

# REVISTA

riesgos y finanzas

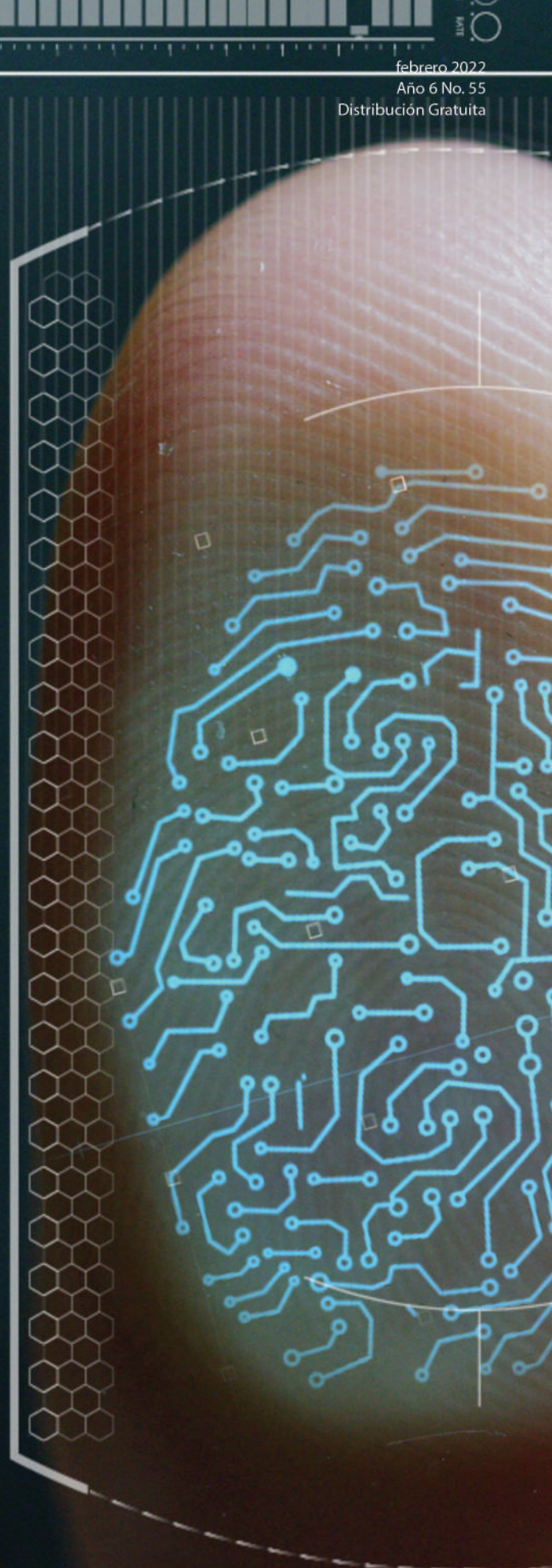


La primera revista especializada  
en seguros, economía y tecnología  
de Bolivia

febrero 2022  
Año 6 No. 55  
Distribución Gratuita

## LA HUELLA DIGITAL PUEDE AYUDAR EN LA IDENTIFICACIÓN DEL FRAUDE DE SEGUROS

**ADEMÁS:**  
*NUEVOS TIPOS DE RIESGO  
'CENTENNIALS' Y FINANZAS  
INVERTIR EN NUEVA TECNOLOGÍA*







# Conser

Consultores de Servicios Ltda.

¡Somos tus  
Socios  
Estratégicos!

# Transformando la Banca en Bolivia.



# BancoSol

 [instagram.com/bancosol\\_bolivia/](https://www.instagram.com/bancosol_bolivia/)

 [facebook.com/BancoSolidarioBolivia/](https://www.facebook.com/BancoSolidarioBolivia/)

 6 230 230 0

 **FonoSol**  
800-10-2929

 [www.bancosol.com.bo](http://www.bancosol.com.bo)



Esta entidad es supervisada por ASFI

# Nuestra vida digital

Hemos alcanzado como humanidad nuevas formas de relacionarnos con las/os demás, incluso con nosotras/os mismas/os, cada hora... de cada día, y esto lo hacemos con solo un movimiento de nuestros dedos a través de una pantalla, ya sea de nuestros teléfonos móviles, computadoras personales o 'tablets'.

Cada uno de estos movimientos, inclusive la cámara 'inactiva' de nuestros dispositivos móviles, le permite a este mundo tecnificado estudiar nuestro trayecto diario a través de las páginas que visitamos en la red, los 'likes' que damos a publicaciones, productos, servicios e imágenes, así como también las conversaciones que sostenemos con nuestras familias o colegas de trabajo, para que luego con todos estos datos la red global nos lleve de la mano por un algoritmo diseñado para nuestras necesidades y gustos.

Este rastro digital vive, como nosotras/os mismas/os, en una dicotomía al sentir y pensar que quizás hemos dejado de lado un poco las relaciones humanas cercanas por la comodidad, seguridad y beneficios de nuestra vida digital.

En esta edición encontraremos algunos de los más interesantes artículos respecto a esta, que ahora es nuestra realidad.

¡Invitadas/os a disfrutar y compartir este segundo número del 2022!



Sergio Sujo  
**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](mailto:contacto@conser.bo)

Teléfono:  
+591 2115371



# tabla de contenidos

**Pag. 9 Nota de Portada**



**Pag. 14  
Seguros  
Cautivos**



**Pag. 28  
Finanzas  
Personales:  
Gastos  
hormiga**

**Pag. 22**  
**Sección**  
**Génesis Latam Consulting**



**18** 2022: Nuevos tipos de riesgos

**30** ¿Son mejores los 'Centennials en las finanzas?

**34** Consideraciones para adquirir nuevas tecnologías

**44** Como impulsar la mindset digital en tu empresa



**Pag. 42**  
**NUEVA SECCIÓN**  
**Gadgets**  
**Tecnológicos**  
**2022**



*La huella digital es el rastro que dejamos al navegar en Internet. Cada vez que hacemos un “click” o damos un “me gusta” en las redes sociales, o cuando usamos una aplicación desde nuestro celular o nuestra computadora.*



# La huella digital puede ayudar en la identificación del fraude de seguros

# E

l fraude de seguros se ha convertido en un problema de miles de millones de euros, dado que las técnicas que utilizan los estafadores para defraudar a los proveedores de seguros y a sus clientes se vuelven cada vez más audaces y sofisticadas. Hay numerosos ejemplos donde la identidad se ha visto comprometida por actividades fraudulentas, especialmente a raíz de la pandemia.

La industria del seguro trabaja duro para mantenerse un paso por delante y abordar el fraude en el «asiento delantero» utilizando controles de validación de identidad para ayudar a confirmar que el solicitante es quien dice ser.

Actualmente, nuevos tipos de inteligencia de direcciones de correo electrónico fortalecen estas capacidades, lo que ayuda al mercado a detectar posibles casos de fraude de solicitud en una etapa temprana del proceso de incorporación de clientes.

El crecimiento de los delitos relacionados con el fraude de identidad se disparó durante la pandemia, pero incluso antes de la Covid-19, los casos aumentaban ya rápidamente. La gestión deficiente de los datos de los clientes no solo deja a la aseguradora más abierta al fraude, sino que corre el riesgo de perder oportunidades de ventas cruzada y desperdicia cuantiosos presupuestos de marketing, así como precisión en tarificación y experiencia del cliente.

Una encuesta reciente sobre los desafíos de la industria de seguros de España concluyó que el big data y analytics son la inversión número uno para el futuro para un sector que busca brindar mejores experiencias digitales. El 75% de los aseguradores dice que los datos y su análisis representan su mayor inversión en tecnología actualmente, seguidos de la inteligencia artificial (45%), la nube (32%) y la automatización de procesos (25%). La verificación de identidad del cliente actual o potencial es el componente fundamental para prevenir el fraude.

Las aseguradoras tienen una tarea difícil cuando se trata del cruce de datos e identificación. La recopilación de datos de identificación de un cliente tradicionalmente termina con la recopilación de documentos de identificación y dirección. Sin embargo, los documentos de identidad son solo el primer paso para crear una visión integral. Es fundamental que estos documentos (y otros registros públicos, u otros datos relacionados con la identificación del cliente) se conviertan completamente a

formato digital y sin demasiadas fricciones.

Además, los registros digitales de identificación deben validarse contra la fuente original para establecer la autenticidad. Dado que todo debe ser fluido y rápido, existe una mayor presión para hacer todo esto ágilmente con el mínimo esfuerzo del cliente.

### ***Creando los componentes básicos para la transformación digital***

Un cliente puede buscar suscribir más de una póliza de seguro, tal vez incluyendo una o más dentro de una misma aseguradora a la que se le solicita cobertura. Por lo tanto, para controlar la actividad sospechosa y tomar una decisión informada sobre suscribir o rechazar el riesgo, la aseguradora debe tener la información necesaria sobre el cliente. Es un cuidadoso equilibrio entre rechazar un riesgo (con una posible pérdida de ingresos) y la pérdida por suscribir riesgos elevados sin la diligencia debida.

El problema es que las técnicas existentes que se utilizan para la identificación de una persona pueden consumir mucho tiempo tanto para el proveedor de seguros como para el cliente. A ello se une la práctica ausencia de datos públicos en registros públicos y/o datos compartidos de la industria. Los controles de identificación también pueden parecer intrusivos e innecesarios, lo que crea molestias en la mayoría de los clientes que son “buenos”.

Esto significa que los proveedores de seguros tienen un equilibrio difícil de lograr para protegerse a sí mismos y a sus buenos clientes utilizando técnicas de validación de identidad antes y después del inicio de la póliza, pero sin ralentizar ni complicar el proceso de solicitud y cotización para el cliente.

### **Análisis de las direcciones de correo electrónico como identificador global de riesgo**

Aquí es donde el “email insight” o inteligencia basada en la dirección de correo electrónico proporcionada durante el proceso de solicitud está llevando la validación de ID a un nivel superior.

