

REVISTA

riesgos y finanzas



julio 2022
Año 6 No. 60
Distribución Gratuita

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

ENTREVISTA DEL MES **DIEGO NORIEGA**

Gerente General
de CREDISEGURO



Además:
Futuro del ecosistema Cripto
II Cumbre Iberoamericana se
acerca a México



Conser

Consultores de Servicios Ltda.

¡Somos tus
Socios
Estratégicos!



UN SEGURO DE SALUD **INTERNACIONAL**

A TU ALCANCE



MUNDI SALUD



CALL CENTER 800 10 6622
FACEBOOK ALIANZA SEGUROS
INSTAGRAM @ALIANZAGRUPOASEGURADOR
WWW.ALIANZA.COM.BO



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

Lo valioso de los datos

En esta edición destacamos en portada a Diego Noriega, Gerente General de una de las compañías con más proyección en el mercado de seguros local y regional: Crediseguro, que además celebra su décimo aniversario y en el diálogo con Diego podremos conocer más de la historia de la empresa y el presente más que alentador que viven.

Además en las primeras páginas centramos nuestra atención en la importancia de saber gestionar los datos tanto en el mundo asegurador como financiero y cómo la buena gestión de los mismos nos abre la puerta al conocimiento tanto del cliente interno como externo; saber aprovechar las virtudes de esta información nos acercará al seguro éxito de nuestras empresas y al conocimiento exacto de cómo mejorar y potenciar cada uno de los negocios que conforman nuestra vida profesional.

¡Invitadas/os a disfrutar y compartir esta séptima edición 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. 11 Entrevista del mes



**Pag. 20
México, próxima
sede de la II
Cumbre
Iberoamericana
del Seguro**



**Pag. 22
Crecimiento de
primas a nivel
mundial**

Pag. 24
Sección
Génesis Latam Consulting



30 El poder de las emociones


38 Narrativa sobre subvención

40 El auge de las Wealthtech en LATAM

46 Banca Omnicanal:
Cómo transforma a la industria
y a la CX



Pag. 34
El futuro del
sistema Cripto:
La Bitcoin



Los datos deben ser accesibles desde cualquier lugar, para cualquier usuario, y siempre dar como resultado la misma vista. Pero con demasiada frecuencia ese no es el caso.

El arte de obtener información a partir de los datos

Los datos son universalmente tanto un activo como un problema para todas las organizaciones de seguros generales, ya sean operadores, corredores, MGA o insurtech. Tener muchos datos es bueno, pero usar sus propios datos para tomar mejores decisiones comerciales en toda su organización con rapidez, consistencia y precisión es lo mejor.

Las aseguradoras líderes han descubierto cómo hacerlo, esencialmente dominando el arte de aprovechar al máximo la información de sus propios datos porque está organizada y se puede acceder a ella y compartirla fácilmente en toda su empresa, todo desde un único repositorio de datos. Sin redundancias, sin discrepancias y sin escudriñar el tarro de caramelos para encontrar los M&M azules.

Para muchos de nosotros, los datos tienen ese efecto apetitoso: estás emocionado de devorar los datos y energizado por todo el potencial que tienen.

Pero luego, la realidad golpea: simplemente no es tan simple. Los datos deben ser accesibles desde cualquier lugar, para cualquier usuario, y siempre dar como resultado la misma vista. Pero con demasiada frecuencia ese no es el caso. Por ejemplo, una pregunta tan simple como “¿cuál es mi índice de siniestralidad?” puede dar como resultado tres respuestas diferentes según los datos que se utilicen y cómo se filtren.

¿Dónde se encuentra su organización en el espectro de dominio de datos?

Todo el mundo está haciendo datos. Pero, ¿dónde está su organización en el espectro de datos? ¿Eres capaz de capturar datos y simplemente está sentado allí? ¿Eres capaz de pasar de almacenarlo a usarlo? O lo mejor de todo, ¿tiene una estrategia de datos integral que le



permite acceder a prácticamente cualquier dato desde cualquier lugar, compartirlo en su organización e incorporarlo a análisis para la toma de decisiones en tiempo real?

Hay una gran cantidad de razones por las que las aseguradoras quieren dominar sus propios datos, desde tomar decisiones de fijación de precios y suscripción rápidas y precisas hasta administrar de manera proactiva la acumulación de riesgos, así como usar conocimientos para expandirse a nuevos mercados, innovar y cumplir con las crecientes expectativas de los clientes.

Otro factor es la pérdida de profesionales calificados en roles analíticos clave que conocen los entresijos de dónde encontrar los datos que necesitan, como ese colega de referencia del que todos dependen. ¿Qué sucede cuando su conocimiento institucional se ha ido? Al final, si no puede acceder a sus datos y usarlos fácilmente en toda su organización, el crecimiento, la rentabilidad y la innovación se verán afectados.

3 criterios para llevar su dominio de datos al siguiente nivel

Impulsar el valor de los datos ahora requiere una plataforma de datos y una estrategia modernas que permitan el acceso a prácticamente cualquier dato desde cualquier lugar. Aquí hay algunos componentes críticos para que su organización avance en el espectro de competencia de datos:

Cualquier dato: los innovadores líderes en seguros están haciendo que sus datos sean accesibles en todas sus organizaciones. Como tal, todos en su organización deberían tener acceso a los mismos datos (p. ej., actuariales y siniestros no deberían funcionar dentro de sus propios silos). Esto va más allá de las primas y los datos de pérdidas para incluir suscripción, reclamos, agencia y la capacidad de ingerir y acceder a fuentes de datos de terceros, incluidos estructurados, no estructurados y cualquier otro medio. Hacer esto bien significa no copiar ni mover datos: todos deberían poder obtener información y trabajar a partir de un recurso de datos compartido que actúa como una única fuente de verdad.

