accedían no más del 5% de los trabajadores a nivel global hasta febrero del 2020) implica una estrategia, una cultura, una política y una infraestructura para asegurar que el trabajo puede desarrollarse apropiadamente. En el último año y medio, en cambio, nos vimos obligados de un momento a otro a trabajar desde nuestros hogares, en muchos casos sin las condiciones adecuadas. Estamos transicionando hacia el trabajo desde cualquier lugar, lo que implica nuevos desafíos y respuestas a temas legales, impositivos, de seguridad, entre otros puntos.

Hibridez.

Es otro término que hemos resignificado en este período. ¿Cómo potenciamos las ventajas de la presencialidad y las del trabajo a distancia, combinándolas en una manera novedosa de colaborar entre todos los integrantes de la organización? ¿Cómo generamos una propuesta superadora, en la que todos

sientan que se ven beneficiados? ¿Cómo encontramos el equilibrio justo?

Cultura a distancia.

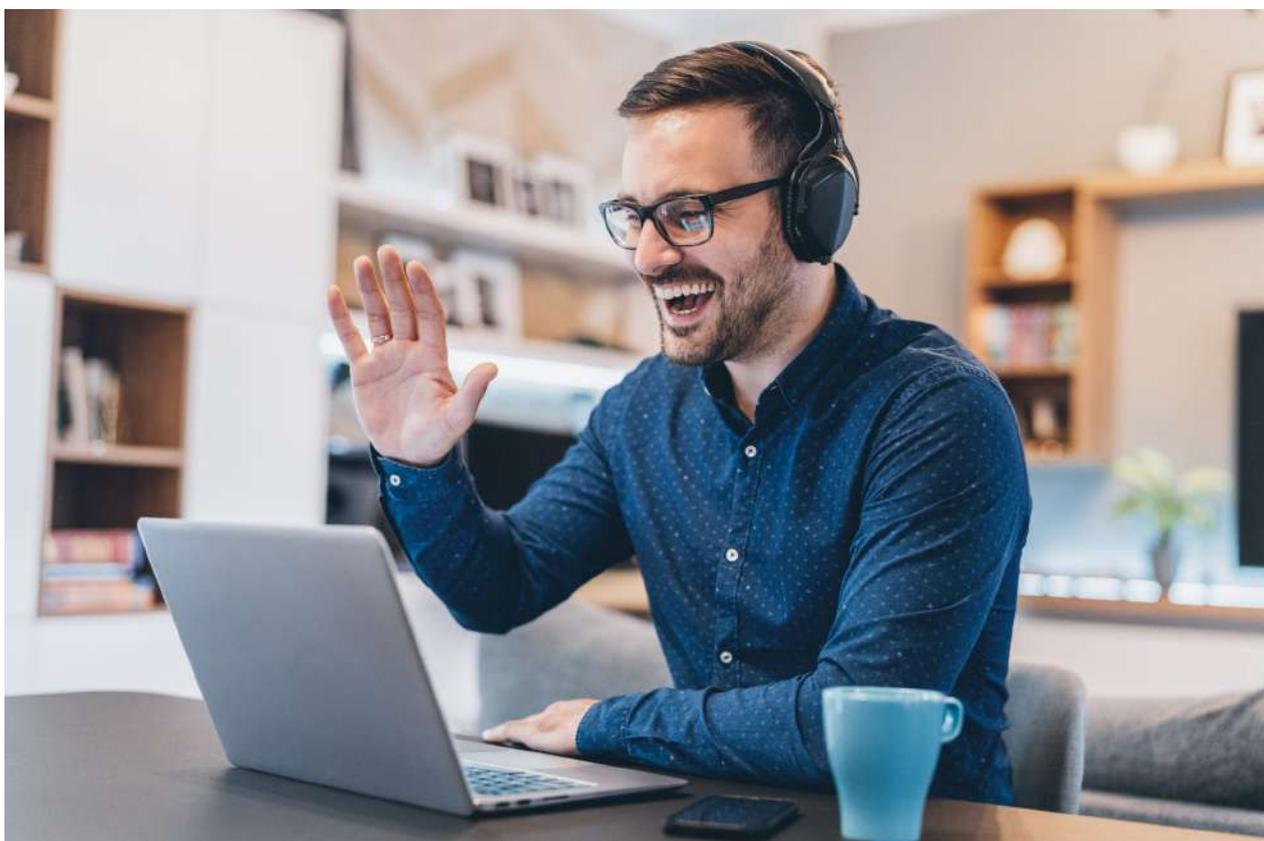
Las organizaciones se enfrentaron al desafío de sostener y potenciar su oferta y modelo cultural de manera remota. La coherencia y consistencia en momentos fundantes como el actual es central, y se vieron casos en los que, por el contrario, quedaron expuestas contradicciones entre los valores dichos y lo hecho. A las organizaciones y las personas se las miden por lo que hacen y no por lo que dicen.

Propuesta de valor de las oficinas.

Transcurrido todo este ciclo, se plantea la pregunta de para qué sirven o están las oficinas. Nos preguntamos cuál es la razón para disponer de espacios comunes a los que haya que trasladarse y cuál es el sentido de su existencia. Para responderlas, es necesario generar propuestas superadoras de valor; dotar

de un por qué al espacio físico y a lo que sucede allí dentro.

Si algo nos dejó el COVID-19 fue la invitación a replantearnos el propósito de cada empresa. Comprender cuál es su sentido y la vigencia que tiene en circunstancias tan especiales, donde todo se pone a prueba. Del mismo modo, nos sirvió para repensar la conexión del propósito personal con el organizacional. ¿Hay alineamiento entre el sentido que le quiero dar a mi vida y el lugar en el que desarrollo mis actividades profesionales? Muchos han podido ratificar su decisión de permanecer y otros se han dado cuenta que no es el mejor lugar para continuar su camino. Hemos tenido un tiempo de mayor reflexión, ideal para observar con más distancia y definir qué queremos de nuestras propias vidas y dónde queremos llevarlo a cabo. Ninguno de nosotros permanecerá igual después de la experiencia COVID-19. Será, para todos, un antes y un después.



Tu cliente debe ser tu mejor vendedor



Por: Gabriel Mysler
CEO de Innovation@Reach
Consultor Experto de Génesis Latam Consulting

E

n tiempos de viralización de contenidos, de instantaneidad y redes sociales, la reputación de una marca y la opi-

nión de los usuarios es un aspecto que no podemos dejar librado al azar.

Las empresas de seguros están poniendo mucho foco en atraer a nuevos clientes. Las aseguradoras de avanzada invierten también en retener a los clientes actuales y en generar experiencias y servicios novedosos y positivos para los asegurados.

Todo esto es vital, pero en tiempos de transformación digital, se impone un cambio de mentalidad imprescindible para potenciar todas estas acciones: convertir a nuestros clientes en nuestros mejores vendedores.

Andy Stalman en su libro "Totem", resume este concepto en una idea poderosa. Él propone transformar clientes en creyentes. Esta idea me parece admirable, porque muchas veces veo que a las empresas les falta dar este paso fundamental. Para lograrlo Stalman propone:

- Vivir el propósito
- Crear consciencia
- Ser sostenible
- Potenciar lo humano
- Compartir experiencias
- Construir relaciones

Estos sencillos – pero profundos conceptos – deben vivirse desde adentro y hacia afuera de la organización.

Mucho se habla de construir relaciones, del NPS, del cliente como recomendador y promotor. Nada mas poderoso (tanto como para construir, como para destruir) que la palabra. Los místicos dicen que Dios crea el mundo con la palabra. La opinión del cliente expresada en redes es la materialización del poder de La Palabra. En tiempos de TripAdvisor, la buena reputación suma y la mala reputación resta voluntades. Y no es suficiente con tener muchas opiniones favorables, debemos sostenerlo en el tiempo porque las valoraciones mas recientes valen mucho mas que las antiguas. La reputación no se consigue un día y para siempre, se sostiene cada día.

Flota en el aire la pregunta del millón: ¿Cómo construir y sostener un ejército de recomendadores y creyentes? Cada cliente es un “influencer” en potencia. Su experiencia positiva puede compartirse con mas credibilidad que cualquier acción promocional o publicitaria que nosotros podamos hacer. Las redes sociales sumadas de todos nuestros clientes actuales superan ampliamente nuestras propias bases de datos y tienen mayor alcance que los medios de comunicación de los que disponemos. ¿Cómo hacer para que cada cliente sea un creyente y cada creyente un evangelizador de nuestro producto o servicio?

¿Qué sentido tiene predicar a nuestra propia fe- ligresía?