Una dirección de correo electrónico es un identificador global único y se encuentra en el centro de la huella digital de un consumidor. Nuestro estudio de LexisNexis® Risk Solutions muestra que el 91% de las personas ha tenido la misma dirección de correo electrónico durante tres años o más y el 51% durante más de diez años. Además de ser un identificador permanente a lo largo del tiempo, también está vinculado a varias cuentas y transacciones online. Así, cada dirección de correo electrónico individual crea una huella digital que proporciona un rico historial de transacciones en el mundo digital, lleno de información sobre el comportamiento online que podría convertirlo en una de las herramientas más poderosas para detectar el fraude en las aplicaciones.

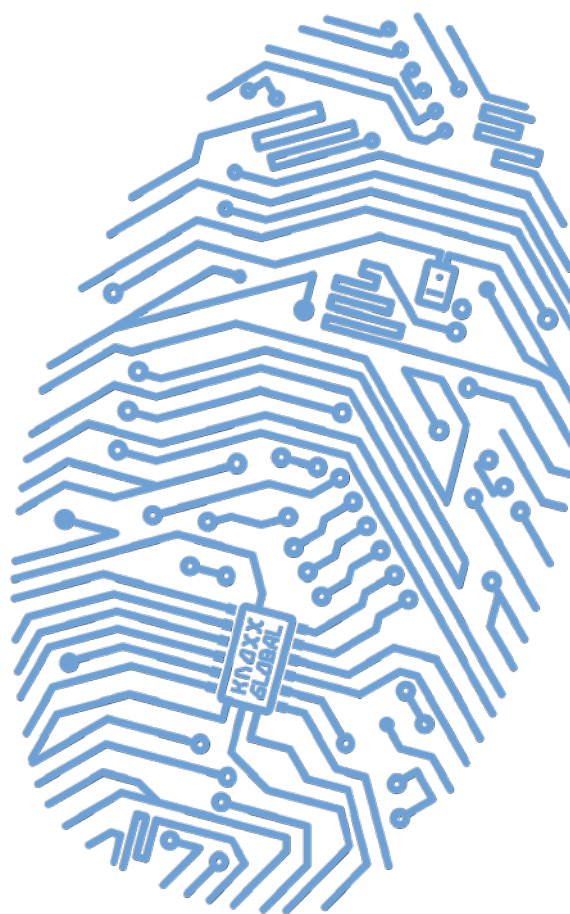
Mediante el uso de miles de millones de transacciones de procesadores de pagos globales y otras industrias online ya es posible proporcionar un score de riesgo instantáneo para ponderar si estamos ante una identidad “genuina” u otra que podría ser fraudulenta. Y ello, analizando únicamente el email y otra información de entrada básica.

El riesgo se evalúa accediendo a puntos de metadatos de la dirección de correo electrónico (Ej. existencia correo electrónico y/o dominio, correlaciones entre email y nombre/apellidos, etc.).

El score de salida fortalece de manera significativa la validación de identidad, sin compro-

meter la experiencia del cliente. De esta manera, se ayuda a la protección de las personas evitando que la identidad se vea comprometida y al mismo tiempo se respalda un proceso de incorporación rápido y eficiente. Para los aseguradores, lograr el equilibrio adecuado entre verificaciones de identificación sólidas y un proceso de solicitud simplificado ya no debería ser tan complicado de conseguir.

*Fuente: future.inese.es*





# Informe sobre los precios de los seguros de salud en América Latina

El Laboratorio de Precios de CELAG, presenta un análisis de precios del seguro de salud para once países latinoamericanos. Rescatamos algunos de los datos más importantes a continuación:

- En promedio, un seguro familiar en la región cuesta 300 USD; Perú es el país donde el seguro resulta más barato: 211 USD y Uruguay donde es más caro, el doble. Paraguay, Ecuador, Bolivia y Colombia tienen precios por debajo del promedio, mientras que en el otro extremo, los precios más altos que el promedio son los de Panamá, México, Brasil, Chile y Argentina.
- Un trabajador promedio de la región necesita un mes completo de trabajo para adquirir el seguro familiar recibiendo el salario mínimo y 20 días si recibe un salario promedio.
- Un sistema sanitario basado en el seguro privado es accesible solo para una fracción muy pequeña de la población, generaría millones de excluidos y aumentaría los costos laborales (que llegan a representar un 17 % del PIB en EE. UU.).
- Los países con mayor poder adquisitivo son Ecuador y Paraguay (requieren menos de veinte días de trabajo al salario mínimo), seguidos por Panamá, Bolivia, Chile, Perú y Uruguay (requieren entre 20 y 30 días), mientras que Argentina y Colombia (requieren poco más de 30 días) y finalmente México y Brasil cuyo poder adquisitivo es significativamente menor (se requieren 51 y 53 días de trabajo respectivamente).
- Argentina tiene un nivel de precios ligeramente más alto que el promedio regional y también tiene un poder adquisitivo más bajo, que se atribuye casi totalmente a los mayores precios.
- Perú es el país que tiene los precios más bajos del seguro pero, en cambio, el poder adquisitivo de los trabajadores no es tan alto como consecuencia de que sus salarios son más bajos que el promedio regional.
- Paraguay y Ecuador, en cambio, también tienen precios más bajos que el promedio regional, pero ambos consiguen un mayor poder adquisitivo que Perú gracias a que el salario mínimo es superior al promedio regional.
- Bolivia está dentro del grupo de países con precios de las primas de seguro inferiores al promedio regional, gracias a lo cual consigue un poder adquisitivo entre los más altos de la región.
- Si bien Colombia tiene casi el mismo precio de las primas de seguro que Bolivia, tiene un poder adquisitivo bajo debido a que sus salarios mínimos son un 25 % menores al promedio regional.
- Panamá y Chile, si bien tienen precios mayores al promedio regional, terminan colocándose entre los países con mayor poder adquisitivo, debido a que sus mayores salarios compensan estos precios.
- Brasil y México están entre los que tienen los mayores precios de las primas de seguro de la región y ambos lideran el ranking de menor capacidad del poder adquisitivo, porque los altos precios se combinan con salarios mínimos menores al promedio en los dos casos.
- Encontramos que los precios del seguro no están asociados a los costos salariales ni los salarios del personal médico y que la relación con los precios de los medicamentos es modesta.

Fuente: *celag.org*



# 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](http://www.alianza.com.bo)

**alianza**  
**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.



# 5 consideraciones de tendencia sobre seguros cautivos para 2022

*Los dueños y líderes de negocios deben tener en cuenta estas tendencias al desarrollar una estrategia sólida de gestión de riesgos.*





# S

i 2020 y 2021 nos mostraron algo, es que lo inesperado puede suceder y sucederá, ya sea una pandemia mundial , un buque de carga que bloquea una de

las rutas comerciales más transitadas del mundo o una tormenta que crea un corte de energía generalizado. Estos riesgos imprevistos son difíciles de predecir y asegurar, lo que hizo que el seguro cautivo , con su capacidad para suscribir una cobertura amplia y llenar los vacíos en la cobertura, sea una herramienta útil.

Combinado con el endurecimiento de los mercados de seguros, esta es una de las razones por las que ha aumentado el ritmo de formación de cautivas. Según la Encuesta comparativa de cautivas de 2021 de Aon , ha habido un crecimiento considerable en la propiedad cautiva. A medida que los propietarios y líderes empresariales consideran el 2022, deben tener en cuenta estas cinco tendencias al desarrollar una estrategia sólida de gestión de riesgos .

### **1. Industrias clave con mayor probabilidad de ver un crecimiento en cautivas**

En los últimos dos años, algunas industrias en particular se han visto gravemente afectadas por los crecientes riesgos y la presión de la cadena de suministro. Para los fabricantes, las operaciones interrumpidas tuvieron consecuencias financieras debido a las barreras de la cadena de suministro, la disponibilidad de mano de obra y la desaceleración de la demanda. Según las Perspectivas de la industria manufacturera para 2022 de Deloitte , se espera que la fabricación crezca; sin embargo, el informe advierte que se avecinan riesgos continuos, como la escasez de mano de obra y la inestabilidad de la cadena de suministro, a medida que los líderes evitan la interrupción. Tal vez por eso, en el pasado, la fabricación encabezó la lista de industrias de la Encuesta Global de Gestión de Riesgos que utilizan seguros cautivos. Al igual que la fabricación, la construcción también ha demostrado ser una industria clave para la utilización cautiva, ocupando el segundo lugar.

Hay una serie de amenazas que pueden devastar o arruinar un negocio de construcción. Los desastres naturales o el clima pueden impedir la finalización

de un proyecto, un defecto de construcción puede provocar la falla del edificio o podría haber daños a la propiedad, lesiones humanas o responsabilidad asociada con la negligencia. También existe la amenaza de daños en el equipo, robo o una desaceleración estacional. Covid-19 ha introducido riesgos adicionales a medida que las empresas lidian con las barreras de la cadena de suministro y la seguridad de los trabajadores.

Por último, la industria de distribución y las empresas de tecnología pueden ver y beneficiarse de un mayor uso de seguros cautivos. Las empresas de distribución se enfrentan a una gran variedad de riesgos que las hacen vulnerables a las pérdidas y a la eventual quiebra y, según un análisis de 2020 realizado por McKinsey & Company , el almacenamiento y el transporte para la industria de la distribución ocupan un lugar destacado en términos de tardar más de cinco años en volver a la normalidad. . Los avances tecnológicos acelerados también plantean riesgos. En particular, la robótica ha abierto los negocios a la posibilidad de reclamos por responsabilidad del producto y defectos de fabricación por parte de los demandados que buscan daños y perjuicios. Este riesgo de demandas relacionadas con la tecnología es una de las razones por las que las empresas de tecnología pueden ver un mayor uso de cautivas.

### **2. Las cautivas demostraron ser beneficiosas para cubrir las pérdidas relacionadas con el Covid**

Covid-19 fue una revelación para muchas empresas que pensaron que su seguro comercial cubriría pérdidas en caso de una pandemia, solo para encontrar brechas o exclusiones que llevaron a la denegación de reclamos. Lo mismo ocurrió con el seguro de interrupción de negocios, que a menudo se quedó corto. Con el lanzamiento de nuevas variantes y los países que anuncian reglas de viaje nuevas o extendidas, las industrias aún sufren.