Ha escuchado la frase “democratización de datos”, que generalmente se refiere a hacer que los datos sean fácilmente procesables para cualquier usuario, independientemente de sus conocimientos técnicos. Pero, ¿qué pasa con la democratización de su plataforma de datos? Los usuarios deben tener la capacidad de consumir cualquier dato de cualquier fuente sin limitaciones, y estos datos deben ubicarse fácilmente junto con los datos existentes de manera organizada, segura y centraliza-

da. Una plataforma de datos moderna democratiza más que su experiencia de datos, democratiza el consumo de datos independientemente de su fuente o formato.

En cualquier lugar: los datos no son solo para informes, actuarios o científicos de datos. Los conocimientos basados en datos deben derivarse y aprovecharse en todos los rincones de su organización y en todas las funciones. Sin embargo, una limitación común a la que se enfrentan los operadores es la ubicación física y la seguridad de sus datos. A menudo, los equipos no están sentados en la misma sala, están distribuidos a nivel nacional y mundial.

Esto requiere acceso a datos desde computadoras portátiles, tabletas y teléfonos mientras se encuentra en la oficina, trabajando desde casa o viajando. Los retrasos o las limitaciones pueden retrasar la innovación, obligar a las personas a tomar decisiones sin toda la información y hacer que todo se detenga cuando su “persona de datos” está fuera de la oficina.

En cualquier momento: el acceso a cualquier dato desde cualquier lugar para cualquier usuario son requisitos previos de una plataforma de datos moderna. Pero ¿y en cualquier momento? El acceso a los datos correctos en el momento adecuado acelera la toma de decisiones precisas. A medida que se crean más datos en tiempo real, la búsqueda de incorporar la información más reciente genera una ventaja competitiva. Los empleados toman decisiones críticas y sensibles al tiempo durante todo el día, ya sea cotizando nuevos negocios o sirviendo a los clientes en el campo. Obtener la información correcta en el momento exacto es importante.

Actualmente, hay un enfoque en el volumen de datos y en la adquisición de más y más datos, como diversas formas de datos externos o de terceros. Y si bien más siempre es bueno, también tiene poco valor si no puede usarlo de manera efectiva. Una plataforma de datos y una estrategia sólidas son la piedra angular de toda una organización. Hará o romperá el rendimiento de todos los demás aspectos de un negocio, desde suscripción y actuario hasta gestión de cartera y reclamaciones.

Resuelva el problema de dominar sus propios datos y su negocio tendrá la base y el marco para crecer, innovar y competir a un nivel completamente nuevo. Y lo mejor de todo, los profesionales del riesgo pueden dejar de indagar y comenzar a usar los datos de una manera procesable.

Por Kirstin Marr, Directora de Insurity Analytics y lidera el desarrollo y las operaciones de la cartera de soluciones de análisis y datos de Insurity.

Entrevista del mes: Diego Noriega

Gerente General de CREDISEGURO

En su Décimo Aniversario,
entrevistamos al líder de esta
destacada empresa



E

n sus primeros diez años de vida, tuvimos la grata oportunidad de entrevistar a Diego Noriega, Gerente General de CREDISEGURO, una compañía cuyo ímpetu por demostrar sus ideas vanguardistas los ha llevado a desarrollar interesantes e innovadoras opciones para sus clientes y el mercado asegurador boliviano, además con proyección regional. En los siguientes párrafos podremos conocer mejor a Diego y su visión del Seguro en la actualidad.

¿Diego Noriega qué historia tiene en el campo de los seguros?

Durante más de 20 años he desarrollado mi carrera profesional en los ámbitos financieros no bancarios. Desde la regulación vi temas referentes a inversiones para los mercados de pensiones, valores y seguros y he participado en equipos para el desarrollo de normas técnicas para la promoción y desarrollo de los mercados mencionados, culminando mi carrera como funcionario público como Intendente de Valores dentro la SPVS.

Durante mi experiencia laboral ya en el sector privado, pase por la Bolsa Boliviana de Valores y por Credifondo Sociedad Administradora de Fondos de Inversión, en esta experiencia se desarrolló el primer Fondo de Inversión de Largo Plazo (con el objetivo de ahorro) que incluye un seguro de vida para los inversionistas, con el único fin de ayudar al mismo ante su falta de cumplir su objetivo de ahorro.

Ya en el ámbito de seguros me dedique al desarrollo de los seguros de personas, salud, accidentes personales y otros. En este cami-

no tuve la satisfacción de desarrollarme en seguros de salud en Bupa empresa de capitales ingleses y ya en Crediseguro me enfoque mucho en seguros masivos e innovadores para que sean comercializados a través de canales no tradicionales, enfocándome los últimos 4 años al desarrollo de seguros inclusivos y principalmente en la innovación.

Mi formación es en ramas financieras, son Ingeniero Comercial con Maestría en Finanzas y cursos de especialización en Seguros, Liderazgo y en Innovación.

¿Qué es CREDISEGURO?

Crediseguro es la empresa de seguros del grupo Crédito en Bolivia, nacemos en junio del 2012 con el fin de atender las necesidades de seguros de los clientes del Banco de Crédito y ya con los años, cambiamos ese enfoque y ya nuestro propósito es el de Asegurar el Bienestar de las Personas, vemos que Crediseguro tiene mucho que ofrecer como empresa y mucha experiencia para traer gracias a nuestros socios estratégicos y proyectos que coadyuben a desarrollar el mercado de seguros de Bolivia.