Muchas veces nos preguntamos qué función cumple un sermón en un templo lleno de creyentes? ¿De qué debo convencer a quienes ya creen? ¿Qué les puedo decir que ellos no sepan? ¿No debería preocuparme en ir a buscar a los que no están en mi templo y dejar de invertir tiempo en los que ya creen en mí?

El sentido de predicar para los que ya son fieles es reforzar la pertenencia, recrear el vínculo y hacer a todos mas conscientes de su fe. Es tan importante predicar a los creyentes como salir a convertir a aquellos que no creen. Muchas veces la tentación es salir a la búsqueda de los que no creen en nosotros, pero al hacerlo olvidamos reforzar la fe de los que ya creen en nosotros y son nuestro mayor sostén. Cada creyente es un portador potencial de La Palabra.

Traduciendo este paralelo, el desafío es lograr hablar sincera y directamente con nuestros clientes, ayudarlos a ser mas conscientes de cuanto valoran y aprecian lo que tienen y mostrarles que son parte de algo mayor y que participan de un propósito que los incluye y los trasciende. Estar orgullosos de lo que tenemos, consumimos o compramos, es reforzar el orgullo, la seguridad interna, la convicción y por sobre todo hablar de experiencias positivas y de propósitos trascendentes. Si estoy satisfecho por el Seguro que tengo, por el servicio y por el trato que recibo y me siento parte de los valores, acciones y principios que emanan de la aseguradora y del bróker con lo que trabajo, si me siento parte y percibo que lo que tengo me completa, entonces es muy probable que lo comente y que lo comparta a quienes me rodean. Conversar con nuestros clientes es sostener la rela-

ción. Los temas a conversar con nuestros clientes incluyen todo lo que para ellos es relevante: la calidad del servicio, la cálida y correcta de la atención, el trabajo en la prevención, el precio justo, el trato humano, permanente y no invasivo, la Responsabilidad Social Empresaria y las acciones positivas de la empresa con las que el cliente se identifica.

¿Entonces, todo se trata “SOLO” del cliente?

Sin lugar a dudas el cliente es el Norte, no hay novedad en esto. Lo complicamos aun mas al recordar que cuidar a nuestro cliente es vital y volverlo nuestro mejor vendedor es la consecuencia necesaria de esta acción.

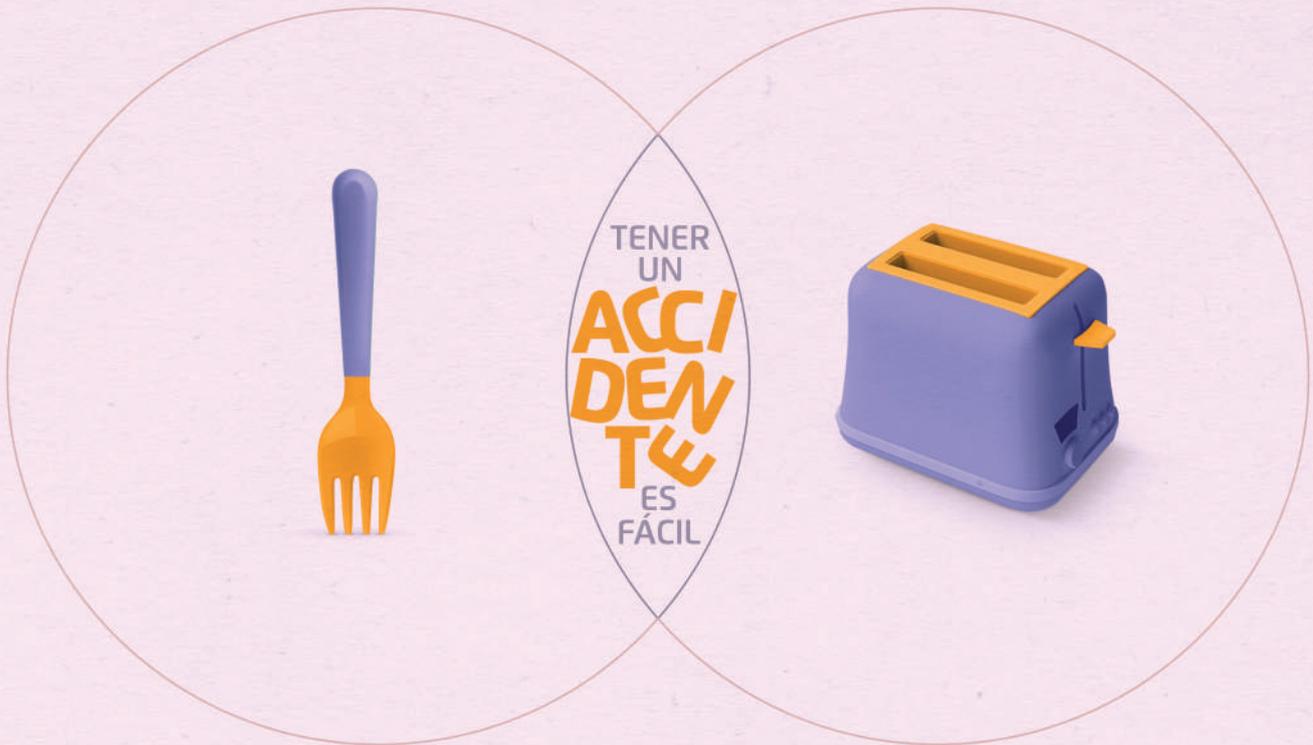
Pero para conseguir este objetivo debemos cuidar a nuestro cliente principal – el cliente interno – que es quien cuidará de nuestros asegurados. Sam Walton, el fundador de Walmart, decía que “El cliente es capaz de despedir a todo el personal de la empresa, desde el más alto cargo hasta el último de la fila sólo con gastarse su dinero en otra parte”. Walton afirmó: “Si quieres un negocio exitoso, tu gente debe sentir que estás trabajando por ellos, no que ellos están trabajando por ti.”

En otras palabras, para convertir a nuestros clientes en nuestros mejores vendedores, debemos conversar con ellos, hacerlos valorar nuestro servicio, estar presentes, tangibilizar el seguro y ser relevantes. Pero quienes logran esta satisfacción del cliente, quienes pueden ofrecer experiencias memorables son todos los miembros de nuestra organización, del primero al último. Richard Branson, el creador de Virgin, nos desafía al decir: “Tus clientes no son los primero, lo primero son tus empleados ya que son ellos los que cuidan de tus clientes”

¿En resumen?

Cuidar y capacitar a tu gente, para que ellos pongan al cliente en primer lugar, logrando servicios y experiencias únicas, gratificantes y positivas. Luego serán tus clientes tus mejores promotores, si es que sostienes tu relación con ellos, generas conversaciones relevantes y te preocupas no solo porque vengan sino porque quieran quedarse. Tus clientes deben ser creyentes y tus empleados tu primer prioridad.

¿Lo intentamos?



TENER UN **SEGURO**, TAMBIÉN.

Elige tu cobertura y **asegúrate.**

Crediseguro S.A.
Seguros Personales



Crediseguro S.A. está bajo la fiscalización y control de la Autoridad de Fiscalización y Control de Pensiones y Seguros - APS

Economía mundial se dirige a acortar cadenas globales

La globalización seguirá su curso; desde la crisis de 2008, financiera ya puso en la mesa el análisis de la necesidad de seguir en esta dinámica y la pandemia de 2020 fijó una ruta para el suministro de insumos, acortar las cadenas, sugerencia que ya había sido planteada por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal).

Entre la década de los 80 y 2010, el crecimiento del comercio mundial era el doble del crecimiento del producto mundial y las inversiones extranjeras aumentaban a un ritmo muy superior al comercio y la producción.

Pero a partir de 2010, estos ritmos se frenaron, lo que llevó a algunos a hablar de desglobalización o globalización “enlentecida”; y ahora, con la pandemia, a este análisis de datos, se le han añadido nuevos interrogantes y factores de debate, que para Albert Puig, director del Máster Universitario en Análisis del Entorno Económico de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC), confirman cuánto ha cambiado el panorama de globalización, señala el artículo titulado “Disrupciones en las cadenas globales de valor y el futuro de la globalización, ¿Debemos replantearnos la globalización?”

La nota explica que la pandemia ha hecho evidente que los sistemas de producción y comercio están desequilibrados y son completamente asimétricos, pues vivimos en un mundo interconectado, en el

que el aumento de la demanda de un producto o una materia prima tienen un impacto global.