Para las empresas con seguros cautivos, esta estrategia financiera vino al rescate cuando vieron que sus reclamos de Covid se pagaron o pudieron usar su riqueza acumulada en la compañía de seguros cautivos para capear las tormentas. Por ejemplo, una práctica médica en Alabama tuvo que condensar sus operaciones a solo pacientes de emergencia, pasando de 200 cirugías por

semana a menos de 12. La base del reclamo fue una reducción dramática en los ingresos debido a los mandatos estatales relacionados con Covid. Tener el reclamo pagado permitió que la práctica continuara operando y compensara la pérdida de ingresos.

### **3. Una victoria de la corte suprema en 2021 allana el camino para el seguro cautivo**

El IRS se ha centrado notoriamente en los arreglos de cautivas y ha designado a la mayoría de las pequeñas cautivas como “transacciones de interés”, incluyéndolas en su lista anual “Dirty Dozen” de evasión fiscal abusiva. Sin embargo, durante 2021, hubo dos importantes victorias judiciales para los cautivos en un caso contra el IRS. CIC Services demandó al IRS por su aviso ilegal 2016-66. En 2021, el caso llegó a la Corte Suprema de EE. UU., donde CIC Services triunfó por unanimidad contra el IRS. En septiembre, un Tribunal de Distrito de EE. UU. otorgó a CIC Services una orden judicial contra el IRS y el aviso 2016-66.

Con el apoyo de los académicos legales y la publicidad del caso, la implicación en 2022 es que el seguro cautivo puede verse cada vez más como una estrategia para beneficiar a las empresas sin la amenaza de una reacción violenta del IRS.

### **4. El endurecimiento del mercado asegurador seguirá con las cautivas al rescate**

En el Global Economic and Insurance Market Outlook 2022 de Swiss Re , se pronostican primas récord y se espera que crezcan un 3,3 %. Las empresas pueden esperar un aumento en las primas debido a una mayor actividad de reclamos, la continuación de la pandemia y la presión inflacionaria. Para los empleadores que ofrecen atención médica a cargo del empleador, se espera que las primas aumenten un 6,5 % en 2022, según un informe anual publicado por PricewaterhouseCoopers .

Una forma de controlar las primas y cobrar las ganancias (después de que se paguen las reclamaciones) es a través de una compañía de seguros cautiva. A medida que las tarifas continúen aumentando, motivará aún más a las empresas a seguir esta ruta.

### **5. Las empresas utilizarán sus cautivas para cubrir el cibercrimen**

A medida que el delito cibernético continúa volviéndose más sofisticado, se pronostica que los ataques aumentarán. El Centro de Investigación de Robo de Identidad (ITRC) dice que 2022 podría ser un año récord para el delito cibernético. Una brecha de seguridad cibernética puede diezmar un negocio y ser costosa. Por lo tanto, las organizaciones buscarán formas de evitar la interrupción del negocio. Un informe de segmento de mercado de AM Best que examina las tendencias en el universo de las cautivas mejor calificadas señaló que el riesgo cibernético se ha convertido en una línea rentable de cobertura para las compañías de seguros cautivas. El informe cita el riesgo cibernético como una de las líneas de más rápido crecimiento para cautivas que está generando “resultados excepcionales” para los vehículos de transferencia de riesgo alternativo.

Los últimos dos años han sido tumultuosos para el mercado y se espera que 2022 no sea diferente. A medida que aumenta la inflación, la confianza del consumidor se verá afectada: en noviembre, el índice de precios al consumidor (IPC) subió un 6,8 % con respecto al año anterior, el mayor aumento en 12 meses en casi 40 años. Y según Goldman Sachs , se pronostica que el crecimiento económico se desacelerará en 2022. Con esto en mente, y las empresas que ahora comprenden el potencial de eventos impredecibles, generalizados y graves, la gestión de riesgos es fundamental. Para las empresas con compañías de seguros cautivas, o aquellas que lo estén considerando, tener en cuenta las tendencias esperadas puede ayudar a definir cómo se utiliza mejor la cautiva no solo para mitigar el riesgo, sino también para controlar los costos y, en última instancia, aumentar las ganancias .

Fuente: *entrepreneur.com*





**Cuidamos de ti y de tu familia** con planes de salud preventiva, desde consultas médicas hasta hospitalización.

*te queremos  
y sano*

Escanea para  
saber más



### MEDICINA PREPAGA

Inspirados en ti, dimos un paso adelante por **tu salud y bienestar**

CON EL RESPALDO DE:



800 10 7000

[www.nacionalseguros.com.bo](http://www.nacionalseguros.com.bo)

780 88999

Cuidamed



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



# 2022 podría traer nuevos tipos de riesgo

*Una represión contra la deshonestidad corporativa, un aumento en los incidentes de seguridad de la aviación y una mirada más estricta a la contaminación del aire podrían estar en las cartas para 2022.*

A lo largo del mes de diciembre de 2021, Clyde & Co. compartió predicciones y conocimientos de su grupo de seguros global para destacar las tendencias y desafíos que podrían afectar a la industria en 2022. Si bien estas predicciones cubren una amplia gama de problemas, muchos de ellos señalaron los crecientes riesgos que las aseguradoras deberían vigilar durante el próximo año.

## ***En 2022, las empresas empezarán a ver las consecuencias del greenwashing***

Un artículo de Dean Carrigan y Jacinta Studdert, socios de Clyde & Co., examina cómo las empresas pueden abrirse a problemas de responsabilidad si no se adhieren a las normas y promesas ambientales y, al mismo tiempo, hacen un lavado verde de la forma en que se presentan a los consumidores.

El lavado verde ocurre cuando las empresas hacen afirmaciones engañosas o falsas sobre cuán respetuosas con el medio ambiente son sus operaciones o productos. Según el artículo, los casos relacionados con este tipo de engaño están comenzando a ganar terreno en los tribunales australianos y esto, combinado con un escrutinio cada vez mayor por parte de los accionistas, reguladores y activistas, significa que es imperativo que todas las declaraciones hechas por las empresas puedan estar fundamentadas para proteger sus intereses. responsabilidad.

## ***Un enfoque en declaraciones de propiedades nutricionales falsas podría llevar a algunas empresas a problemas***

Las leyes globales no solo son un delito en lo que respecta a la responsabilidad ambiental, sino que también están comenzando a tomar

medidas enérgicas contra las afirmaciones nutricionales falsas y el marketing negligente en la industria de alimentos y bebidas. La socia de Clyde & Co., Emma Ager, predice que la investigación neurocientífica sobre el impacto del azúcar en el cerebro y si las empresas de alimentos y bebidas están modificando sus productos para que sean más adictivos, podría abrir la puerta a litigios contra empresas que no son francas sobre lo que son alimentar a los consumidores.

Ager dice en el artículo que un aumento en este tipo de litigio abrirá a las aseguradoras a desafíos con responsabilidad por productos, retirada de productos y responsabilidades de D&O.

***La contaminación y la calidad del aire se convertirán en exposiciones importantes para las organizaciones***

Una investigación en 2020 sobre la muerte en 2013 de Ella Kissi-Debrah, de nueve años de Londres, descubrió que la contaminación del aire jugó un papel importante en su muerte. Esto la convirtió en la primera persona en el Reino Unido en tener la contaminación del aire en la lista como causa oficial de muerte y atrajo una nueva ola de atención sobre los severos efectos de la contaminación. También ha forzado un debate sobre quién es responsable de las lesiones y condiciones relacionadas con la contaminación.

Un artículo del socio de Clyde & Co. Toby Scott examina el desafío del reclamante de establecer quién es responsable de la contaminación; ya sea un empleador, el gobierno o alguna otra entidad. 2022 podría ver un énfasis en los litigios relacionados con la contaminación a medida que los titulares relacionados con los peligros y enfermedades asociados con la exposición continúen aumentando.

***El aumento de los incidentes de pasajeros de las aerolíneas podría conducir a costosos litigios***

La pandemia ha generado un suministro interminable de historias de pasajeros de aerolíneas rebeldes que han recurrido a la violencia física en respuesta a la aplicación de las precauciones de seguridad de COVID-19.

Un artículo del socio de Clyde & Co., Jeffrey Ellis, cita estadísticas de la Administración Federal de Aviación que muestran un aumento del 500% en los incidentes de pasajeros rebeldes en 2020, luego de la inducción de restricciones relacionadas con la pandemia. La Administración de Seguridad en el Transporte también informó que la cantidad de armas confiscadas en los puntos de control se duplicó en 2020. Ambas estadísticas solo continuaron aumentando en 2021.

Ellis plantea la hipótesis en el artículo de que estos datos sugieren una “atmósfera subyacente de oposición desafiante a los mandatos impuestos por el gobierno”. Los mandatos de seguridad relacionados con la pandemia han sido un tema tremendamente politizado y, sin un final claro a la vista de la pandemia, es probable que sigamos viendo un aumento en los incidentes que involucran a pasajeros volátiles de aerolíneas.

Las aseguradoras deben monitorear este tipo de incidentes, ya que pueden dar lugar a litigios civiles y reclamos de compensación para trabajadores.

*Fuente: buenafuente.com*



# Crece el interés de las aseguradoras chinas por América Latina

*Más allá de la gestión de riesgos de infraestructura, la expansión de las aseguradoras chinas en las múltiples líneas de seguros en América Latina también parecería inevitable.*

Durante más de una década, las aseguradoras chinas han apoyado el desarrollo de proyectos de la Iniciativa de la Franja y la Ruta (BRI, por sus siglas en inglés) en América Latina, con la aseguradora estatal Sinosure entre las primeras en asegurar los principales proyectos de infraestructura chinos y exportaciones a América Latina. Si bien las empresas chinas siguen enfocadas en respaldar el BRI en la región de LATAM, hay indicios tempranos de un creciente interés en los mercados de seguros de vida y otros, ya que los gigantes de seguros de China han comenzado a apreciar la oportunidad de mercado.

En 2007, China Life comenzó a brindar servicios comerciales de seguros a empresas en América Latina ya turistas chinos que visitan América Latina. Otros, incluida People's Insurance Company of China (PICC), comenzaron a asegurar a los empleados de empresas chinas, y China Reinsurance Corporation (China Re) reaseguró los riesgos cedidos por las aseguradoras de LATAM.