En este interés de desarrollar seguros para incluir más personas a que tengan productos que aseguren su felicidad, hemos desarrollado seguros muy interesantes no solo por las coberturas sino por los canales de venta. Tenemos el primer seguro de vida y sepelio que puede comprarse en tiendas de barrio, puntos de internet o comercios pequeños que se encuentran en tu barrio a la fecha este canal tiene más de mil puntos a nivel nacional, lanzamos al mercado un seguro de viaje para apoyar y fomentar el turismo nacional y regional (países limítrofes)

que puedes comprarlo en diferentes puntos, lo encuentras en todos los puntos de Pago Express a nivel nacional y estamos además donde la persona que quiere hacer turismo nos encuentre, puedes comprar el seguro en Ticketsbolivia.com y es un seguro que cuesta Bs. 10 al día.

Son muchas las iniciativas que como Crediseguro hemos desarrollado y tenemos la meta de crecer basados en un enfoque de inclusividad a través de canales masivos y digitalmente a cualquier persona que tenga la necesidad de sentirse protegido. Es una tarea titánica porque hay que romper muchos tabús y paradigmas que hay sobre los seguros, pero creo firmemente que se puede lograr, la personas valorarán el sentirse protegidos.

¿Qué desea destacar de estos primeros 10 años de CREDISEGURO?

Tengo la dicha de dirigir un gran equipo que trabaja día a día para que Crediseguro se encuentre en el lugar que está. Sin ellos nada de esto sería posible.

Nosotros, Crediseguro, definimos nuestro propósito bajo la premisa de "la felicidad", de asegurar el bienestar de las personas, para cumplir sueños, construir futuro y contribuir con Bolivia.

¿Pero cómo podemos lograrlo? si tuviera que resumir en una palabra el alcance de todas las actividades que Crediseguro ha desarrollado durante estos 10 años, diría que lo que nos define es la: "innovación".

Innovamos para promover la inclusión con seguros más accesibles para segmentos de población que estuvieron siempre fuera del

radar de este tipo de servicios, trabajando de la mano con nuestros socios comerciales, a la fecha trabajamos con 6 entidades financieras y estamos desarrollando proyectos con otros canales de distribución no tradicionales, hace poco cerramos una alianza con Tickets Bolivia, para la venta de seguros de viaje y acabamos de lanzar nuestra relación con Pago Express para la venta de seguros usando todos sus puntos de atención.

Innovamos para diseñar productos ajustados a las necesidades de perfiles diferentes de clientes con nuestros seguros a la medida, pero, sobre todo, innovamos para responder a un mercado desafiante como es el de Bolivia, tan variado y distinto.

Por eso hoy estamos trabajando mucho por el lanzamiento de una nueva generación de seguros, en un mundo donde todo puede obtenerse a partir de un clic, presentamos en el mes de Junio a nuestra marca de seguros digitales CHECK, una marca de seguros 100% digitales, de precios accesibles, muy

" 10 años después podemos decir con certeza que consolidamos una propuesta de futuro para nuestros clientes de todos los segmentos."

fáciles de obtener, para diversos propósitos y con cobertura nacional e internacional.

Crediseguro no podía estar al margen del desarrollo de las herramientas digitales, porque sabemos que ese es el espacio en el que se mueven la mayoría de nuestros actuales y de los nuevos clientes. Con este paso decisivo en el campo tecnológico, CREDISEGURO ingresa de lleno en la era digital.

Esta plataforma digital llega con un abanico amplio de seguros, que tienen la ventaja de poder activarse en el momento en que se necesitan, seguros hechos a tu medida y a un CHECK de distancia.

Además de que este proyecto nace con el propósito de ofrecer a nuestros clientes un servicio transparente y totalmente diferente, que simplifique sus vidas, a través de productos simples, ágiles y 100% digitales, nosotros nos dedicaremos en pensar en lo más importante para ellos que es su bienestar.

10 años después podemos decir con certeza que consolidamos una propuesta de futuro para nuestros clientes de todos los segmentos.

¿Cuáles cree usted que son los pilares en la construcción de esta historia como empresa?

La empresa nace con un claro norte que se ve reflejado en su propósito, que es el “asegurar el bienestar de las personas”, queremos estar y acompañar a nuestros clientes cuando más nos necesiten, el momento que algo malo les pasa estar ahí para qué es momento sea muy corto y el asegurado y su familia puedan seguir siendo felices en su día a día.

Lo que se ha ido modificando en el tiempo son nuestros objetivos de crecimiento, primero nos enfocamos en seguros colectivos y masivos, para luego desarrollar los seguros inclusivos, algo que de verdad nos gusta y nos llena de alegrías, porque sentimos que el seguro como concepto deja de ser algo tan gaseoso y se convierte en la seguridad de nuestros clientes, de aquellos que no quieren ver interrumpidos sus aspiraciones y anhelos. Y ahora nos estamos enfocando en desarrollar junto a tecnología de punta, seguros individuales, queremos llegar a todos los bolivianos con un mensaje claro y sencillo, que nuestros seguros se adapten a sus necesidades con el concepto de seguros a la medida, queremos que la gente valore y compre el seguro cuando lo necesite cuando salga de su rutina como en un viaje o cuando va a hacer deportes, por eso incorporamos a nuestros seguros el concepto de activar el seguro cuando lo necesites. Y principalmente creemos que gracias a la tecnología puedes llegar a cualquier rincón de nuestro hermoso país, donde llegue el internet, desde ahí brindar todos estos servicios que te comento y poder ayudar ante cualquier imprevisto a nuestro cliente asegurado y a su familia o personas más cercanas.

¿Qué considera un Micro Seguro?

El microseguro es un producto de seguro encaminado a proteger a las personas más vulnerables contra riesgos específicos (por ejemplo: accidentes, enfermedades, muerte en la familia y desastres naturales), a cambio de primas pequeñas establecidas acorde a las necesidades, ingresos y nivel de riesgo.

¿Qué opina de los seguros inclusivos?