Transición hacia un nuevo modelo

Es decir que ¿La globalización está en crisis o los problemas que hemos vivido están causados de forma coyuntural por la pandemia?, la respuesta viene de Nieves Agreda, subdirectora en Cámara de Comercio, Industria y Servicios de Zaragoza, quien señala que la globalización no está en crisis porque “ni podemos, ni debemos, renunciar a ella”.

“Vivimos, eso sí, una transición hacia un nuevo modelo, algo que empezó a debatirse con la crisis de 2008 y lo ha incentivado la covid-19 por el cierre de la actividad productiva en muchos países y la carencia en el aprovisionamiento de materias primas y productos que necesita la industria”, contextualiza.

ACORTAR LAS CADENAS GLOBALES

El funcionamiento de las cadenas globales de valor se basaba en el just in time: necesitabas algo y rápidamente, lo tenías. Antes del covid-19 ya se estaban acortando estas cadenas, pero la pandemia ha provocado una crisis de suministros y ha roto el just in time. “También hemos vuelto a hablar de sectores estratégicos. Tenemos la percepción de que no puede ser que necesitemos mascarillas, por ejemplo, y no las tengamos. Todo ello ha hecho que pasemos del just in time al just in case: vamos a producir por si acaso lo necesitamos”, explica Puig.

Pero, ¿están preparadas las empresas para un nuevo cambio después del esfuerzo tan grande de deslocalización que han realizado?, y la respuesta es que ya lo habían realizado antes de la pandemia.

Lo vivido este año ha despertado inquietud hacia el comercio internacional y sus riesgos. Según Agreda, antes de la pandemia ya habían empezado a producirse relocalizaciones y la vuelta de la producción a territorios más próximos. Las cadenas van a ser cada vez menos globales para acercar los suministros en la medida de lo posible, ya que los planes de las empresas se han visto muy trastocados por los problemas con las materias primas y las fluctuaciones de precio, como ocurrió con el cobre, el hierro, el acero, la madera, los plásticos, etcétera.

El modelo de la globalización se basaba en la eficiencia y la competitividad, y ahora hay que ir un paso más allá. Pues, se ha comenzado a valorar el éxito de los países en función del comercio, las exportaciones o las inversiones directas, comenzando a ver el comercio o las inversiones, como palancas de transformación y cambio, en donde el factor precio ya no es el único criterio que se tiene en cuenta al tomar decisiones, tanto por parte de pymes como de grandes empresas, pues la sostenibilidad, las políticas de igualdad o la responsabilidad social, cada vez se tiene más en cuenta, y eso ocurre en toda la cadena, porque hay que demostrar que estos valores se respetan en cada eslabón.

NECESITAMOS ORDEN EN LA GLOBALIZACIÓN

Durante 30 años la globalización se basó en la frase: La mejor política industrial es no hacer política industrial, y ahora eso está en tela de juicio.

“Después de 30 años de globalización desordenada,

interesa poner un poco de orden y coordinar mejor los procesos. Hay que dejar que las empresas compitan entre sí, pero también que los poderes públicos cooperen y se coordinen porque, frente a los retos globales, no tenemos una gobernanza global y hasta ahora esa tarea ha estado en manos de poderes privados y grandes multinacionales. Si no lo remediamos, el resultado será otra recesión y una mayor desigualdad”, explicó el profesor de la UOC.

Protegerse de China

Reducir la dependencia de China, según Puig, supone algunos riesgos porque puede convertir la globalización en un conjunto de unidades muy cerradas, que se relacionan poco y actúa cada una por su parte. Hay posibilidad incluso de desembocar en toda una serie de guerras comerciales.

“Se debe apostar por un multilateralismo diferente y por utilizar el comercio como una herramienta para la convergencia productiva a nivel mundial”, concluye Puig.

“Cuando la gran fábrica china se pone en marcha, el resto empezamos a padecer escasez de materias primas. Además, China fue el primer país en sufrir la pandemia pero también el primero en reabrir su industria, y se produjo un acaparamiento de bienes productivos por su parte”, agrega Agreda.

Por ello, en algunos casos, sí habría que desarrollar políticas industriales que garanticen el funcionamiento de la industria con decisiones e inversiones que van más allá de los Estados.

Fuente: eldiario.net

Seguros y Reaseguros

CRE DINFORM
INTERNATIONAL S.A.

Línea gratuita: 800-10-7003

**Paga tu póliza
de manera segura**



Este operador está bajo fiscalización y control de la Autoridad de Fiscalización y Control de Pensiones y Seguros - APS

Biodiversidad, clave en la economía mundial

Los ecosistemas del mundo proporcionan beneficios con un valor estimado equivalente a más de 1.5 veces el Producto Interno Bruto (PIB) mundial.

La naturaleza proporciona a la humanidad materia prima para crear bienes y servicios indispensables: la comida que comemos, el agua que bebemos, el aire que respiramos; así como la regulación del clima global, todos dependen de la existencia de vida vegetal y animal.

El reporte "Biodiversity at risk: preserving the natural world for our future" de AXA Research Fund, estima que los ecosistemas del mundo proporcionan beneficios equiparables a entre \$125 y \$140 billones de dólares al año, lo que equivale a 1.5 veces del Producto Interno Bruto (PIB) mundial.

Sin embargo, los efectos negativos del crecimiento económico en el medio ambiente están socavando la sostenibilidad de nuestro modelo actual, y debemos empezar a cuestionarnos sobre la eficiencia de los indicadores tradicionales de riqueza y desarrollo, como lo es el PIB.

Nuestras nociones generalizadas sobre la economía se basaron en que los recursos nat-

urales eran infinitos, en un momento en que el mundo tenía una población menor a 4 mil millones de personas. Como resultado, el crecimiento económico ocurre a expensas del capital natural, que se está agotando a gran escala para satisfacer las demandas de una población mundial que se dirige hacia un estimado de 10 mil millones para 2050.

Existen indicadores alternativos que han sido desarrollados tomando en cuenta aspectos sociales y medioambientales, como lo es el Índice de Riqueza Inclusivo (Inclusive Wealth Index), que se centra en cómo un país gestiona su capital social total. De hecho, según esta variable, algunos países se están volviendo más pobres a medida que la disminución del capital natural está superando el aumento de otras formas de capital.

Evaluar el capital natural y determinar cómo integrarlo en la economía representa un cambio de enfoque y también un desafío práctico, debido a nuestro conocimiento limitado sobre la relación entre ecosistemas y el valor de los servicios que brindan.

Para estimar mejor el valor de la naturaleza y ayudar a tomar las medidas adecuadas, es primordial que mejoremos nuestra comprensión

de lo que está en juego e investiguemos cuestiones tales como la relación entre la biodiversidad y cambio climático, en qué medida está vinculada a la seguridad alimentaria, y por lo tanto, a posibles conflictos: el costo de erosión del capital natural para nuestras economías y la sociedad, y el papel que los seguros pueden jugar a través de su suscripción a estrategias y decisiones de inversión.

La participación del sector privado es clave en los esfuerzos para recuperar la biodiversidad perdida, considerando la brecha en los fondos requeridos. Actualmente, se destinan alrededor de \$39 mil millones de dólares por año a la conservación, mientras que se necesita un estimado de entre \$300 y \$400 mil millones para preservar ecosistemas saludables.

Grupo AXA ha apostado por la investigación a través del fondo para la investigación llamado AXA Research Fund, con el que apoya más de 60 proyectos relacionados con la biodiversidad, con una inversión aproximada de 10 millones de euros. A través de este compromiso, busca proporcionar una base científica para la toma de decisiones informada para solucionar esta problemática.

La pérdida de biodiversidad podría tener un alto costo para nuestra economía si no le damos la importancia debida. Los países que corren mayor riesgo son las poblaciones de bajos ingresos, que dependen más de los recursos naturales para empujar su economía.

Fuente: *vertigopolitico.com*

LBC AUTO
PERSONAS & PYMES

**UN GRAN SEGURO
MINIMIZA LOS
IMPREVISTOS**
ASEGURA TU VEHÍCULO

800-10-2727
www.lbc.bo
f/LaBolivianaCiacruz

LBC 75 AÑOS | Haciendo historia
SEGUROS

Criptomonedas y finanzas descentralizadas para principiantes

La revolución del dinero digital se está moviendo hacia la banca, a medida que las criptomonedas comienzan a cambiar la forma en que las personas piden préstamos y ahorran.

El desarrollo del bitc in y miles de otras criptomonedas en poco m as de una década ha cambiado la definición del dinero y ha generado un universo paralelo de servicios financieros alternativos, lo que ha permitido que los criptonegocios incursionen en el territorio de la banca tradicional.