En los últimos años, ha aumentado el apetito de inversión en seguros de China en América Latina. La aseguradora portuguesa Fidelidade Mundial, de propiedad mayoritaria de la firma tecnológica china Fosun International, anunció que vendería seguros en Chile a través de una serie de acuerdos de sociedad. En 2019, la unidad peruana de Fidelidade Mundial, FID Perú, adquirió una participación del 51% en La Positiva Seguros y Reaseguros de Perú, que ofrece seguros de salud,

accidentes, hogar y vehículos obligatorios; y una participación aproximada de 24% en la boliviana Alianza Compañía de Seguros y Reaseguros. Fosun International también compró las operaciones en Brasil de Caixa Seguros, el grupo asegurador más grande de Portugal.

El mercado latinoamericano de seguros también podría resultar atractivo para Ping An, un conglomerado chino de servicios financieros, ya que el interés en las pólizas de vida a largo plazo de la compañía disminuye entre los consumidores chinos de edad avanzada. La fuerte inversión de Ping An en tecnología y competitividad global debería facilitar su entrada en el mercado de seguros de vida.

Sin embargo, el interés de China en expandirse a los mercados de seguros en el extranjero podría verse afectado por un enfoque creciente en el desarrollo del mercado interno y una aparente creciente sensibilidad al riesgo entre los gigantes financieros de China. En este sentido, la Comisión Reguladora de Banca y Seguros de China emitió recientemente regulaciones que mejoran la supervisión y regulan las inversiones de las aseguradoras chinas para garantizar la solvencia y minimizar el riesgo sistémico. Sin embargo, las políticas de China y el Plan Quinquenal más reciente (2021-2025) promueven un enfoque continuo no solo en "atraer" (es decir, atraer) capital extranjero en la industria de seguros de China, sino también en "salir" (es decir, invertir en el extranjero). ).



También es evidente en China un enfoque creciente en proporcionar análisis de riesgo para las empresas chinas que operan en América Latina y otras regiones. La Alianza de Cooperación Internacional Jiangtai, un intermediario de seguros chino, ha brindado servicios de rescate y análisis de riesgos para empresas en más de 170 países. El presidente de Jiangtai, Shen Kaitao, señaló en una conferencia de junio de 2021, “[d]onde donde vayan las empresas de inversión extranjera, se extenderán los servicios de control y prevención de riesgos”.

Más allá de la gestión de riesgos de infraestructura, la expansión de las aseguradoras chinas en las líneas de seguros generales, de vida, de salud y otras líneas de seguros en América Latina también parecería inevitable. La industria de seguros de vida en América Latina estaba funcionando bien incluso antes de Covid-19, habiendo crecido un 5,1% en 2019, impulsada por tasas de interés favorables. En 2019, las primas de seguros totales en América Latina y el Caribe ascendieron a US\$153.050 millones, de los

cuales el 54% provino de seguros de no vida y el 46% restante de seguros de vida. De hecho, en medio de la pandemia y las incertidumbres relacionadas, el interés en los seguros de vida y otros productos de protección ha aumentado entre los consumidores latinoamericanos.

A medida que las aseguradoras chinas continúan “saliendo”, los productos de vida y no vida sin duda ocuparán un lugar más destacado en sus ofertas en el extranjero. Estos desarrollos suenan como una nota de advertencia para las compañías de seguros de EE. UU. que buscan competir en la región y, al mismo tiempo, presagian una oportunidad.

*Publicado originalmente en Business Law Today de la Sección de Derecho Comercial de ABA.*

*Fuente: buenafuente.com*

**LBC** AUTO  
PERSONAS & PYMES

**PAGA SOLO  
POR LO QUE  
RECORRES**



**5000Km**

**PLAN X KILOMETRAJE**

Un seguro ideal para los que manejan menos

800-10-2727  
www.lbc.bo

f/LaBolivianaCiacruz

**LBC** 75 ANOS | Haciendo historia  
SEGUROS

**APS**

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

## 7 claves para crear una marca personal y destacarse en el trabajo



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

*Crear un perfil profesional distintivo y orientar la carrera paso a paso, son componentes indispensables para sobresalir en las organizaciones.*

Según un estudio de la Northeastern University, el 85% de las decisiones de contratación están influenciadas por las marcas personales de los candidatos. ¿Qué es una marca personal? El sello que nos identifica más allá del lugar en el que trabajamos. Muchos de nosotros posiblemente recordemos una famosa publicidad de la década del '90 que decía: "Un buen nombre es lo más valioso que uno puede tener". De eso se trata, precisamente, una marca personal.

Es muy habitual ver que las personas adopten, como si fuera el apellido de casados, el nombre de las empresas para las que trabajan. "Soy Patricia, de ...", "Maximiliano, de ...". Cuanto más

reconocida es la firma, y sin importar el rubro, mayor es la probabilidad de que la persona acepte, e incluso promueva, fundir su identidad.

Esta actitud no sólo es poco productiva mientras se trabaja en ese lugar (la identificación tan fuerte disminuye la innovación, sesga las decisiones, restringe el networking, entre otras consecuencias negativas), sino que implica un riesgo enorme al momento de buscar nuevos horizontes. Cuando se pierde o se deja voluntariamente ese trabajo, la propia identidad también se pone en crisis. ¿Quién soy fuera de la compañía?

Hace 25 años Tom Peters publicó el artículo *The brand called you* (La marca llamada vos) en la revista *Fast Company*, en el que propuso revisar nuestros paradigmas y aplicar los conceptos

del marketing a nosotros mismos. Ser nuestra propia marca: Yo S.A.

Todos sabemos que las marcas generan un plus, una promesa que se reconoce rápidamente y por la que en muchos casos se está dispuesto a pagar más. Así como preferimos determinadas marcas de alimentos, de productos tecnológicos, de ropa, de vehículos o de combustible, esa inclinación a preferir y elegir también está presente en el mercado de trabajo. Como profesionales podemos ser uno más, un commodity o una "marca blanca" o podemos ser especiales y ser reconocidos por nuestro "toque distintivo".

Sin embargo, nada es automático ni de un día para otro. Una marca personal se construye a través del tiempo, en cada acto o intervención. Por otro lado, si bien lleva años de trayectoria darle forma, puede desplomarse de un momento a otro. Hay casos muy famosos de destrucción de marcas por manejos irresponsables o poco éticos. Por eso es necesario tener una perspectiva muy clara para fortalecerla y, a la vez, estar atentos para no impactar negativamente.

Concretamente, ¿qué es la marca personal? La expectativa que creamos en los demás. Eso que el otro asocia, piensa, imagina cuando escucha nuestro nombre. Es, de algún modo, nuestra tarjeta de presentación. Nos resulta útil cuando buscamos una nueva posición dentro de una empresa o un trabajo nuevo; cuando ofrecemos un servicio o cuando exploramos potenciales clientes tanto dentro de una relación laboral fija como en una actividad independiente.

En un mercado profesional cada vez más competitivo, la marca personal nos permite diferenciarnos y aumentar nuestras posibilidades de éxito. Si bien es algo intangible, sintetiza atributos que se plasman en el día a día y ayuda a generar resultados concretos.

Un error común es desconocer nuestra propia marca o creer que no existe. Como afirma uno de los referentes en el tema, Andy Stalman, hay sólo dos opciones: hacer mal branding o hacer

buen branding. Si no estás haciendo nada por tu marca personal, entonces estás haciendo mal branding y corriendo el riesgo de que otros hagan el trabajo de gestionar tu nombre.

### ***¿Cuáles son los pasos en la construcción y desarrollo de la marca personal?***

1. Definir el propósito. Es decir, para qué estamos, cuál es nuestra razón de ser, cuál es nuestra aspiración. Qué queremos ser y cómo nos gustaría ser reconocidos.
2. Detectar en qué somos diferentes, cuál es nuestro valor agregado especial, qué beneficio diferencial tenemos para brindarles a los otros.
3. Resaltar las fortalezas, construir confianza y transmitir claramente los atributos distintivos que nos diferencian.
4. No perder el foco y saber a qué tenemos que decirle que no para poder decir que sí a lo que realmente es importante para nuestra trayectoria.
5. Definir y afirmarnos en nuestros principios rectores, nuestros valores. Saber qué límites no estamos dispuestos a cruzar.
6. Entender a quién le queremos comunicar, quién es nuestra audiencia objetivo.
7. Chequear cómo somos percibidos por los demás, preguntarle a personas de confianza qué opinión tienen de nosotros, por qué factores nos identifican más nítidamente.

Además de todo esto, puede ser útil desarrollar un "elevator pitch" (discurso de ascensor). Es decir, una síntesis de pocos segundos en la que podemos integrar las ideas para transmitir de manera contundente nuestro mensaje en el tiempo que dura un viaje de ascensor.

La consistencia en el tiempo es otro de los elementos centrales a considerar. Es importante ser fiel a uno mismo y, más allá de los cambios naturales del tiempo, mostrar coherencia. La perseverancia y la persistencia nos permitirán trascender, nos habilitarán el paso de un destello fugaz a brillo perdurable en nuestro nombre.



Por otro lado, hay que tener presente que todo comunica y que lo que no se comunica no se conoce y, a partir de esa máxima, definir mediante qué canales y cómo queremos llegarle a los otros. Nuestra presencia en las redes debe estar alineada con nuestros objetivos y debe transmitir una imagen coherente con eso que queremos que los otros sepan de nosotros.

Asimismo, es necesario cuidar la “huella digital” que vamos dejando y evitar que algo comunicado hoy pueda afectar negativamente mañana. La comunicación por medios digitales y la transmisión de boca en boca se potencian. Nuestra reputación es la sumatoria de todo ello.

Muchos hablan de la necesidad del “storytelling” (narrar una historia), pero cuando hablamos de marcas personales el desafío es mucho más complejo. Se debe pasar al “storydoing” (hacer la historia), para profundizar en el “story living” (vivir la historia). Pero, fundamentalmente, se trata del “story being”: de ser la historia. La marca la llevamos en nosotros y se demuestra en cada momento de verdad.

Como señala Goldie Chan, una especialista en el tema, desarrollar una marca personal es mucho

más que construir un negocio. De hecho, no se trata de una idea mercantilista sino, por el contrario, es una idea bien humanista. Se trata de poner en valor nuestra unicidad, ese diferencial que hay en cada uno de nosotros.