Este concepto me gusta más, porque es más amplio y en un país con tan poca penetración de seguros el seguro es algo tan necesario que puedes aplicar el concepto para llegar no solo a poblaciones de bajos ingresos, sino a personas que no conocen y no tienen acceso a seguros por diferentes motivos sin importar condiciones de ingresos, género, formación o cualquier otra. Buscando seguros sencillos de muy fácil entendimiento, fáciles de utilizar y con precios accesibles.

Adicionalmente y al ser parte de la estrategia

en la agenda de desarrollo global, que busca garantizar el acceso y uso de seguros de calidad, con el fin de mejorar el bienestar de quienes logran acceder a este instrumento de gestión de riesgos.

Si ves la definición esta muy alineada a lo que Crediseguro busca y por lo cual ha fijado su norte en el desarrollo de seguros.

¿De qué manera su empresa piensa masificar el servicio del seguro?

Seguiremos nuestra estrategia que se enfoca en el desarrollo de seguros inclusivos que



se comercialicen a través de canales masivos y individualmente por canales digitales para garantizar un acceso sencillo y simple para poder optar por seguros.

¿Cuál cree que es la función de PROFIN en el mercado boliviano del seguro?

Nosotros recibimos mucho apoyo de la Fundación PROFIN, no solo al momento de querer desarrollar seguros inclusivos, sino también nos dio ese empujoncito al lanzar concursos para demostrarnos que podemos hacer diseños de seguros atractivos, con premisas de sencillez en el lenguaje del seguro, de fácil acceso, pensados en grupos vulnerables.

Creo que PROFIN con su proyecto de seguros inclusivos ayudaron al desarrollo del mercado, pusieron en agenda el tema y principalmente lograron estructurar la información necesaria para que los actores del mercado continuemos impulsando el mercado desde

esta óptica.

¿Considera importante el desarrollo de la CUMBRE DEL SEGURO en Bolivia?

Si, vemos muy importante incluir a los actores del seguro dentro de la Agenda Global y sus principios, y las cumbres que se han desarrollado apoyan a ese objetivo, creo firmemente que la iniciativa privada nos ayudara a cumplir con esos objetivos de desarrollo, espero que se puedan seguir organizando y más actores, entre ellos el sector público participe activamente, a través de sus autoridades y nuestros reguladores.

¿Qué temas cree que se deberían abordar?

Entre los temas a abordar me encantaría que se toquen dos temas para mi fundamentales, la transparencia en la información y la ética en el negocio de seguros, creo que serían un complemento ideal a las temáticas que ya se vieron como la inclusión y las políticas de género.

¿Considera importante que en Bolivia se instale una Escuela de Seguros?

Si, creo que es necesario crear desde la institucionalidad del mercado una escuela de seguros, la formación permanente de los actores y de los profesionales en seguros es fundamental para la profesionalización del mercado y sus actores, felicito las iniciativas que en su época tuvieron la Fundación Idea y la Universidad Andina, pero creo que hay que complementar la formación con cursos cortos y formación permanente.

"...vemos muy importante incluir a los actores del seguro dentro de la Agenda Global y sus principios, y las cumbres que se han desarrollado apoyan a ese objetivo."



Una década formando una familia
para cuidar la tuya.

Swiss Re: Los riesgos para la resiliencia vuelven a aumentar tras un año de respiro

La empresa afirma que la resiliencia perdida en la crisis del COVID-19 de 2020 solo se recuperará este año, pero deterioro económico en los próximos meses puede desviar la recuperación.

La recuperación de la resiliencia macroeconómica en 2021 se vio respaldada por fuertes mejoras en el espacio fiscal, pero las economías avanzadas obtuvieron menos ganancias en el espacio de política monetaria después de quedarse atrás en el endurecimiento de la política monetaria. Los indicadores macroeconómicos estructurales, como el capital humano y la eficiencia del mercado laboral, continúan pesando sobre la resiliencia, particularmente en los mercados emergentes. Estimamos que este año, los vientos de cola económicos cíclicos respaldarán aún más el espacio fiscal, mientras que la acción del banco central para controlar la inflación persistente ampliará el espacio de la política monetaria.

La resiliencia de los seguros globales se recuperó en 2021, principalmente debido a una fuerte mejora en la resiliencia de la salud, que compensó una mortalidad más débil y una resiliencia ante catástrofes naturales. Sin embargo, la resiliencia de los seguros en general sigue siendo menor que antes del impacto del COVID-19 y la crisis financiera mundial. La brecha de protección mundial com-

binada para los riesgos de salud, mortalidad y catástrofes naturales aumentó marginalmente a un nuevo récord de USD 1,42 billones en 2021. Si bien la protección de los seguros sigue creciendo con fuerza en 2022, esperamos que los beneficios gubernamentales reducidos y la disminución de los valores de los activos erosionen los seguros. resiliencia en general.

Simulando cómo la alta inflación puede afectar las brechas de protección, estimamos que los aumentos de precios en 2022 podrían traducirse en una ampliación del 3,8% en la brecha de protección de seguros global para 2021.

“La recuperación cíclica tanto de la resiliencia macroeconómica como de los seguros en 2021 no puede ocultar el hecho de que todavía se necesitan reformas estructurales profundas para impulsar el crecimiento a largo plazo. Para asegurar una mayor resiliencia y apoyar la estabilidad económica a largo plazo, es necesario fortalecer parámetros estructurales como la infraestructura y el capital humano y reducir la desigualdad”, Jerome Jean Haegeli, economista jefe del grupo, Swiss Re

Fuente: buenafuente.com




Transformando la banca en Bolivia

Estamos preparados para evolucionar y acompañar el **progreso de nuestros clientes**, desde un banco con propósito que contribuye al **desarrollo del país**

BancoSol



 BancoSolidarioBolivia

 bancosol_bolivia

 www.bancosol.com.bo



Ciudad de México, la próxima cita de la II Cumbre Iberoamericana-El Seguro en la Agenda 2030



II CUMBRE IBEROAMERICANA
EL SEGURO EN LA AGENDA 2030

Por una sociedad humana, saludable, justa y sostenible

Celebradas las ediciones de Bolivia y Argentina, la II Cumbre se desplaza a México el próximo 20 de octubre, y a Madrid (España) el 16 y 17 de noviembre.