A continuación, explicamos lo que está pasando en la industria financiera de las criptomonedas, un sector de rápido crecimiento que tiene a los funcionarios de Washington en estado de alerta.

 Qu  servicios bancarios alternativos ofrecen los criptonegocios?

Lo más destacado es la solicitud y emisión de préstamos. Los inversionistas pueden ganar intereses sobre sus activos digitales —por lo regular mucho más altos que los que podrían ganar con depósitos en efectivo en un banco— o pedir préstamos y usar las criptomonedas como garantía para respaldar la suma. Por lo general, los préstamos en criptomonedas no implican verificaciones crediticias, pues las transacciones est n respaldadas por activos digitales.

 Qui n participa en este sector?

El mercado se está llenando rápidamente de negocios, desde entidades ligeramente familiares hasta otras que parecen salidas de una historia de ciencia ficción. Cubren toda la gama, desde BlockFi, que

ofrece cuentas que devengan intereses como un banco y posee licencias estatales de prestamista, y Kraken Bank, al que se le otorgó un permiso para establecerse como negocio bancario en Wyoming y que espera poder aceptar depósitos minoristas muy pronto, hasta mercados controlados por códigos informáticos y diseñados para que los usuarios los rijan mediante una estructura de distribución de tokens. Compound, un sistema de préstamos y empr stos descentralizado y automatizado, comenzó en 2018 y ahora tiene más de 18.000 millones de dólares en activos que generan intereses.

 Cu l es la diferencia entre las ofertas con criptomonedas y los servicios bancarios?

A simple vista, algunos procesos parecen similares. Por ejemplo, en la cuenta de interés de BlockFi los clientes depositan efectivo o criptomonedas y obtienen intereses mensuales como si estuvieran en un banco. Pero una diferencia importante es la tasa de interés, los depositantes pueden obtener un rédito más de 100 veces mayor en BlockFi que en cuentas bancarias convencionales.

Esos beneficios conllevan riesgos. Los depósitos no est n garantizados por la Corporación Federal de Seguro de Depósitos. “Los ciberataques, las condiciones extremas del mercado u otras dificultades operativas o técnicas” podrían derivar en una suspensión temporal o permanente de los retiros o las transferencias, advierte la empresa en letras pequeñas. Algunos reguladores y legisladores están preocupados por la posibilidad de que esas advertencias no sean lo suficientemente prominentes y que los clientes necesiten protecciones más sólidas.

¿Por qué el rédito es tan elevado?

Los bancos tradicionales emiten préstamos con los depósitos de sus usuarios y les pagan a los clientes con una porción de las ganancias como interés. Los criptonegocios usan un método similar: agrupan los depósitos para ofrecer préstamos y les dan intereses a los depositantes. Sin embargo, por ley, los bancos deben tener reservas para garantizar que, aunque algunos préstamos se venzan, los clientes puedan retirar fondos, mientras que los bancos de criptomonedas no están sujetos a esos requisitos de reservas y sus prestatarios pueden hacer apuestas arriesgadas.

BlockFi, por ejemplo, ofrece préstamos a fondos de cobertura y otros inversionistas institucionales que aprovechan las fallas de los mercados de criptomonedas para ganar dinero rápido sin necesidad de tener activos de riesgo, apostando por las discrepancias entre los valores reales de las criptomonedas y los futuros de criptodivisas. Cuando aciertan, sus especulaciones generan ganancias que ayudan a sustentar el rédito más elevado y riesgoso de los usuarios.

¿Qué es una criptomoneda estable?

Las criptomonedas son muy volátiles, por lo que son poco prácticas para transacciones como pagos o préstamos. Ahí intervienen las criptomonedas estables o “stablecoins”. Son monedas digitales vinculadas a activos estables, por lo general, el dólar. Su objetivo es proporcionar el valor constante del dinero emitido por el gobierno en el contexto digital para las transacciones en la cadena de bloques, pero son expedidas por entidades privadas. Algunos de los tokens vinculados a dólares más populares son Tether y USD Coin. El número de criptomonedas estables en circulación a nivel mundial se ha disparado de 29.000 millones de dólares en enero a 117.000 millones de dólares a principios de septiembre, según The Block, una publicación dedicada a las criptodivisas.

Para mantener la estabilidad del valor del dinero emitido por el gobierno, los banqueros centrales gestionan la oferta y la demanda y se aseguran de que siempre haya reservas abundantes. Se supone que los emisores de criptomonedas estables almacenan y monitorean sus reservas de la misma mane-

ra. No obstante, no hay ninguna garantía de que en realidad cuenten con el respaldo de cada dólar digital que afirman tener. Algunas autoridades temen que un incremento repentino de retiros provoque el colapso de alguno de esos activos y ponga en riesgo a los consumidores, a las empresas financieras y quizás a la economía en general. Otras sugieren que las monedas digitales emitidas por bancos centrales volverían irrelevantes a las criptomonedas estables.

¿Qué son las monedas digitales emitidas por bancos centrales?

Los bancos centrales están analizando la posibilidad de emitir una criptomoneda del gobierno. En teoría, eso ofrecería la practicidad de las criptomonedas aunada a la fiabilidad del dinero controlado por un banco central. Muchos países, incluido Estados Unidos, están considerando desarrollar una moneda digital emitida por su banco central. Como una criptomoneda estable haría en el contexto digital lo mismo que hace el dinero del gobierno —proporcionar un valor estable—, un dólar estadounidense digital podría socavar a los acuñadores de dinero privados de la “criptósfera”.

“No se necesitarían las criptomonedas estables ni las criptomonedas normales si existiera una moneda digital estadounidense; creo que ese es uno de los argumentos más contundentes a su favor”, declaró en julio el presidente de la Reserva Federal, Jerome H. Powell.

Los emisores de criptomonedas estables afirman que el gobierno tardará años en ponerse al día con las innovaciones del mercado, si acaso logra hacerlo. Mientras tanto, el sistema se volverá más dependiente de las criptomonedas estables, y aún no está claro si los mercados rebosantes de esos activos los abandonarían por completo por una futura moneda digital de la Reserva Federal.

¿Qué son las DeFi?

Las finanzas descentralizadas, o DeFi, describen a grandes rasgos un ecosistema financiero alternativo en el que los usuarios hacen transferencias, transacciones y préstamos con criptomonedas, en teoría de manera independiente de las instituciones financieras y las estructuras regulatorias tradicionales que se

han creado en torno a Wall Street y el sistema bancario convencional. El movimiento de las DeFi tiene la intención de “desintermediar” las finanzas con el uso de códigos informáticos a fin de eliminar la necesidad de confianza y participación de terceros en las transacciones.

En términos prácticos, los usuarios no interactúan con una empresa de servicios financieros, al menos no con una que recabe sus datos de identificación personal ni reclame la custodia de sus activos. Es un mercado controlado por computadoras que realiza transacciones en automático, como la emisión de préstamos respaldados por criptomonedas o el pago de intereses sobre activos.

Las plataformas de finanzas descentralizadas están estructuradas para que, con el tiempo, se independicen de sus desarrolladores y financistas hasta terminar siendo regidas por una comunidad de usuarios cuyo poder reside en que poseen los tokens del protocolo.

En contraste, en las finanzas centralizadas, o CeFi, los negocios se manejan de manera más parecida a las finanzas tradicionales, o TradFi, en las que los clientes celebran un convenio con una empresa, como BlockFi, que recopila su información, les solicita que entreguen sus criptomonedas y también sirve como un punto central para los reguladores.

¿Qué es Ethereum?

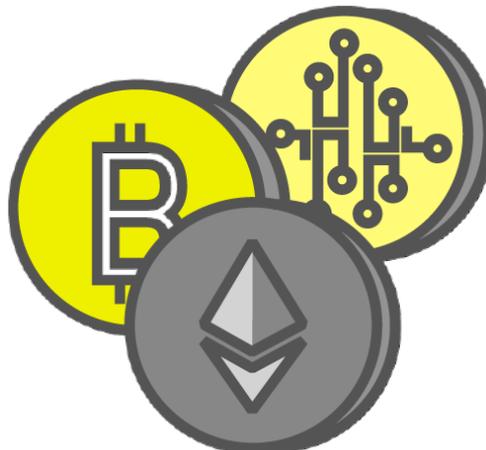
Ethereum es la red principal que utilizan los desarrolladores para construir plataformas descentrali-

zadas para transacciones, operaciones, préstamos de criptomonedas y más. Ether es la criptomoneda, o token, que se usa para pagar y operar en la red. Como la cadena de bloques Ethereum es tan popular e hizo posible la creación de nuevas ofertas, Ether se usa ampliamente y los fanáticos de las criptomonedas están entusiasmados con su valor. Es la segunda criptomoneda más valiosa por capitalización de mercado después del bitc oin, con m as de 460 mil millones de d olares a principios de septiembre.