A medida que vamos desplegando nuestra mejor versión, la marca nos debe ir acompañando, creciendo y fortaleciéndose junto a nosotros; potenciándose. Sabemos que vamos en el sentido correcto cuando en vez de recibirnos con un “¿quién sos?”, nos dicen: “Gracias por estar acá”. Como profesionales, un buen nombre es lo más valioso que podemos tener y la marca es la manera de transmitirlo y honrarlo en el día a día.



*Alejandro Melamed es Doctor en Ciencias Económicas (UBA), speaker internacional y consultor disruptivo. Autor de varios libros, entre ellos Tiempos para valientes (2020), Diseña tu cambio (2019) y El futuro del trabajo y el trabajo del futuro (2017)*



# RESILIENCIA: El lado brillante de la adversidad



*Por: Carlos Escario  
Ejecutivo en Organizaciones Globales, Consultor de Alta Dirección, Profesor de Escuelas de Negocio, Coach Ejecutivo & Speaker  
Consultores Experto de Génesis Latam Consulting*

Si admitimos que las palabras tienen una carga emocional, la adversidad es una de las que el componente afectivo es negativo, incómodo. La manera en que experimentamos y nos superamos ante la adversidad es lo que llamamos resiliencia. Entrenar y reforzar la resiliencia de los individuos y equipos debe formar parte de las herramientas de combate en las organizaciones.

## **5 ELEMENTOS PARA FORTALECER NUESTROS EQUIPOS**

**Cinco son los elementos que facilitan que un equipo sea más resiliente, más resistente y más inteligente a la hora de utilizar la adversidad** para que las circunstancias y experiencias no previstas y desagradables de la vida se transformen en propulsores de cola en lugar de viento de cara.

1. El primero es el sentimiento de autoeficacia, la creencia de que yo puedo/nosotros podemos; que, independientemente de la circunstancias, tengo la capacidad de hacer algo sobre ellas. El proceso de evaluación del ser humano tiende a enfocarse primariamente en detectar las amenazas y riesgos en cada situación. Gobernados por un cerebro construido para defendernos y sobrevivir, para ser nuestra salvaguarda frente a amenazas, tenemos finamente desarrollado el sentido de encontrar qué está mal, qué no funciona, qué puede fallar. Y casi instintivamente nos ponemos a trabajar en acciones de reparación, de protección. Habitualmente valoramos las situaciones peor de lo que realmente son. Una aproximación a gobernar el “yo puedo” está en, conscientemente, modificar esta secuencia. El primer paso sería ver la situación como es y no peor de lo que es. El siguiente paso no es la acción; es ver la

situación – con el uso de la imaginación – mejor de lo que es ahora. Es a después de este paso cuando entra la acción: construirlo como lo veo. Paradójicamente, en el proceso de hacerlo como lo veo normalmente incluimos como acciones, que no como problemas, los elementos de riesgo y carencia pero con un espíritu posibilista más vivo.

2. El segundo elemento es el autoconocimiento, el tener consciencia de las fortalezas y debilidades personales. Conocerse a sí mismo y reconocer que todos los seres humanos estamos equipados de dones que nos hacen únicos y poderosos, y también que hay áreas en las que sólo con esfuerzo y sacrificio supremo podemos estar a la altura de la suficiencia. Hay diversas escuelas, pero nos sentimos mejor conectados con las que sugieren que las fortalezas son nuestra ventaja competitiva y que, si concentramos el esfuerzo en mejorar áreas para las que la vida no nos ha adornado de una manera natural, estamos condenados a una vida de mediocre, con un esfuerzo supremo y una sensación de recompensa relativamente pobre.

3. Ahora, la pregunta que surge es: si no somos igual de eficaces en todas las circunstancias que la vida tiene preparadas para nosotros, ¿cómo hacemos para navegar en situaciones en la que tenemos que apelar a un flanco desprotegido, en el que no estamos dotados para ser medalla de oro?. Aquí entra la tercera de las dimensiones que nos hacen más resilientes, las conexiones afectivas. El equipo en las organizaciones, la familia y amigos en la vida personal son el regalo y recurso que nos propone la naturaleza para completarnos. A conexiones afectivas más ricas y sanas, mayor es nuestra capacidad de abrazar la adversidad y utilizarla como viento de popa.

4. El pensamiento positivo es el cuarto de los puntos de apoyo. Explicar el pensamiento positivo, de abundancia, de posibilidad, de crecimiento, necesitaría un espacio que excede el propósito sintético de este documento. Cuando

nos enfrentamos a problemas adoptamos varias posturas. Algunas son empobrecedoras, como puede ser ignorarlos: con gran probabilidad reaparecerán con mayor virulencia. Otra es quejarnos. Una tercera es justificarnos; es el mecanismo de defensa para desdibujar la sensación de empequeñecimiento, de no estar a la altura. Otra opción es culpar a algo, alguien o incluso a nosotros mismos. Cualquiera de estas cuatro alternativas reduce o pospone la acción de enfrentarnos al problema. Una perspectiva más enriquecedora es identificar la adversidad y los problemas como el mecanismo natural que nos propone la vida para invitarnos a crecer. Son nuestros vehículos de crecimiento. Si en lugar de poner nuestro enfoque en ignorar o aliviar la intensidad del problema ponemos el centro de gravedad en conocer la parte de nosotros que tiene que desarrollarse, que crecer, entonces los problemas son un regalo de la vida. Son el estímulo que la naturaleza nos propone para desarrollarnos. Es la señal vital que nos pone en la dirección del crecimiento.

5. La última de las distinciones y un transformador de la adversidad en combustible vital es el sentimiento de me quiero, me gusto, me valoro, estoy satisfecho con mi vida. Una aproximación a apreciar la autoestima es el propósito, el conectar con tu sentido de misión. Tomar conciencia de cuál es tu llamada a la vida. Conocer por qué el mundo es mejor porque tú existes. De la respuesta a estas preguntas emerge habitualmente un significado profundo que apela a tu necesidad y responsabilidad de servir a otros, de contribuir con tu propio crecimiento al progreso social y al de tu organización.

Como el sufrimiento físico que sentimos cuando crecemos rápido en la adolescencia, la adversidad, y la resiliencia como la capacidad de capitalizarla en ventaja personal organizativa, es un síntoma de salud, no de enfermedad. Puede resultar incómoda, en ocasiones dolorosa, pero es una llamada a un tú más grande que está listo para crecer.



# PROGRAMA INTERNACIONAL EN SEGUROS



CON  
CERTIFICACIÓN  
UNIVERSITARIA



FORMACIÓN  
ONLINE  
SINCRÓNICA

**¡INFÓRMATE!**  
[info@genesisconsulting.es](mailto:info@genesisconsulting.es)  
[www.genesisconsulting.es](http://www.genesisconsulting.es)

# Gastos hormiga dañan tus finanzas, ¿cómo evitarlos?





Todos, absolutamente todos afrontamos distintos retos en nuestras finanzas personales, específicamente en el control de los gastos.

Entre los gastos que aplicamos diariamente existen algunos que son básicos, tal como los alimentos, el transporte o hasta nuestro pequeño ahorro. Sin embargo, existen una categoría que es muy peligrosa para el bolsillo, nos referimos a los gastos hormiga.

Los gastos hormiga son pequeñas salidas de dinero que aplicamos de manera recurrente e inconsciente, sin embargo, al sumarlos podrían representar una fuerte cantidad de recursos.

¿Cuáles son los gastos hormiga?

Este tipo de gastos pueden ser desde un chicle, un chocolate, un café o una soda, la propina en un restaurante, el periódico, una boleada de zapatos, etc.

Lo más terrible es que los gastos pequeños se pueden convertir en un problema mayúsculo, debido a que al ser acumulados a largo plazo implican una fuerte suma de dinero.

Por increíble que parezca, esta suma de dinero en muchas ocasiones puede ser utilizada de manera más inteligente. Desde una alcancía que sirva para liquidar una deuda o para realizar algún otro tipo de gasto con mayor utilidad.

Nos referimos a una salida, ya sea al cine, a comer o incluso un viaje. Hasta podría representar una suma de ahorro que se podría utilizar para adquirir un bien durable, tal como

un automóvil o una motocicleta.

¿Cómo puedo eliminar los gastos hormiga? Para corregir tus finanzas personales, primero es fundamental identificar cuáles son tus propios gastos hormiga.

La manera más sencilla es mediante un registro detallado acerca de tus gastos, esto lo puedes hacer desde un papel y lápiz, utilizar las notas de tu smartphone o incluso facilitararlo con el apoyo de alguna aplicación móvil.

Otra manera muy efectiva para evitar los gastos hormiga es evitar el dinero en efectivo, específicamente el cambio, debido a que al cargar las monedas o billetes de baja denominación será más sencillo gastarlos incluso sin darte cuenta. En la mayoría de los casos, utilizar los pagos con tarjeta podría ser muy útil.

También es muy importante tener planificados nuestros gastos, es decir aplicar restricciones a la suma de dinero que puedes utilizar en un día. Quizá podrían existir algunas ocasiones especiales en las que tu billetera pueda gastar un poco más, pero no superar tus recursos disponibles.