Los eventos de Santa Cruz de la Sierra (Bolivia) y Buenos Aires (Argentina) contaron con 237 y 288 asistentes presenciales, respectivamente, y 1.200 inscritos en streaming.

El Comité Organizador de la II Cumbre Iberoamericana-El Seguro en la Agenda 2030, que preside Jorge Suxo, presidente de Abocoser, ultima el programa del evento que se llevará a cabo el 20 de octubre en el Fiesta Americana Reforma de Ciudad de México (México) y el de Madrid (España), fijado para el 16 y 17 de noviembre. Será en Madrid donde se clausurará la II Cumbre del Seguro, que se inició el 8 de junio en Santa Cruz de la Sierra (Bolivia) y ya ha estado presente en Buenos Aires (Argentina).

Norma Alicia Rosas, directora general de la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS), preside el evento en Ciudad de México, y Genuario Rojas, presidente de “El Asegurador” el director de este. ¿Cómo puede ser el Seguro parte de la solución del futuro? es el lema del evento que pretende reflexionar sobre cambio climático, la nueva vida en las ciudades y la longevidad.

Los futuros posibles del Seguro es la idea cen-

tral del evento de Madrid (España). El objetivo es que gentes de diversos sectores, países, culturas y formas de pensar hablen de los posibles futuros que tiene el presente, y valoren los aportes que la industria del Seguro puede hacer para que estos futuros sean siempre más relevantes para la sociedad, sus accionistas, empleados y clientes. Pilar González de Frutos, presidenta de Unespa, presidirá la edición de Madrid, cuyo director es José María Campabadal, expresidente del Consejo General de los colegios de mediadores.

Éxito de participación

Los seguros inclusivos como vía para reducir la brecha aseguradora y cómo elemento para aumentar la resiliencia de los sectores sociales más desfavorecidos, y la equidad de género y la diversidad como elementos de crecimiento interno de las empresas aseguradoras, fueron los temas centrales tratados en Santa Cruz de la Sierra (Bolivia). Un evento que se inició con la entrega de los Reconocimientos Internacionales de la Alianza del Seguro a los proyectos de “Café Seguro” de Seguros Bolívar (Colombia); “Readaptación Profesional” de Fremap (España); “Proyectos colectivos” de Rio Uruguay Seguros (Argentina) y “DKV Impacta” de DKV Seguros Médicos (España). Iniciativas que evidencian como el Seguro está implementando en su gestión los Objetivos de Desarrollo Sostenible aprobados por la ONU. La Alianza del Seguro ya ha convocado la segunda edición de los Reconocimientos Internacionales y las empresas seleccionadas se darán a conocer en Madrid en el mes de noviembre.

El evento de Bolivia contó con 237 asistentes presenciales y 1.200 inscritos en streaming, cifras que confirman el éxito de la convocatoria. El mismo que se logró en Buenos Aires (Argentina), donde los asistentes presenciales fueron 288 y se mantuvo el número de inscritos en streaming.

La pobreza, las iniciativas de las compañías para llegar a las capas sociales más desfavorecidas, el futuro de la industria aseguradora y las fórmulas para retener el talento en las organizaciones fueron los temas centrales de la jornada desarrollada en la Universidad Católica Argentina y que contó con la participación de Adriana Guida, superintendente de Seguros de la Nación.

La Alianza del Seguro

La Alianza del Seguro se constituyó en noviembre del 2020, con la finalidad de abrir un diálogo sincero entre la sociedad y el mundo del Seguro, más allá de las transacciones operacionales en que el Seguro da cobertura a accidentes, enfermedades o catástrofes. La Alianza creó un ‘think tank’ (TT), que hoy está formado por casi un centenar de personas de América Latina y España procedentes del mundo del Seguro y de otros ámbitos de nuestra sociedad. El papel de este TT es el de reflexionar y recomendar líneas maestras de actuación que garanticen la misión de la Alianza: que el Seguro sea como un compañero de viaje de las personas y organizaciones. Y en un proceso de cambio y transformación social, económica, política y cultural de nuestro mundo, el Seguro debe ser el garante del futuro de la humanidad. En la actualidad 140 organizaciones, entidades y empresas de Iberoamérica apoyan la iniciativa.

Para más información:

Anna Muñoz

comunicacion@alianzadelseguro.org



El crecimiento de las primas mundiales no superará el 1,2% descontando la inflación



Según estimaciones del estudio World Insurance sigma del Swiss Re Institute se prevé que el volumen de primas de seguros mundiales supere los 7 billones de dólares a finales de año. Con todo, la combinación de una economía mundial en franca desaceleración y la inflación pesarán sobre el crecimiento total de las primas, con una previsión de crecimiento medio anual por debajo de la tendencia del 1,2% en términos reales durante los dos años.

El aumento de los costes de los siniestros aumentará el endurecimiento de las tasas, lo que mejorará la rentabilidad del aseguramiento y apuntalará el crecimiento de las primas en 2023. Además, el aumento de los tipos de interés también contribuirá con el tiempo a la rentabilidad del sector al generar mayores rendimientos de las inversiones.