¿Cu ales son algunos de los riesgos asociados con las DeFi?

Las DeFi eliminan a los terceros de los que dependen los reguladores financieros estadounidenses para garantizar la integridad del mercado. Los operadores con licencia, como bancos y corredores, desempeñan un papel cuasi gubernamental en las finanzas tradicionales, recopilando y comunicando datos a las autoridades, incluida la informaci on sobre las ganancias de capital de las inversiones realizadas por sus clientes, para garantizar que se paguen los impuestos. Su participaci on en el mercado depende de seguir muchas reglas.

Por el contrario, los programas DeFi son aplicaciones no reguladas creadas por codificadores interesados en los mercados de capitales. Los activos de los usuarios pueden ser pirateados, como ya ha sucedido, y no todas las operaciones se crean de buena fe. A veces, los desarrolladores abandonan los programas despu es de que los inversores aportan activos importantes, lo que incrementa el riesgo en las DeFi.



¿Qué beneficios tienen las criptofinanzas?

Los innovadores argumentan que las criptodivisas fomentan la inclusión financiera. Los clientes pueden obtener un rédito inusualmente elevado sobre sus activos, a diferencia de lo que ofrecen los bancos. Uno de cada diez adultos estadounidenses dice no tener una cuenta de cheques y alrededor de una cuarta parte se encuentra “subbancarizada”, por lo que no cumple con los requisitos para solicitar préstamos. Los criptonegocios afirman que responden a las necesidades de estas personas y que, fuera de Estados Unidos, proporcionan estabilidad financiera a los clientes que están en países donde los gobiernos emiten divisas volátiles.

Las criptofinanzas le dan a la gente que desde hace mucho tiempo ha sido excluida por las instituciones tradicionales la oportunidad de realizar transacciones de manera rápida, barata y libre de juicios, según declaran los defensores de la industria. Como sus préstamos están respaldados por criptomonedas, estos servicios no suelen requerir verificaciones crediticias, aunque algunos piden los datos de identidad de sus clientes con fines de declaración de impuestos y prevención de fraudes. En un protocolo DeFi, por lo general, las identidades personales de los usuarios no se comparten, ya que solo se les juzga con base en el valor de sus criptomonedas.

¿Qué están haciendo los reguladores sobre este sector bancario alternativo?

Los funcionarios bancarios están literalmente corriendo para ponerse al día con los desarrollos en criptografía y tratan de frenar el impulso de esa industria. La Oficina del Contralor de la Moneda está revisando los estatutos bancarios condicionales otorgados a las empresas de cifrado poco después de que un ejecutivo de la industria dejó su cargo como contralor interino en la agencia.

Gary Gensler, presidente de la Comisión de Bolsa y Valores, pide al Congreso que otorgue a los reguladores más autoridad para supervisar las nuevas entidades. Y la Fed emitirá un informe a principios de septiembre sobre los posibles beneficios y perjuicios de que Estados Unidos acuñe un dólar digital.

¿Qué está haciendo el Congreso de Estados Unidos?

Las criptomonedas llamaron la atención en el Senado durante las negociaciones sobre el proyecto de ley de infraestructura bipartidista de 1 billón de dólares, que incluía una cláusula de declaración de impuestos que definía la palabra “corredor” en las transacciones de cifrado. La industria retrocedió, argumentando que el lenguaje era demasiado vago y, al hacerlo, se centró en los muchos actores del sector que eluden las definiciones tradicionales.

Quizás pasen años antes de que el Congreso aborde las preguntas planteadas por los servicios bancarios alternativos de las cadenas de bloques. El representante Don Beyer, demócrata por Virginia, presentó una legislación integral este verano que aborda la gama de problemas planteados por los activos digitales. Pero, hasta ahora, ha recibido poca atención.

¿Cuál es el camino a seguir?

Algunos reguladores e innovadores argumentan que la nueva tecnología requiere un enfoque novedoso, y afirman que se pueden prevenir los nuevos riesgos sin necesidad de entorpecer la innovación.

Por ejemplo, en vez de ordenar que los protocolos DeFi mantengan las reservas de un banco y recaben los datos de los clientes, los funcionarios podrían crear otro tipo de requisitos pensados para esta tecnología y sus productos, como auditorías de códigos y parámetros de riesgo.

Los temas de la identidad, que son cruciales para combatir el fraude financiero, se podrían resolver modificando los procedimientos antiguos. En lugar de partir de datos específicos —con la recopilación de la información personal de individuos—, las autoridades podrían adoptar un enfoque más amplio, dijo J. Christopher Giancarlo, expresidente de la Comisión de Negociación de Futuros de Productos Básicos de Estados Unidos, en el que se use la inteligencia artificial y el análisis de datos para monitorear las actividades sospechosas y se tomen medidas anticipadas de rastreo de identidad.

Déficit fiscal y deuda pública



*Por: Germán Molina Díaz
Economista, miembro de número de la Academia
Boliviana de Ciencias Económicas (ABCE)*

Durante la pandemia del COVID19, las canciones de cuna de economía: la mano invisible y el papá Estado, fueron desplazadas por otra melodía de basar la política económica en la realidad económica, social, política, cultural y psicológica utilizando el cajón de herramientas económicas disponible.

Las medidas económicas aprobadas durante los años 2020 y 2021, fueron para enfrentar la emergencia sanitaria y reactivación económica otorgando efectivo y descuentos (subsidios) directos a la población, y créditos al sector empresarial con la finalidad de mantener la cadena de pagos en el flujo circular de la economía en las transacciones económicas internas y externas, buscando suavizar la paralización de las actividades económicas a través de impulsos fiscales hacia la demanda y la oferta.

Luego del resultado electoral de octubre 2020, continuo el Modelo Económico Social Comunitario Productivo y la política económica de focalizar ingresos elevados de los agentes económicos e imponer un impuesto, aumentar el gasto en inversión pública,

utilizar financiamiento interno y externo para cubrir los desbalances fiscales, políticas de redistribución del ingreso y algunas medidas de apoyo a la oferta.

En un contexto de economía de guerra contra un enemigo invisible el COVID 19 no se cuenta con otra medida que, de inyectar recursos al mercado interno con la dotación de bonos a los sectores sociales más vulnerables, además de garantizar la liquidez del sistema financiero y crédito al sector empresarial.

Cuando sea superada la emergencia sanitaria del COVID-19, recién se tendría que mejorar la calidad y monto del gasto fiscal, inversión pública e implementar reformas fiscales para reactivar la inversión privada, crear empleos formales de calidad, y proteger de manera sostenible a los segmentos vulnerables de la población.

El crecimiento de la deuda pública es inevitable hasta que continúe el déficit fiscal, sin embargo, se tiene que proponer resolver un problema estructural del país: el déficit fiscal.

El comportamiento de la deuda externa y deuda interna del país estuvo estrechamente relacionado con déficit fiscal, porque una característica de la economía boliviana es que siempre gastamos más de los ingresos que recaudamos de impuestos y otros. Las fuentes de financiamiento para afrontar un escenario de mayores gastos fiscales que ingresos fiscales son: acudir a las Reservas Internacionales Netas (RIN) y la contratación de créditos internacionales de Organismos Multilaterales, Organismos Bilaterales e inversionistas privados internacionales por medio de la colocación de bonos soberanos, como se realizó durante los años 2012, 2013 y 2017 por un total de \$us 2.000 millones.

Ambas fuentes tienen sus consecuencias económicas, para la estabilidad macroeconómica del país. En un contexto interno de crecimiento del gasto público y desequilibrios fiscales, el control del gasto adquiere una vital importancia, así como también el flujo de caja (efectivo disponible), para la ejecución presupuestaria.

El control constitucional al gasto del Estado, es realizado por parte de la Asamblea Legislativa Plurinacional.

El sector público boliviano de una gestión de abundancia de recursos públicos ingresamos a una gestión de escasos recursos públicos que paulatinamente se viene ajustando afectando a todos los sectores económicos público y privado sin excepción en diversas magnitudes que varían según el grado de vinculación (acoplamiento) de las empresas privadas con el Estado.

La política fiscal es la más política de las políticas macroeconómicas¹. Involucra la capacidad de disciplinarse ante necesidades múltiples y numerosos beneficiarios y grupos de interés frente a recursos públicos limitados. La política fiscal es tal vez el mejor exponente de la capacidad de gobernabilidad del sistema económico social. Solo con muy buenas instituciones y reglas del juego transparentes la política fiscal se convierte en un instrumento de política macroeconómica.