Ahora si, ya que conoces realmente los gastos hormiga, ha llegado el momento de comenzar a aplicar una técnica efectiva. La estabilidad en tus finanzas personales te lo agradecerán

*Fuente: dineroimagen.com*

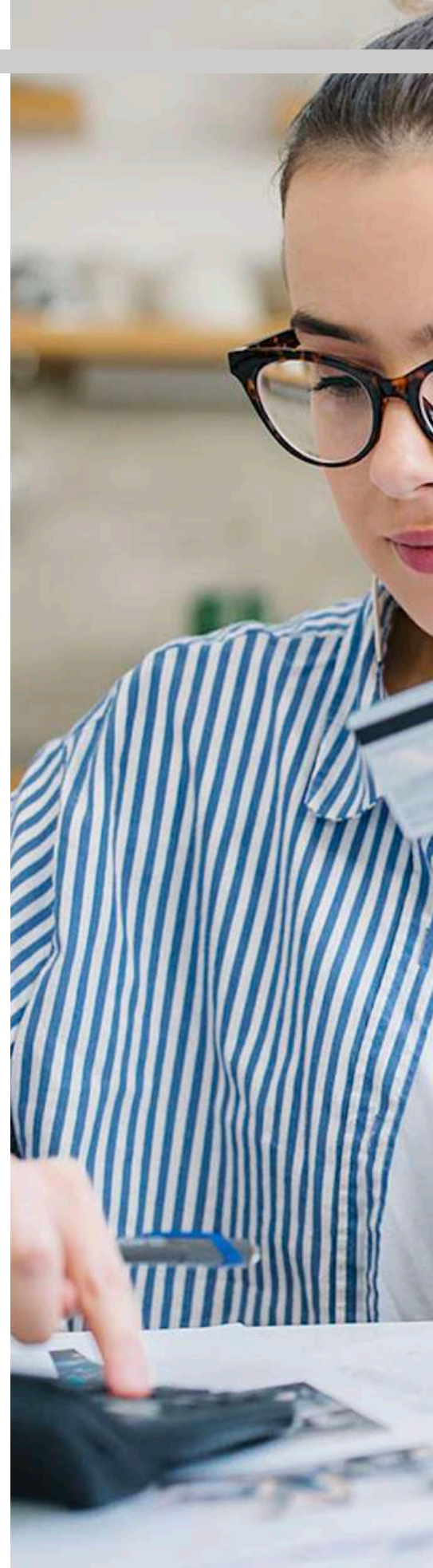


# ¿Son mejores los 'centennials' en las finanzas?

**E**standarizar un patrón de comportamiento de las diferentes generaciones de seres humanos podría resultar equivocado; sin embargo, es innegable que cada una ha vivido circunstancias especiales por las condiciones económicas, políticas, sociales y tecnológicas de su época.

En cuanto a los centennials, hay quienes afirman que son los nacidos a partir de 1995, mientras otros apuntan el origen en el 2000. En cualquier caso, los más viejos rondan entre 22 y 27 años e implica que están incorporándose a la vida productiva y, por tanto, a las decisiones financieras como el destino del gasto, el ahorro, el crédito, la inversión o la prevención.

Sencillo, si nunca escuchaste el ruido que hacía el módem al conectarse con la línea telefónica, en definitiva estás fuera de la posibilidad de ser millennial. Los también denominados generación Z serían los primeros en desconocer el mundo analógico y no han participado en la vida sin internet y redes sociales, lo cual podría darles una mayor capacidad de adaptación al vertiginoso avance tecnológico.





El riesgo es que las redes sociales y la tendencia a 'googlear' los conduzca a la superficialidad y dejen de intentar entender a profundidad cómo funcionan los instrumentos.



Hay indicios de que podrían estar tomando las decisiones con más información porque están acostumbrados a la consulta y las adquisiciones a través de los dispositivos móviles; sobre todo, son susceptibles a las reseñas que surgen de determinadas alternativas en los mercados, ya sea productos financieros o artículos específicos. Dichas valoraciones podrían hacer la diferencia, al grado de dejar de comprar si no se encuentran suficientes comentarios en las redes.

Están entrando al entorno laboral con una pandemia que no acaba de terminar, en medio de elevada competitividad, con interacciones globales demandantes y marcada migración. Enfrentarán un margen más reducido que otras generaciones y por tanto deberán ser analíticos con sus resoluciones.

El riesgo es que las redes sociales y la tendencia

a googlear los conduzca a la superficialidad y dejen de ir al entendimiento completo de cómo funcionan los instrumentos. Por desgracia, existen influencers con gran capacidad de comunicación y empatía, pero propagan visiones erróneas de las finanzas. La popularidad no significa estar en lo correcto.

La facilidad con la cual se llevan a cabo transacciones, se hace trading en los mercados o se toma un crédito tiene una enorme comodidad, pero también puede provocar equivocaciones rápidas y desastrosas para la administración personal.

*Por: Alberto Tovar, Economista, especializado en negocios y finanzas personales; certificado como coach de vida y equipos*

*Fuente: elfinanciero.com.mx*





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



# Cinco consideraciones esenciales que debe hacer antes de invertir en nueva tecnología

Al hacer las preguntas correctas antes de actualizar su tecnología, creará un sistema de soporte digital que ayudará a su negocio a salir adelante.

Antes de elegir la tecnología que cree que se adaptará bien a su empresa, es fundamental reconocer que una computadora móvil o una impresora son solo una “solución” si no crean más trabajo para su equipo. En muchos casos, los dueños de negocios y los compradores de TI no se toman el tiempo para considerar cómo deben funcionar sus dispositivos antes de comprarlos. A su vez, experimentan desafíos a largo plazo en el futuro que conducen a más ineficiencias, confusión y costos.

Recuerda, estás en una fase de descubrimiento. Estás abriendo una puerta que puede resultar en una gran mejora para tus operaciones. Sin embargo, es fundamental establecer una base que sea lo suficientemente sólida para respaldar su negocio en crecimiento, y su infraestructura tecnológica, a largo plazo.

Antes de comprar cualquier dispositivo, tenga en cuenta estos puntos.



## 1. Flujos de trabajo existentes

Su flujo de trabajo es el combustible que mantiene todas las piezas móviles de su empresa funcionando como una máquina bien engrasada. Por eso es importante considerar cuánto está dispuesto a adaptar sus flujos de trabajo existentes para encajar en el molde de las nuevas tecnologías. ¿Se tendrán que reconfigurar los flujos de trabajo con la implementación de estos nuevos dispositivos, o se puede integrar el nuevo hardware y software sin muchos cambios? Si se necesitan cambios, ¿tiene el tiempo, la energía, el dinero y los recursos disponibles para adaptarse en consecuencia?

Las herramientas que crean la menor cantidad de alteraciones en su flujo de trabajo existente pueden ser el punto de partida ideal. La implementación de tecnologías que hagan una transición fluida de su personal de dispositivos antiguos (o sin dispositivos) a dispositivos modernos con interfaces familiares y fáciles de usar le ahorrará tiempo a su equipo y muchas molestias.

## 2. La experiencia del usuario

Si los dispositivos no ayudan a los empleados, sus soluciones de movilidad solo causarán más frustración a largo plazo. Sus empleados quieren sentirse bien respaldados por los dispositivos sin preocuparse por la interferencia con sus tareas diarias. ¿Cómo afectará esta pieza de tecnología la experiencia laboral del empleado mientras la usa? ¿Es práctico para el usuario? ¿Es ponible? ¿Podría interferir con la comodidad de un empleado si, por ejemplo, tiene manos pequeñas? ¿Es económico para usted, personalmente, y su negocio? ¿El sistema es intuitivo o tomará un tiempo capacitar al personal e incorporar al nuevo personal? Estas son las preguntas clave que deberían influir en las decisiones sobre

su dispositivo. La comodidad y la practicidad duradera no siempre están en la parte superior de las listas de compras tecnológicas de las personas, pero son tan importantes como tener un escáner de calidad que haga el trabajo.

### **3. La flexibilidad y seguridad de los diferentes sistemas operativos (SO)**

Busque un sistema operativo creado pensando en un usuario comercial. Necesitará flexibilidad en la forma en que puede administrar sus soluciones móviles y de impresión, y probablemente querrá ayuda para monitorear y enviar actualizaciones de seguridad y mantenimiento.

Como empresa más pequeña, es posible que no vea la necesidad de dispositivos móviles que ejecuten versiones del sistema operativo Android de nivel empresarial o impresoras empresariales con plataformas de sistema operativo especializadas. Sin embargo, usted tiene los mismos requisitos de privacidad y seguridad de datos que cualquier otra empresa, y sus clientes confían en usted para entregarlos a tiempo, al igual que sus competidores más grandes. Por lo tanto, debe nivelar el campo de juego e incluso darse una ventaja cuando se trata de administración y seguridad de dispositivos. Si opta por dispositivos de nivel empresarial, podrá configurar fácilmente sus dispositivos en su propio marco de tiempo, agregar o escalar nuevas aplicaciones e incluso brindar soporte remoto a los empleados que pueden estar haciendo entregas cuando informan problemas con los dispositivos. Tienen muchas herramientas de administración de dispositivos de autoservicio incorporadas, herramientas que también facilitan la aplicación de parches y actualizaciones de seguridad y protegen tanto los dispositivos

como los datos. Además, están diseñados para durar años y crecer con su negocio.

No desea tener que obtener nuevos dispositivos cada uno o dos años, ya que se necesitan nuevas aplicaciones o se requiere una actualización del sistema operativo. Incluso si debe gastar un poco más de dinero por adelantado para obtener un dispositivo de nivel empresarial, ahorrará mucho dinero durante cinco años, principalmente porque sus dispositivos durarán ese tiempo, sin importar cuántas veces necesite actualizar el sistema operativo o software de flujo de trabajo.

### **4. Conectividad y visibilidad**

Considere cómo sus sistemas back-end se sincronizan o se conectan con los dispositivos “de borde” que se usan dentro y fuera de sus cuatro paredes. ¿Pueden los trabajadores en tiendas, almacenes o en el campo establecer conexiones confiables en tiempo real con las personas y los datos que necesitan para completar tareas o ayudar a los clientes? La comunicación siempre debe estar a la vanguardia de las operaciones. Si las señales se cruzan y la información se pierde, no estará satisfecho con su nueva tecnología. Debe asegurarse de que los dispositivos que le da a su equipo les brinden una visibilidad comercial completa y los mantengan sincronizados entre sí, socios y clientes. Busque tecnologías con las siguientes capacidades de conectividad para garantizar comunicaciones efectivas:

En interiores: querrás una red Wi-Fi segura. Solo asegúrese de que el rendimiento de Wi-Fi de cada dispositivo se haya optimizado para voz sobre IP (VoIP) y tenga un cliente de VoIP para habilitar pulsar para hablar (PTT) y llamadas de voz sobre Wi-Fi.



Exteriores: necesitará dispositivos con conectividad celular 4G/5G que admitan un cliente de voz PTT para exteriores. Además, confirme que el dispositivo tiene las mejores funciones de audio de su clase, como algoritmos de cancelación de ruido, varios micrófonos y un altavoz frontal potente.