Así lo explica Jerome Haegeli, economista jefe del Grupo Swiss Re: “Incluso en un entorno económico difícil, el seguro sigue siendo un sector vibrante, resistente y en crecimiento, y alcanzar la cifra de 7 billones de dólares en primas mundiales es un hito importante. Sin embargo, no son tiempos fáciles, y el sector asegurador tendrá que vigilar de cerca la inflación. A medida que el mundo se encarece, también lo hacen los costes de los accidentes y las catástrofes naturales, lo que encarece los siniestros. Sin embargo, hay un aspecto positivo: a medida que los bancos centrales tomen medidas para combatir la inflación, el aumento de los tipos de interés favorecerá la rentabilidad de las aseguradoras a medio plazo”.

Entre las principales conclusiones del estudio, Swiss Re alerta sobre el endurecimiento de primas en ramos como Daños y aumento en el volumen de primas de Decesos y Salud de hasta un 17% más que al inicio de la pandemia.

Sobre la alta inflación cree que influirá en el crecimiento de las primas en términos reales y aumentará los costes de los siniestros en los

seguros de No Vida. Las presiones sobre la rentabilidad derivadas de la inflación económica aumentarán sobre todo en ramos como el de Daños y el de Automóviles, en los que la escasez de oferta está provocando aumentos de precios más allá de la creciente inflación general. La elevada inflación salarial y de la asistencia sanitaria está haciendo subir los costes de los siniestros en los seguros de Daños y Salud.

Pero el aumento de los costes de los siniestros también aumentará el endurecimiento de los precios, restaurando la rentabilidad del aseguramiento y apoyando el crecimiento de las primas en 2023. Así pues, el sector mostrará su resistencia ante la desaceleración económica y volverá al crecimiento real en 2023.

No Vida crecerá un 7,1%

En términos globales, la previsión de crecimiento de las primas de No Vida es de un 7,1% en términos nominales en 2022, alcanzando los 4,1 billones de dólares en todo el mundo a finales de año. Si se tiene en cuenta la inflación, esto supondrá un crecimiento del 0,8%. Para 2023, se prevé que las primas crezcan un 2,2% en términos reales, basándose sobre todo en el actual endurecimiento de las tasas. Se espera que el crecimiento sea mayor en los ramos comerciales que en los personales.

En cuanto a las primas de Vida crecerán un 4,8% en términos nominales en 2022, alcanzando los 3,1 billones de dólares a finales de año. Sin embargo, en términos ajustados a la inflación, las primas de Vida se contraerán un 0,2% en 2022 y volverán a crecer en 2023. Este crecimiento se basa en la mayor concienciación sobre el riesgo y la demanda de productos de protección tras la pandemia. Además, aunque los siniestros relacionados con el Covid-19 persistirán en 2022, su volumen probablemente disminuirá, lo que contribuirá a mejorar la rentabilidad del seguro de Vida.

Fuente: Grupo Aseguranz

Historias de la Historia del Seguro

El apocalipsis del seguro



*Por: Pasqual Llongueras
Presidente de Génesis Latam Consulting
Secretario General de La Alianza del Seguro*

Cuando Noé recibió el encargo de Yahvé de construir un arca que albergara distintas especies animales, estaba claro el destino de la humanidad: su des-trucción. Dios había decidido que sólo había una manera de eliminar la mal-dad de los hombres de la Tierra, y era inundar de agua el planeta. Así, duran-te meses, el Arca de Noé fue el único vestigio de vida y él se convirtió en el padre de la hu-manidad. Fue tal vez la primera medida preventiva que Yahvé tomó para salvar la humanidad, pero no lo consiguió, porque la humanidad es la que es.

Desde entonces, se ha predicho la destrucción del mundo en varias ocasio-nes, pero nunca ha suce-dido. La última, con el auge de la inteligencia artificial y la robótica: el robot superará al ser humano y la humanidad desaparecerá. Seis mil años después del Diluvio Universal, seguimos construyendo le-yen-das que esconden la realidad: aunque sea im-perfecto por naturaleza, sólo el ser humano puede

construir o destruir el mundo. Al menos, mientras no se demuestre lo contrario.

Y en este absurdo y entretenido debate anda tam-bién el seguro. ¿Desaparece el riesgo? ¿Desaparece-rán los accidentes? ¿En qué medida la tecnología cambiará la mentalidad y actuación de las per-sonas? ¿Qué ocurrirá con los puestos de trabajo? ¿Seremos felices? Y mientras una parte del mundo anali-za cómo aplicar la inteligencia artificial en la prevención, de tal manera que el ser humano ya no está en la mayoría de los puestos de trabajo, en otra parte del mundo se sigue formando a los pro-fesionales bajo criterios 'noenianos', es decir, con principios que no servirán y con conocimientos ca-ducos.

El problema que atisbo es una falta de criterio en el análisis que realizan las distintas sociedades. Los países con baja accidentalidad seguirán sien-

do países con menor accidentalidad todavía, y los países con alta tasa de siniestralidad (dado que muchos siguen cánones de aprendizaje superados) seguirán con tasas altas de siniestralidad, o bien recibirán el impacto de la transformación de los modelos de trabajo y, por lo tanto, perderán la visibilidad del horizonte en el que han crecido.

El seguro se halla en la misma disyuntiva que muchas disciplinas profesionales: debe cambiar el contexto de su análisis porque cuando se dé cuenta no existirán los 'aseguradores de manual' y no sabrán qué seguro aplicar porque los riesgos se habrán desplazado, o bien serán mucho más prevenibles. En otras palabras, que el mundo del seguro debe copiar los movimientos de la Tierra: igual que gira sobre sí misma, gira también alrededor del Sol. Siendo así las cosas, debe ir abandonando el movimiento endógeno para sobrevivir y pensar en una prevención exógena, resultante de la transformación de nuestra sociedad.

Nuestro hándicap, natural por otra parte, es que hemos aprendido lo que no va a existir ni a aplicarse, somos huérfanos en el presente, porque vivimos del pasado; ignoramos lo que no sabemos porque nunca hemos aprendido lo que no existe, y sin embargo lo que no existe hoy es el mundo que vamos a vivir. Esto genera desconcierto y pánico escénico: si no sabemos cómo será el mundo, ¿cómo tenemos que organizarnos para vivir en el no-mundo? Buena pregunta.