Mediante la política económica se asume decisiones

difíciles, con poca información, el tiempo en contra y una población descontenta exigiendo soluciones inmediatas, como vivimos actualmente en nuestro país con la pandemia del COVID19. No se pueden dar el lujo de ignorar lo urgente que afecta la vida de las personas. La cuestión es cómo lo enfrentan, que recursos tienen, como lograrán que llegue oportunamente la solución a sus ciudadanos, que pasara después (Día después).

La política económica, depende del escenario en el cual la población está siendo afectada por problemas sobre la cual se aplica. Es difícil encontrar una medida de política económica que mejore la situación de todos, o al menos que mejore la de algunos sin comprometer la de otros, aspecto que fue advertido por la Sra. Joan Robinson que señaló: "En el análisis económico se distinguen a los que construyen las herramientas económicas y los otros las que la utilizan. Al economista analítico como una caja de herramientas"², y reiterado por Juan Carlos de Pablo: "Los instrumentos de política económica son herramientas específicas. Devaluar, congelar, prohibir, desregular, etc., son buenos ejemplos de instrumentos. Mientras que eficientizar, concientizar, etc., no lo son."³

Lo básico establecer un ambiente de confianza y credibilidad para todos los bolivianos sin exclusión y también para los inversionistas internacionales.

Referencias

1. "El presupuesto debe equilibrarse, el Tesoro debe ser reaprovisionado, la deuda pública debe ser disminuida, la arrogancia de los funcionarios públicos debe ser moderada y controlada, y la ayuda a otros países debe eliminarse, para que Roma no vaya a la bancarrota. La gente debe aprender nuevamente a trabajar, en lugar de vivir a costa del Estado." Cita de Marco Tulio Cicerón, Año 55 a.C.
2. *Economía de la competencia imperfecta*. Joan Robinson 1973, Ediciones Martínez Roca, S.A.
3. *Economía Política del Peronismo*. Juan Carlos de Pablo 1980, El CID Editor

Ocho de cada diez empleados usan tecnología de colaboración para trabajar



El uso de estas herramientas prácticamente se ha duplicado este año respecto al que se hacía en 2019, antes de la pandemia.

Casi el 80% de los trabajadores ya emplean herramientas de colaboración para desempeñar su labor este año 2021 frente a poco más de la mitad de los que las usaban en 2019. Así lo indica un estudio realizado por Gartner (Digital Worker Experience Survey), que pone de manifiesto que el uso de las herramientas de colaboración para trabajar ha aumentado un 44% desde que comenzó la pandemia.

“Las herramientas de colaboración encontraron una importancia renovada durante COVID-19 por su papel para garantizar la productividad de los equipos que, de forma repentina, tenían que trabajar en remoto», según Christopher Trueman, analista principal de investigación de Gartner. «A medida que muchas organizaciones cambian a un modelo de fuerza de trabajo híbrida a largo plazo, las tecnologías de productividad personal y de equipo basadas en la nube, junto con las herramientas de colaboración, formarán el núcleo de una serie de nuevos centros de trabajo que satisfarán los requisitos de varios trabajadores remotos e híbridos».

El informe apunta también que las herramientas de almacenamiento/compartición y de mensajería móvil en tiempo real también experimentaron un mayor uso durante la pandemia: de hecho, las utilizan el 74% y el 80% de los encuestados de 2021, respectivamente.

Las reuniones empresariales presenciales caerán del 60% al 25%

Un tipo de soluciones que ha crecido especialmente durante la pandemia son aquellas que facilitan realizar reuniones a distancia. Mientras que en 2019 los trabajadores de todo el mundo pasaban de media el 63% de su tiempo en reuniones presenciales, este porcentaje se ha reducido al 33% en 2021, ya que cada vez se realizan más encuentros mediante soluciones con audio y vídeo. Gartner cree que esta tendencia continuará y que para 2024 las reuniones en persona caerán del 60% al 25% en el ámbito corporativo, lo que estará impulsado por el teletrabajo y el cambio de la demografía de la fuerza laboral.

«A medida que los directivos de TI se preparan para una mezcla de tipos de reunión, será fundamental que garanticen la colaboración equitativa, el acceso a las herramientas y los recursos para todos los participantes del encuentro, independientemente de la ubicación», indica Trueman, que recomienda a los proveedores de soluciones de reuniones basadas en la nube y a las plataformas de servicios de contenido que apoyen esto a través de ofertas o integraciones con tecnologías que incluyen pizarras virtuales, funciones de chat enriquecidas y capacidades de grabación y transcripción».

Fuente: computerworld.es

SUPER DPF



Un SÚPER INTERÉS para que tus AHORROS retornen a CASA ¡Con GANANCIAS!



*Tasa de interés Anual



/Banco Ecofuturo 722-22210 800103112

www.bancoecofuturo.com.bo

Esta entidad es supervisada por ASFI

¿Cómo Gestionar la Atención al Cliente Remoto?



Por: Gustavo Lauria
Co-Founder en Debmedia

Cada vez son más las empresas que advierten de la importancia de ofrecer un buen servicio de atención al cliente remoto. Luego, no todas saben cómo lograrlo, máxime cuando los equipos de atención al cliente están distribuidos en diferentes locaciones y respondiendo a personas de todo el mundo.

Si necesitas ayuda al respecto, no dejes de leer toda la información relevante que presentamos a continuación.

Factores que Impulsaron la Atención al Cliente Remoto

Ya sea por la pandemia o el hecho de que las empresas cuentan con clientes repartidos por diferentes lugares, el soporte remoto ya es una realidad. Además, las empresas enfrentan el desafío de innovar frente a los cambios en el comportamiento de un nuevo consumidor, cada vez más exigente.

Con la pandemia por Covid-19 y el consecuente distanciamiento social, brindar atención al cliente de

manera remota ha sido indispensable. Ahora, es un servicio que llegó para quedarse, porque forma parte de las demandas, preferencias y requerimientos de los consumidores.

Por eso, saber cómo ofrecer un servicio de calidad y cuáles son las mejores herramientas para hacerlo, se traduce en beneficios, en estos tiempos de incertidumbre, para las organizaciones dispuestas a asumir el desafío.

La Importancia de Brindar una Buena Atención al Cliente Remoto

Para comprender cuál es la importancia de la atención al cliente remoto, es necesario conocer al menos tres motivos que respondan a la pregunta de por qué es importante brindar un buen servicio remoto:

- *Mejora la reputación de la empresa.* Un buen servicio de atención al cliente remoto se traduce en credibilidad y percepción de marca. Cuánto más presente estés de manera positiva en la

vida de los consumidores, más crecerá tu comunidad.

- *Aumenta los ingresos.* Esto asegura la sostenibilidad financiera del negocio, ya que la mayor parte de los consumidores está dispuesto a volver a comprar después de una experiencia de servicio positiva.
- *Reduce los costos de adquisición.* Si se es capaz de fidelizar a los clientes se ahorra dinero y tiempo.

¿Cómo Brindar una Excelente Atención? Claves a las que Debes prestar Atención

No existen acciones milagrosas para garantizar una atención al cliente remoto perfecta. A fin de cuentas, las necesidades y los deseos de los consumidores varían según el segmento. Sin embargo, puedes ponerte en práctica una serie de estrategias que son de gran ayuda:

1. Amplía la oferta de canales de comunicación para estar siempre presente allí donde te necesitan tus clientes.
2. Adopta un enfoque omnicanal. Unifica los canales y ofrece una experiencia integrada. Que no importe dónde empiezan las conversaciones: el cliente recibe atención a través del canal que prefiere y en cualquier momento. Esto significa que puede "migrar" de un canal a otro sin tener la sensación de "empezar de nuevo", cada vez.
3. Entrena tu equipo de soporte. Invierte en talleres y programas de entrenamiento para refinar habilidades y competencias de tu equipo de atención. Según el Informe de Tendencias 2021 de Zendesk, el 49% de los clientes quiere que los agentes sean más empáticos.
4. Brinda herramientas para mejorar el servicio al cliente remoto. Los representantes del servicio deben ser agradables y estar informados (quienes compran, cuándo y cómo lo hacen, por ejemplo) para poder brindar experiencias positivas. En esto es clave también proveer al equipo de las implementaciones tecnológicas adecuadas.
5. Asegura brindar una escucha activa. Esto permite entender mucho más al cliente y proporcionarle la mejor solución a sus necesidades.
6. Ofrece un trato personalizado. Cada cliente

usuario es diferente y único, y los empleados deben dar siempre una respuesta de forma personalizada y hacer que este se sienta escuchado y valorado.