¿Está moviendo artículos alrededor de una tienda o espacio de almacén? Varias tecnologías valiosas de seguimiento y rastreo pueden reflejar de manera precisa y automática esos cambios en los sistemas de back-end para que el personal, los socios y los clientes tengan visibilidad del estado actual del inventario o los pedidos. Por ejemplo, los trineos portátiles RFID se pueden conectar a las computadoras móviles para ayudar a los asociados a ubicar o dar cuenta de los artículos rápidamente.

### 5. Valor a largo plazo

No podrá aprovechar mucho sus nuevos dispositivos si se rompen la primera vez que se caen, no se pueden usar bajo la lluvia o no serán compatibles con futuras redes inalámbricas. Encuentre soluciones que se construyen con el propósito de su negocio. ¿Los dispositivos que le interesan son adecuados para el entorno en el que se utilizarán? ¿Serán capaces de ejecutar los tipos de aplicaciones que necesita en el futuro? ¿Sincronizar con redes y sistemas de información?

Existen diferentes dispositivos diseñados para necesidades operativas específicas. Si su lugar de trabajo va a generar un gran impacto físico en los dispositivos portátiles, impresoras o escáneres, necesitará una tecnología de diseño resistente que pueda sobrevivir a los peligros diarios que enfrentarán a lo largo de los años. También deberá poder agregar funciones o

desbloquear ciertas funciones a medida que evolucionan los flujos de trabajo. Una inversión de calidad está destinada a durar y rendir a la altura de los estándares de su negocio.

Al hacer las preguntas correctas antes de actualizar su tecnología, usted, sus empleados y sus clientes estarán felices gracias a su liderazgo reflexivo. Por mucho que disfruto ver a las empresas saltar a su primera gran actualización tecnológica con dos pies, nunca es divertido ver todos los desafíos que conlleva moverse demasiado rápido. Es importante hacer una pausa para considerar el verdadero propósito detrás de cada decisión tecnológica. Descubra el papel que debe desempeñar su inversión en movilidad y sepa que, al prestar atención a los detalles, el tiempo y el dinero que gaste hoy se verán recompensados de forma duradera e impactante.

Fuente: *gestion.pe*



# Ejecución presupuestaria



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

Una vez aprobado el Presupuesto General del Estado 2022 (PGE) anual vigente a partir del 1 de enero hasta el 31 de diciembre del año en curso, comienza la tercera etapa del proceso presupuestario que es la “Ejecución Presupuestaria” en todas las entidades públicas de ámbito nacional y subnacional, utilizando sus presupuestos institucionales conformado por los diferentes programas y proyectos a nivel de sus recursos por rubros, gastos fiscales por partidas, organismo financiador y fuente de financiamiento.

Para el Órgano Ejecutivo la función principal del PGE es utilizar como un instrumento de la política económica del gobierno acoplados a los objetivos de desarrollo de un Plan de Desarrollo Económico y Social, que se realiza mediante la tercera fase del proceso presupuestario que es la “Ejecución Presupuestaria (EP)”.

Hay trabajos previos a realizar antes de proceder a la “Ejecución Presupuestaria” por parte de las entidades públicas incluida el órgano rector de la política fiscal. Una de las tareas es elaborar la “Programación de

la Ejecución Presupuestaria (PEP)”, es un análisis detallado de las cifras anuales de los programas y proyectos considerando la frecuencia del flujo de los recursos públicos, gastos fiscales, organismo financiador y fuente de financiamiento en período mensual.

Una vez elaborado una “Programación de la Ejecución Presupuestaria” que es una mensualización en doce meses de los ingresos, gastos y financiamiento del PGE anual que realiza el Tesoro General de Nación y cada una de las instituciones públicas. Simultáneamente se construye un flujo de caja base efectivo disponible para otorgar las cuotas de desembolsos destinados al pago de los acreedores de las instituciones públicas solicitantes.

En un contexto interno de desequilibrio fiscal, las necesidades de gasto público y contar con la disponibilidad de su pago oportunamente son inmensas frente a los limitados recursos públicos en efectivo disponible, que además esta situación se profundiza porque después de casi una década de recursos públicos abundantes (2006-2013), se retornó a una

situación de recursos públicos escasos (2014-2022) manteniendo los niveles de gasto público y adicionalmente otros desde el 2020 para enfrentar la pandemia del COVID-19. En este sentido, el control del gasto público es de vital importancia, así como también el flujo de caja de ingreso público (efectivo disponible), para realizar la “Ejecución Presupuestaria”

Es complicado encontrar una medida de política económica desvinculada de una Ejecución Presupuestaria 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”<sup>1</sup>, 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.”<sup>2</sup>

Toda política económica se plasma en la Ejecución Presupuestaria y en diversas circunstancias se asume decisiones difíciles, sin datos o con poca información, el tiempo en contra y una población descontenta exigiendo soluciones inmediatas. 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 y si no hay, como lograrán que llegue oportunamente la solución a sus ciudadanos.

De todas, la política fiscal es la más política de las políticas macroeconómicas<sup>3</sup>. Involucra la capacidad de disciplinarse ante necesidades múltiples y numerosos beneficiarios y grupos de interés frente a recursos públicos limitados.

Solo con muy buenas instituciones y reglas del juego transparentes la política fiscal se convierte en un instrumento de política macroeconómica.

### ***¿Cómo se resuelve la diferencia entre necesidades de gasto y la disponibilidad del flujo de caja?***

El Ministerio de Economía y Finanzas Públicas como órgano rector de la política fiscal racionaliza y resuelve el problema de la diferencia entre las Necesidades de Gasto (NG) y la Disponibilidad de Liquidez (DL) mediante la otorgación de Cuotas de Desembolsos (CD) a todas las instituciones del sector público.

Contar en términos de flujo de caja mensual las cifras del presupuesto anual permite al TGN controlar eficazmente sus ingresos, gastos y financiamiento destinados a los programas y proyectos de gasto con sus respectivos financiamientos de todas las instituciones del sector público.

Ex post el control constitucional del gasto del Estado es realizado por la Asamblea Legislativa Plurinacional.

El Órgano Ejecutivo utiliza el Presupuesto General del Estado como un instrumento de la política económica del gobierno durante su gestión y tiene la responsabilidad de una “Ejecución Presupuestaria” con eficacia, eficiencia, economía y efectividad todas las actividades destinadas a la oferta de bienes y servicios públicos para satisfacer la demanda de la sociedad.

Todo lo mencionado anteriormente corresponde a la administración presupuestaria respecto a la ejecución presupuestaria que tiene varias etapas y tiempos, que se cumplen oportunamente si y sólo si, existen los recursos públicos disponibles para atender



la demanda de pagos, hay institucionalidad, nula o baja movilidad del servidor público competente, normalidad en las actividades de las entidades públicas y privadas, y las solicitudes de desembolsos fueron elaborados correctamente y atendidas según normas y procedimientos administrativos. En caso contrario habría demoras en atender y afectaría en cadena todo el sistema de pagos del flujo circular de la economía y por tanto en el resultado del crecimiento económico del país. Por lo tanto, toda la parte operativa de la maquinaria del Estado funciona sin contratiempos si los servidores públicos realizan sus actividades en forma eficiente y alta productividad contribuyendo de esta manera en el bienestar económico de la sociedad.

### **¿Aprobadas las políticas económicas, inmediatamente son aplicadas?**

En términos generales la respuesta es no debido a que se verifica si tiene impacto fiscal y hay recursos públicos para financiar. Por otra parte, si se aprueba las políticas económicas mediante una ley se necesita un Decreto Supremo Reglamentario, si es mediante un Decreto Supremo se requiere reglamentar mediante una Resolución Suprema o Ministerial. En cada una de las situaciones indicadas toma su tiempo de preparación y consensuar a nivel del gabinete ministerial y en algunas situaciones con la sociedad civil, que todo el proceso dura aproximadamente entre 30 a 120 días para tener la reglamentación que permite comenzar la ejecución presupuestaria.

### **¿Ahora se procede inmediatamente en la Ejecución Presupuestaria la nueva política económica?**

A nivel del jefe del Estado y su gabinete es inmediato, y publicada la nueva norma en la Gaceta Oficial las nuevas directrices de política económica sobre "Ejecución Presupuestaria",

entonces comienza la difusión y su utilización al interior de cada institución pública siguiendo un proceso descendente desde la Máxima Autoridad Ejecutiva (MAE) hasta el último nivel jerárquico que reciben las instrucciones respectivas, sin embargo, también toma tiempo internalizar toda la parte de protocolos administrativos que se tienen que realizar para poner en funcionamiento las políticas económicas sobre Ejecución Presupuestaria de los ingresos públicos, gasto público (corriente e inversión) y financiamiento, por parte de los servidores públicos operativos que son quienes trabajan directamente en el funcionamiento del Sistema de Administración y Controles Gubernamentales (SAFCO).

Por todo lo mencionado anteriormente, podemos concluir que el diseño, discusión, consenso y aprobación de políticas económicas que serán activadas mediante la "Ejecución Presupuestaria" comience su implantación demoraría aproximadamente entre un mes a cuatro meses, si todos los protocolos administrativos sean realizados de forma eficiente.

Es recomendable que desde el diseño, consenso y aprobación de una política económica sea realizada al principio de una gestión gubernamental, para lograr alcanzar los objetivos y metas destinadas a mejorar el bienestar económico de toda la sociedad.

#### *Referencias:*

1. *Economía de la competencia imperfecta.* Joan Robinson 1973, Ediciones Martínez Roca, S.A.
2. *Economía Política del Peronismo.* Juan Carlos de Pablo 1980, El CID Editor
3. *"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.