Lo primero es desaprender. Lo que sabemos, en su mayoría, no sirve. Y luego tenemos que aprender a aprender. Si no queremos caer en la trampa que nos tiende la revolución del mundo, tenemos que asumir la iniciativa del cambio y entender que, por alguna razón, el mundo se ha transformado sin que nos demos cuenta, y esto nos obliga a inspeccionar el nuevo mundo, ver cómo avanza, qué cosas nuevas trae y cuál es nuestro lugar. Y así entenderemos que los jóvenes de hoy no son los jóvenes del mañana, que nacen distintos, que hablan distinto y actúan distinto. Nuestra educación ya no les sirve de referencia y nuestra obligación es como construir valores que den sentido a la vida de la gente y que se adapten a los nuevos modelos sociales.

Por lo tanto, si la juventud deja de existir, porque ya los clasificamos según la edad y la tecnología de la

cuna (generación, Y, Z, X, alfa...), y nosotros que-remos vivir en este mundo, vayamos pensando en otro rol profesional y, especialmente, en adoptar una actitud de aprendizaje y vital que nos sitúe en una posición donde nadie nos expulse.

Cuando Noé probó las primeras uvas que había sembrado, se embriagó y fue escarnio de su hijo Cam. Aunque vivió, dicen, 950 años, no deja de ser un 'baby boomer' de su generación, donde la uva era lo nuevo, como lo es la tecnología: no debe ni embriagarnos ni asustarnos el futuro, debe movernos a curiosidad, a nuevos aprendizajes, a descubrir los nuevos modelos laborales, a entender que el conocimiento seguirá siendo necesario, y a trabajar para ver cómo y con quién vamos a convivir. ¿Acaso el caballo no fue sustituido por el auto y nos parece lo más natural? Podrá parecerlo, pero a finales del siglo XIX lo más natural era también convocar congresos para preguntarse qué hacer con el estiércol que inundaba las ciudades. Este es el dilema: si la realidad no existe, pero vamos a vivir en la realidad, ¿en qué realidad vivimos o viviremos?

Cuando la pregunta se encierra en un círculo vicioso, tenemos la sensación de que nos engañan viejos feriantes para robarnos el camino. Pero no es así, una cosa es el debate intelectual, técnico o científico, y otro que nuestra realidad está cambiando a una velocidad que no somos capaces de observar. Y en el mundo del seguro está ocurriendo exactamente lo mismo, cuando pensamos que estamos preparados para reducir ciertos accidentes, los riesgos habrán disminuido, serán predecibles, gracias a la inteligencia artificial.

Estamos en una lucha contrarreloj para atrapar el tiempo, cuando es el tiempo que nos empuja a adelantarnos al tiempo. No nos obsesionemos, observemos lo que ocurre y estemos abiertos a entender nuevos mundos que surgirán de nuestro mundo. O lo que es lo mismo, no esperemos que llegue el apocalipsis, porque Yahvé no está por estas historias. Si el mundo se inunda de agua no será únicamente por la lluvia, sino por nuestra incapacidad para defender el medio ambiente y ver como se deshacen los témpanos de hielo del polo.

El apocalipsis está en nuestras manos. Mejor andar prevenidos y aplicar la Agenda 2030 que aprobó la ONU.

Exigencia desmedida, acoso laboral y acoso sexual: cuándo se cruza el límite y cómo abordarlo



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

Para algunos jefes y ejecutivos, todo vale en el camino del "éxito" en los negocios, solo cuenta el número final. Son muchos los que piensan que no importan los medios, lo único importante son los fines. Podemos afirmar que los medios son tan o más importantes que el propio resultado. ¡El proceso también es el resultado!

Del mismo modo ocurre con el liderazgo de equipos. Hay un límite muy delgado que distingue la exigencia del acoso. Muchas veces, los jefes con ciertos estándares pretenden que quienes colaboran con ellos en sus equipos acepten cualquier tipo de comportamiento con tal alcanzar los objetivos.

En esta dirección, nos parece importante distinguir entre diferentes conceptos que muchas veces suelen confundirse.

α. Estrés

La carga de trabajo excesiva puede conducirnos al estrés, definido como la tensión provocada por diferentes situaciones, en este caso laborales, agobiantes.

Un aspecto no menor para considerar es que es destructivo cuando el mismo es excesivo o sostenido en el tiempo. Si bien no hay una intencionalidad de impactar negativamente en otros, cada vez -lamentablemente- está más presente.

En los pasillos de las empresas – tanto físicos como virtuales- se escucha recurrentemente de la cantidad de trabajo y la sensación de que, por más que se trabaje las 24 horas, los 7 días de la semana, es imposible satisfacer esa demanda.

b. Maltrato gerencial

Hay determinadas personas que naturalizan una manera de conducción que incluye la conducta tiránica por parte de directivos, sometiendo a los colaboradores a una presión muy intensa, de manera constante. En esa interacción, es reiterado el trato con cierto grado de violencia psicológica.

Si bien era mucho más visible en tiempos pasados, aún en el presente hay numerosas empresas en lo que ello se lleva a cabo habitualmente. Lo más curioso es que nada de lo que se realiza está oculto, todo es visible y se hace en forma pública.

Los maltratadores no toman dimensión de sus acciones y su ofensa hacia sus reportes lo toman como un mecanismo de exigencia. Uno de los argumentos que suelen esgrimir es que cuando ellos se iniciaron fueron tratados de esa manera y que ese es el modo por el que se aprende apropiadamente. En términos coloquiales es el "garrote, garrote, garrote".