7. Brinda solución de sugerencias, dudas o quejas. El cliente siempre espera obtener una solución rápida al ponerse en contacto con el servicio de atención al cliente. Por eso, es muy importante que quede satisfecho para que el resultado del touchpoint se traduzca en un índice de satisfacción positivo.

Tecnologías y Softwares que Pueden Ayudarte en la Gestión Remota de la Atención al Cliente

Para implementar la asistencia remota en tu empresa necesitas como mínimo de 3 elementos:

1. Un software de atención virtual como el que ofrece Debmedia: permite atender más cantidad de clientes, sin aumentar el tamaño de tu equipo
2. Hardware para poder usar el programa como computadoras e internet de banda ancha para trabajar de forma remota.
3. Procedimientos de alta seguridad, ya que la asistencia vía remota implica proteger los datos de los clientes.

Un consumidor que siente que satisfacen sus necesidades y que escuchan sus quejas es un activo de mucho valor para las empresas.

Guía para Gestionar la Atención al Cliente Remoto de Manera Eficaz

Si tienes dificultades para gestionar tu equipo de atención al cliente remoto y quieres mejorar su rendimiento, aquí te damos 3 puntos claves a considerar:

1. Usar una herramienta CRM basada en la nube. Esta ofrece la ventaja de que todo se consolida en un solo lugar, por lo tanto, no se corre el riesgo de que la información se escape.
2. Crea una base de conocimiento. Se necesita una recopilación de información importante sobre la empresa y sus productos y servicios, a fin de que sirva como guía para las consultas más comunes de los clientes y las respuestas para la solución de problemas.
3. Usa el chat y las videollamadas. Son desarrollos que, además de ofrecer soluciones específicas para la atención remota, ayudan a medir el progreso y comprender mejor cualquier queja difícil de los clientes.

Conclusión

Gestionar la atención al cliente remoto puede parecer complicado, hasta que cuentas con la ayuda de las nuevas tecnologías. En especial, el uso de un software de atención virtual como el de Debmedia, operativiza la gestión es una tarea sencilla y eficaz.

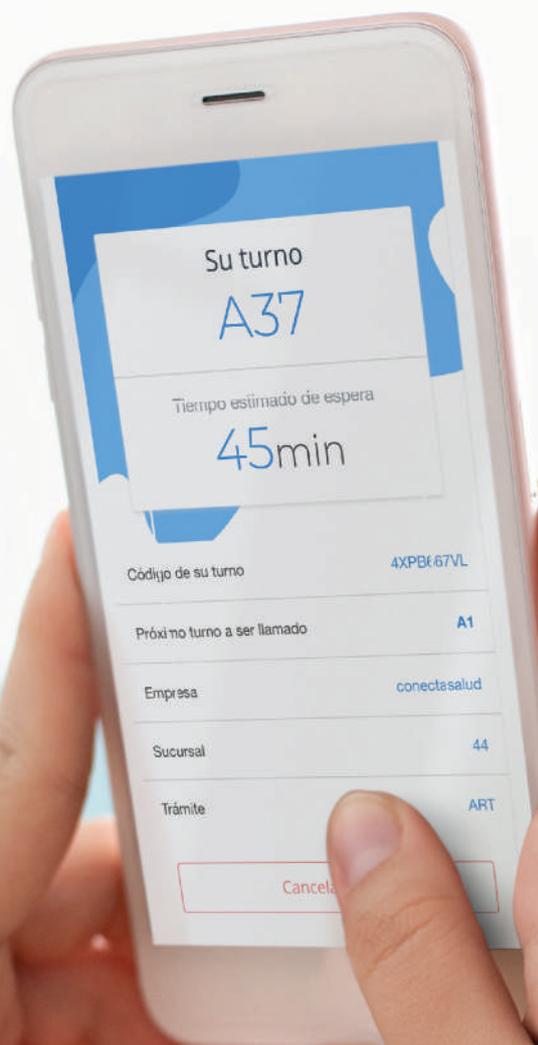
La atención al cliente remoto ya no es solo una tendencia, sino que es una modalidad que llegó para quedarse. Por lo tanto, es necesario contar con las herramientas adecuadas para ofrecer un buen servicio que satisfaga a los clientes y colabore con el equipo para dar soporte eficiente y proactivo.

¿Estás decidido a mejorar el servicio al cliente remoto en tu empresa? Contáctate con nosotros y comienza a disfrutar de sus beneficios.

Basado en distintos países de Latinoamérica, y con oficinas en Silicon Valley, Debmedia desarrolla tecnología enfocada en la gestión de la experiencia de clientes (Customer Experience Management), a través de canales presenciales y digitales.



Disfruta tu tiempo, tienes Fila Virtual

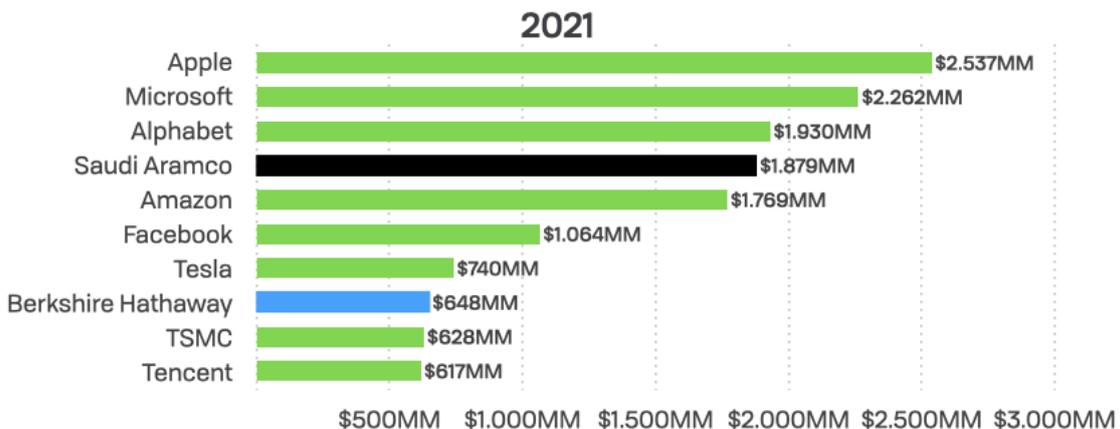
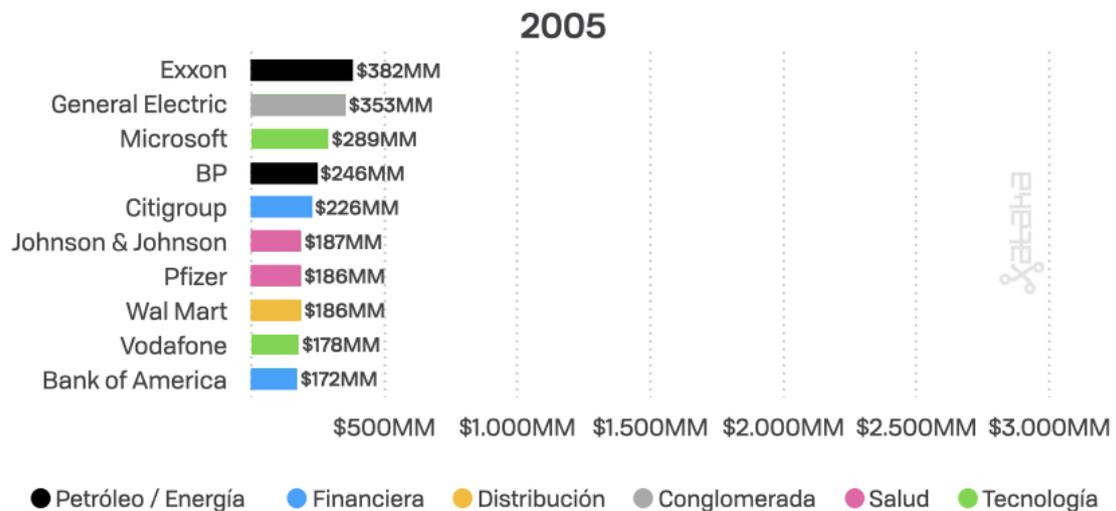


Conser
Ejecutivos de Servicio al Cliente

debmedia

La era de la tecnología, en un gráfico: siete de las ocho empresas más valiosas del mundo son tecnológicas

La era de las gigantes tecnológicas



Las 10 empresas más valiosas del mundo por capitalización bursátil en la primera semana de septiembre de 2005 y de 2021. Datos: Bloomberg.