*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





## RealMe GT 2 Pro

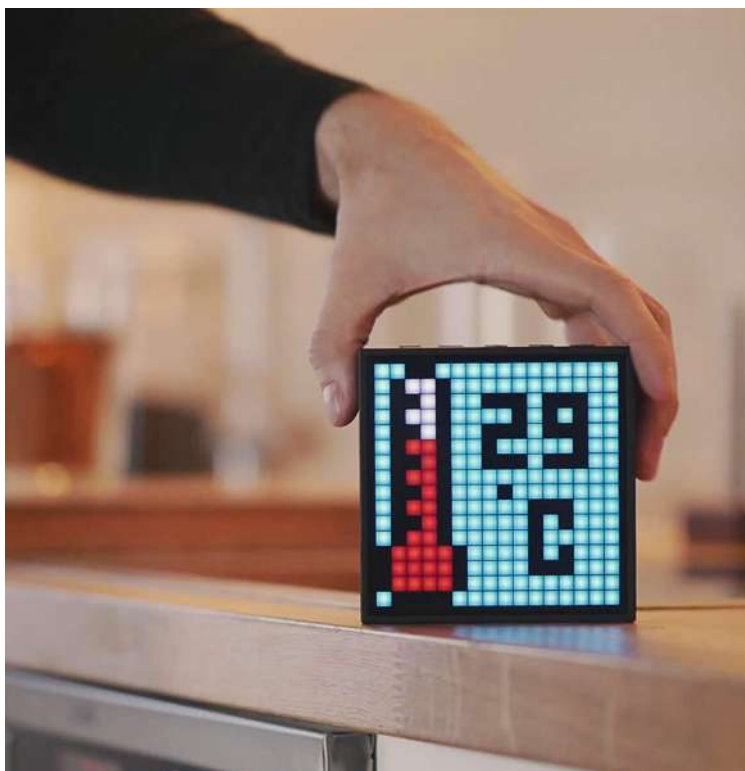
Este smartphone ofrece unas increíbles especificaciones a un precio aún mejor. Empecemos con la parte de afuera, está construido en un material amigable con el medio ambiente, biopolímero, y puede elegirse en colores pastel. La textura de la parte trasera se ve y siente como el papel; es encantadora esta textura tan diferente y apariencia mate. En la parte frontal, te encontrarás con una pantalla de 6.7 pulgadas con resolución 1440x3216, tasa de refresco de 120 Hz y un brillo máximo de 1,400 nits con HDR. Las características del display son mejores que las del iPhone 13.

# Gadgets Tecnológicos 2022

## HONOR Earbuds 3 Pro

Los nuevos earbuds true wireless de HONOR cuentan con una estructura de doble conductor coaxial, lo que significa que básicamente incorporan dos altavoces en el interior con un diminuto tweeter piezoeléctrico de cerámica colocado en el centro de un grande driver de 11mm. Las bocinas de gama alta de KEF tienen un concepto de diseño similar y los resultados son fantásticos.





## Divoom Timebox Evo

Cuenta con un sonido de seis vatios de salida, además de un panel LED de 256 colores que te permitirá crear divertidas imágenes y animaciones para que puedas expresar todo tu amor a ese ser especial. Podrás crear y elegir las imágenes desde el celular, además cuenta con una comunidad online, además cuenta con soporte para notificaciones en redes sociales, 46 perfiles de alarma, actualizaciones constantes y muchas otras opciones.

## Click & Grow Smart Garden 3

Se trata de una jardinera de interiores que es digital, cuenta con un sistema de riego e iluminación propia para que la planta prácticamente se cuide sola. La jardinera inteligente tendrá incorporado unas semillas que puedes sembrar y además posee una app propia para que puedas controlar la programación de la jardinera.





# ¿Cómo impulsar la mindset digital en tu empresa?



Por: Gustavo Lauria  
Co-Founder en Debmedia

El concepto de mindset digital encierra habilidades tecnológicas, virtuales y digitales. La era digital ha revolucionado el mundo y nos ha arrastrado hacia un inevitable cambio de paradigma, que no solo pasa por equiparse tecnológicamente sino por abordar la realidad desde tres perspectivas principales:

- El cambio en los procesos. Esto implica detectar cómo la implementación de nuevas tecnologías puede mejorar la creación de valor en el sector.
- La tecnología. Su implementación es la base de toda transformación digital.
- La perspectiva de las personas. Es imprescindible adquirir una mentalidad digital acorde con la nueva era.

No obstante, ¿estamos preparados para un entorno digital? ¿Contamos con las capacidades suficientes para sobrevivir en un contexto de este tipo? Encuentra las respuestas a lo largo de este artículo.

## ¿Qué es la mindset digital?

La mindset o mentalidad digital se refiere al poder de reinención y adaptación de las personas en relación con el mundo digital. Una mentalidad digital supone fusionar el mundo offline y el online, así como facilitar el diálogo entre las personas y la tecnología para construir procesos de aprendizaje sostenibles dentro de las organizaciones.

## ¿Qué habilidades necesitas para impulsar la mindset digital?

La mindset digital requiere desarrollar ciertas habilidades y contar con las capacidades necesarias para alcanzar los objetivos marcados por tu empresa. Algunos de los requisitos más importantes para una mindset de este tipo son los siguientes:

- Considerar a los mundos online y offline como un todo.
- Pensar a nivel global y actuar de manera local.
- Desarrollar empatía.
- Poseer la capacidad de adaptarte al cambio.

- Estar dispuesto para un continuo aprendizaje.

### **La importancia y los aportes de la mindset digital para tu empresa**

¿Por qué es tan relevante en la actualidad desarrollar una mindset digital en nuestro ámbito laboral?

Ya es sabido que la tecnología ayuda a lograr mayores resultados, además de permitir la optimización de los recursos de forma eficiente. Sin embargo, la tecnología y sus consecuencias cambian en forma continua. Este solo hecho hace que se requiera de un mayor desarrollo de la mindset digital.

### **6 factores que definen la mentalidad digital**

Para que puedas considerar que tienes una mindset digital suficiente como para lograr el éxito en un mundo como este, debes haber desarrollado los siguientes factores:

- **Comprensión:** el entorno exige contar con la capacidad para entender qué sucede alrededor y, así, poder tomar decisiones de forma adecuada y asertiva.
- **Adaptabilidad:** otorga la capacidad para convivir con procesos y tecnologías en permanente cambio y estar siempre dispuesto a transformarte.
- **Capacidad analítica:** permite cuestionarlo todo y determinar los puntos fuertes y débiles del entorno y de las propias capacidades.
- **Agilidad:** supone estar preparado para dar una respuesta rápidamente y de la manera más eficiente posible.
- **Conectividad:** ser accesible en todo momento permite un intercambio de conocimiento más rápido y fácil, lo cual a su vez aumenta las probabilidades de llegar a conclusiones correctas.

- **Disrupción:** se trata de la capacidad para salir de la zona de confort y llegar a conclusiones que pueden ser rupturales, como así también para aportar puntos de vista novedosos que aumenten las posibilidades de crecimiento.

### **¿Quiénes deben liderar este cambio de mentalidad?**

Todos los profesionales encargados de llevar a cabo el proceso de transformación digital de tu empresa deben adquirir las capacidades anteriormente mencionadas y adaptarse a los cambios y desafíos que conlleva la tecnología.

A su vez, esto mismo deberán hacer todas aquellas personas que deseen insertarse en el mercado laboral. En todos los casos, tanto tu organización, como la colaboración interna entre los trabajadores son esenciales para generar:

- Nuevas fuentes de ingresos.
- Una mayor capacidad de respuesta rápida

**La mindset digital demanda estar informado sobre todo nuevo método empresarial e incorporarlo, si resulta conveniente, a los propios procesos, para el buen funcionamiento de la empresa y la optimización de sus beneficios.**

ante los cambios del mercado.

- Nuevas ventajas competitivas.

### **¿Cómo abordar un programa de capacitación para impulsar la *mindset digital* en tu empresa? 4 preguntas básicas**

Para abordar un programa de capacitación en mentalidad digital debes tener en cuenta un enfoque centrado en el *learnability*, es decir, en la capacidad y el deseo de aprender en forma rápida, eficaz y continua.

A su vez, debes aprovechar los recursos que tu organización pone a disposición de los empleados.

En este marco, son 4 las preguntas básicas a las que deberá responder el programa de capacitación, y las descubrirás a continuación:

**Propósito:** en este punto es necesario distinguir entre el motivo que estimula y da sentido al trabajo, por un lado, y el propósito de la transformación, por otro. Ambos deben estar en consonancia para poder tener una experiencia satisfactoria en el campo laboral.

- ¿Cuál es el propósito de ir a trabajar?
- ¿Qué estimula a tus empleados a levantarse cada mañana y sostener la jornada de trabajo?

**Proyecto:** necesitas clarificar un sentido coherente, una dirección, hacia donde poner el foco.

- ¿Cuánto del proyecto se convoca en las tareas del día a día?
- ¿Cómo enlazas ese propósito con el proyecto?

**Pares:** el aprendizaje en este enfoque se construye de manera colectiva, se socializa y

genera cultura.

- ¿Cómo se aprende en tu organización?

**Play:** forma, método o dispositivo que posibilita el aprendizaje a través de una situación lúdica o una simulación de la realidad que habilita a construir nuevos contextos. Se trata de un aprendizaje ligado a la innovación, a la transformación y a la evolución.

- ¿Qué capacidad tiene tu organización para proponer un aprendizaje ligado al proceso de prueba y error, a la experimentación?

### **¿Estás preparado para propiciar el cambio de *chip* en tu empresa hacia la era digital?**

Si bien la mentalidad digital encierra habilidades tecnológicas, virtuales y digitales específicas, a esto debe añadirse una actitud positiva y permanentemente dispuesta para el aprendizaje.

Si de empresas hablamos, tener *mindset digital* significa contemplar la tecnología como una herramienta que puede catalizar y optimizar las aptitudes y competencias de las personas.

La necesidad de la *mindset digital* es, entonces, evidente en el entorno profesional actual. Lo importante es mantenerse abierto al aprendizaje colaborativo y al diálogo permanente con la tecnología entendida como aliada.

Comienza hoy a desarrollar tu *mindset digital* para poder adaptarte al inminente cambio.

*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.*



**Mejora la experiencia**  
de tus clientes y tu equipo  
con un sistema de gestión.

**AGENDA UNA DEMO**

[contacto@conser.bo](mailto:contacto@conser.bo)





PRESENTAN:



SAVE  
THE DATE  
OCTUBRE, 2022

MÁS INFORMACIÓN:

+591 77254466 O  
AL +591 65173410



EMBAJADORAS:



CON EL APOYO DE:



PARTNERSHIP  
CNC - BOLIVIA:







**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





# 30 Años CONSEGSA

Acompañándote en cada momento, sueño y decisión



**NOSOTROS TE ASESORAMOS**

800 10 22 66 [www.consegsa.com](http://www.consegsa.com) @consegssabol /consegsa 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