En 2005, el mejor móvil del mercado era, quizás, el Nokia N70. La versión americana de 'The Office' acababa de estrenarse, y el Airbus A380 completó su primer vuelo convirtiéndose en la joya de la aviación europea. Más de tres lustros después, el mundo ha cambiado. Nokia es poco más que un recuerdo nostálgico, The Office es una serie de culto que terminó hace ocho años y el A380 ya fue jubilado.

La economía mundial también ha cambiado, con la crisis de 2008, el nacimiento de Facebook, la llegada de Android y del iPhone, la pandemia... El resultado más de una década después es el de las tecnológicas arrasando en el ranking de las empresas más valiosas del mundo, dejando atrás a financieras, distribuidoras o petroleras, las reinas del pasado. Y con aumentos de su valor bursátil muy superiores al aumento de la economía durante este tiempo.

Entre las diez empresas más valiosas del mundo por capitalización bursátil en esta misma primera semana de septiembre, pero de 2005, solo había dos tecnológicas: Microsoft y Vodafone, aceptando esta última como tecnológica de la misma forma que hoy podemos aceptar a Tesla, que hace coches; o a Amazon, que es el mayor comercio del mundo. El resto se las repartían varios sectores con las petroleras como protagonistas. Combinadas, sumaban algo más de 2,4 billones de dólares, según la información de la hemeroteca.

En 2021, ese mismo top 10 lo componen ocho tecnológicas, solo una petrolera, y una financiera, la de Warren Buffet. La petrolera, que al contrario que las que había en 2005, no es europea ni estadounidense, sino saudí. De las tecnológicas, la más valiosa es

Apple, cuya cotización actual la sitúa en más de 2,5 billones de dólares. O en otras palabras: solo la Apple actual ya es más valiosa que las diez empresas más valiosas del mundo en 2005, juntas.

El resto se lo reparten el resto de las GAFAM (Google / Alphabet, Amazon, Facebook, Microsoft), la mencionada Tesla, la titiritera de los chips TSMC, y la china Tencent. Inmediatamente después, fuera del top 10, aparecen Nvidia, VISA, Alibaba... En total, más de 14 billones de dólares de capitalización bursátil. Doce veces el PIB de España.

¿Y si...?

Viendo estas cantidades mareantes, es posible que te preguntes qué hubiera pasado si hace unos años hubieses hecho una pequeña inversión en alguna de estas empresas del top 10 actual, que salvo Microsoft, ni siquiera estaban en el ranking. Bien, hemos calculado cuánto tendrías hoy si hubieses invertido 1.000 euros en cada una de estas tecnológicas el 1 de enero de 2005.

- TSMC: 8.680 euros (salida a bolsa el 6 de enero de 2006)
- Facebook: 9.858 euros (haciendo la inversión inicial el 18 de mayo de 2012, cuando salió a bolsa)
- Microsoft: 11.511 euros
- Alphabet: 30.595 euros
- Amazon: 88.705 euros
- Apple: 133.243 euros
- Tesla: 191.178 euros (salida a bolsa el 2 de julio de 2010)
- Tencent: 496.034 euros

Podría ser peor. Podrías haberlos invertido en Canon.



Tecnología, clave en seguridad de trabajadores de la construcción

Las empresas que utilizan sistemas y software para monitorear la seguridad de los trabajadores ven reducciones del 50% en los incidentes.

Mantener a los trabajadores seguros en industrias como construcción, transporte, manufactura, seguridad pública o petróleo y gas requiere el uso de tecnología adecuada, pues enfrentan consideraciones relevantes relacionadas con la calidad del aire, temperatura y funcionamiento del equipo.

Al utilizar la tecnología para mejorar el conocimiento y mitigar los riesgos, las organizaciones pueden cumplir más fácilmente con las regulaciones y estándares aplicables a su industria en su país, como OSHA.

En Estados Unidos, las empresas que utilizan sistemas y software para rastrear y monitorear la seguridad de los empleados y contratistas, incluso antes de que entren en la obra, ven reducciones en los incidentes de seguridad de hasta un 50% en comparación con el promedio de la Oficina de Estadísticas Laborales.

La Organización Internacional del Trabajo (OIT) estima que cada año se producen 2.78 millones de muertes vinculadas a accidentes o enfermedades en el lugar de trabajo, y en el mundo, hay cerca de 374 millones de accidentes laborales y 160 millones de víctimas de enfermedades relacionadas con el trabajo.

Además, encontró que las sustancias peligrosas causan más de 650 mil muertes por año y que la in-

dustria de la construcción cuenta con una tasa desproporcionadamente alta de accidentes registrados. En Estados Unidos, más de 5,300 trabajadores fallecieron en el 2019 en su lugar de trabajo, 15 decesos diarios.

Las muertes relacionadas con el trabajo en ese país alcanzaron sus niveles más altos desde el 2007. El costo de las lesiones laborales en 2019 superó los 170 mil millones de dólares (mdd).

Joe Martin, director de Desarrollo de Productos y Soluciones Industriales de Getac, señaló en un comunicado que “los trabajadores deben estar equipados con tecnología que los mantenga en contacto, atentos a los riesgos y protegidos de los peligros conocidos tanto como sea posible”.

Seguridad eficaz

El especialista indicó que un programa de seguridad eficaz logra un retorno de inversión de hasta 200% ya que ayuda a reducir los costos de compensación de los trabajadores y mejorara la productividad, incluso, la seguridad también puede ayudar a mejorar la calidad del trabajo.

De acuerdo con un informe que cubre a 1,200 millones de trabajadores del mundo, optimizar la calidad del trabajo incluye una menor exposición a riesgos, incluidos peligros como humo, contacto con productos químicos, prácticas laborales inseguras, etcétera.

Cinco formas en que la tecnología ayuda a mejorar la seguridad de los trabajadores:

1. **La comunicación** de alta velocidad y la información en tiempo real permiten a los empleadores conocer la calidad del aire, el calor y los riesgos específicos para atenderlos antes de que causen una lesión. Si ocurriera un accidente, los empleados necesitan comunicaciones confiables para pedir ayuda y dejar saber a los socorristas dónde está la persona lastimada.
2. **La gestión** de la seguridad, a través de un dispositivo móvil ayudaría a las organizaciones a asegurarse que identifiquen los peligros conforme se presentan. Los trabajadores pueden tomar fotografías de estas amenazas y completar listas de verificación de seguridad móviles y revisiones del lugar para garantizar que todos estén protegidos.
3. **La realidad virtual** y la realidad aumentada pueden ayudar a capacitar a los empleados sobre cómo hacer frente a situaciones peligrosas sin exponerlos al peligro. La realidad aumentada permitiría a los técnicos o trabajadores experimentados entrenar a otros en la reparación de máquinas sin tener que aumentar la cantidad de personas físicamente en el entorno. Esto puede ser útil si las reparaciones o condiciones son peligrosas o en el caso de requisitos de distanciamiento social.
4. **Los drones** se pueden usar cuando los sitios son demasiado peligrosos para que las personas los investiguen, como una fuga de gas u otro derrame químico; estos pueden capturar información y permitir que los equipos de limpieza determinen el curso de acción más seguro sin tener que estar expuestos al peligro.
5. **La automatización** mejora la seguridad al eliminar la carga del trabajo manual pesado, muy útil en almacenes con escasez de personal y otras instalaciones donde la presión para mantener la productividad puede crear una cultura en la que se aceptan algunos riesgos a cambio de hacer el trabajo más rápido. Los robots ayudarían en instalaciones de producción o sitios de construcción para que las personas ya no se trasladen de un lugar a otro para recoger los materiales que necesitan para el ensamblaje o las obras.



MACROBOTS



**TODAS LAS SOLUCIONES
DE AUTOMATIZACIÓN
A TU ALCANCE!**

Representantes
en Bolivia



Conser
Consultores de Servicios Ltda.

WWW.MACROBOTS.COM



Conser
INNOVA

Design Thinking
Agile
Customer Experience
Lean Startup
Service Design
Growth Hacking



El futuro de tu
empresa en
tus manos

CONSER Innova es
una división de:



 +591 2115371

 @consercg

 Conser Ltda.

 /conser.bo

CONFIRMADA LA ASOCIACIÓN ESTRATÉGICA: CONEGSA – GALLAGHER



☎ 800 10 22 66 🌐 www.conegsa.com 📷 @conegsabol 📺 /conegsa 📺 Consultores de Seguros S.A.



Este operador está bajo la fiscalización y control de la Autoridad de Fiscalización y Control de Pensiones y Seguros - APS