¿Es acoso laboral?

Si bien estas dos situaciones descriptas son nocivas tanto para las personas impactadas como para las empresas, no constituyen acoso.

Marie-France Hirigoyen, médica psiquiatra, psicoanalista y psicoterapeuta de familia especializada en la terapia del acoso moral o acoso psicológico, define al acoso como "cualquier conducta abusiva manifestada mediante comportamientos, palabras, actos, gestos, miradas o escritos que puedan atentar contra la personalidad, la dignidad o la integridad física o psíquica de un individuo, poniendo en peligro su salud-física o emocional."

De esta definición se derivan diferentes fenómenos

a. Acoso moral: la práctica ejercida en las relaciones personales, consistente en un trato vejatorio y descalificador hacia una persona, con el fin de desestabilizarla psíquicamente. Son parte de esta forma de relación la humillación y la falta de respeto por el otro como persona

b. Acoso laboral: es la práctica ejercida dentro del ámbito del trabajo, y que consiste en someter un empleado a presión psicológica constante para ge-

nerar su marginación.

Las principales características que se destacan son:

- Es acotado al ámbito laboral o profesional
- Por su propia naturaleza es destructivo en el otro. La propia intencionalidad es la de impactar negativamente en la víctima
- Los caminos y comportamientos utilizados siempre tratan de ser ocultos, resultando el efecto negativo altamente nocivo

Para que un estilo de conducta se convierta en acoso laboral debe cumplir con tres condiciones:

1. Debe sostenerse a través del tiempo, no es algo esporádico
2. Tiene que haber reiteración de la conducta
3. Hay insistencia con el tipo de actitud

Algunas de las conductas observables del acoso moral o el laboral pueden ser: crítica injusta o exagerada, inducción al error, marginación o ignorar a la persona, ridiculización, gritos o amenazas verbales o escritas

c. Acoso sexual

En este caso el comportamiento inapropiado se produce en función del sexo, siendo de carácter desagradable y ofensivo para la persona que lo sufre. Son dos los aspectos negativos que confluyen según la Organización Internacional del Trabajo:

1. No deseado y no consensuado
2. Ofensivo

Algunos de los comportamientos pueden ser: insinuaciones, contacto físico no deseado, acercamientos innecesarios, miradas lascivas u observaciones de tipo sexual, solicitud de favores sexuales, mensajes de tono íntimo, exhibición de pornografía, forzar a tener contacto físico, gestos sexuales agresivos y exigencias sexuales, verbales o de hecho

Vale la pena aclarar que el acosador puede utilizar como mecanismo el aislamiento del acosado, tomar como pretexto el trabajo para efectuar ataques personales y conducirse al territorio de lo privado e íntimo. El propósito que persigue siempre es el mismo: generar un impacto negativo en

la otra persona, denigrarlo; su accionar tiene una naturaleza perversa.

Lo que hace tiene una clara intencionalidad de degradar al otro. Hirigoyen resalta que el acosador es, en realidad, débil. El acosado tiene algo que el acosador desea y no va a tener nunca. El acosador es especialista en humillar y debilitar al otro, sin dejar huellas visibles. El acoso es inodoro e incoloro, pero de sabor amargo

¿Qué hacer si somos víctimas de acoso?

1. Reconocer la situación. Es un paso indispensable y muchas veces-por múltiples motivos- no se lleva a cabo
2. Compartirlo con personas de extrema confianza para que ayuden a actuar
3. Recurrir a las instancias organizacionales para que tomen acción. Muchas empresas no suelen tener esta opción y, además, hay complicidad de los directivos con los victimarios, generando que los acosados sean víctimas por duplicado
4. Pedir ayuda a los especialistas para iniciar el camino de la recuperación de la autoestima y la curación de las heridas emocionales

Algunas recomendaciones para tener en cuenta:

- Intentar documentar por el medio que sea posible – grabación, filmación, copia de los mensajes, testimonios-
- Intentar no estar solo cuando exista la posibilidad de encontrarse con el acosador
- No reaccionar impulsivamente ante la agresión. Si bien es muy difícil, es muy importante poder mantenerse en el eje para poder actuar fríamente y no pasar de víctima a victimario rápidamente. No tomar decisiones apresuradas en estado emocionalmente tenso
- Estar siempre atentos, porque en el momento menos pensado puede suceder un incidente, aún después de un tiempo prolongado
- Consultar con aquellos que tenemos confianza y con los que saben del tema
- No perder la dignidad, por ninguna circunstancia

Desde ya, abogamos por perseguir la excelencia y los mejores resultados. Pero ello debe realizarse a través de mecanismos nobles, a partir del compromiso y fidelización de los colaboradores y de procesos de trabajo del primer nivel. No puede lograrse humillando a nadie, la exigencia desmedida genera impactos nocivos en los otros.

Asimismo, ningún jefe tiene el derecho de considerar a los integrantes de su equipo como un objeto y destratarlo, excediéndose inapropiadamente. Del mismo modo, la perversión debe ser detectada tempranamente, sancionada y erradicada inmediatamente.

Es responsabilidad de las propias empresas diseñar e implementar las medidas preventivas y correctivas para evitar la presencia de esta toxicidad y garantizar la seguridad psicológica y ambientes saludables, libres de cualquier tipo de violencia.

Tenemos que considerar que cualquiera de nosotros es una víctima potencial de acoso y siempre tenemos el derecho humano de exigir el respeto y trato digno, independientemente de la actividad, profesión o rol que ocupemos. Nada puede justificar las conductas violentas o miserables, ni a las personas violentas o miserables, nunca.



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)

PROGRAMA INTERNACIONAL EN SEGUROS



CON
CERTIFICACIÓN
UNIVERSITARIA



FORMACIÓN
ONLINE
SINCRÓNICA

¡INFÓRMATE!

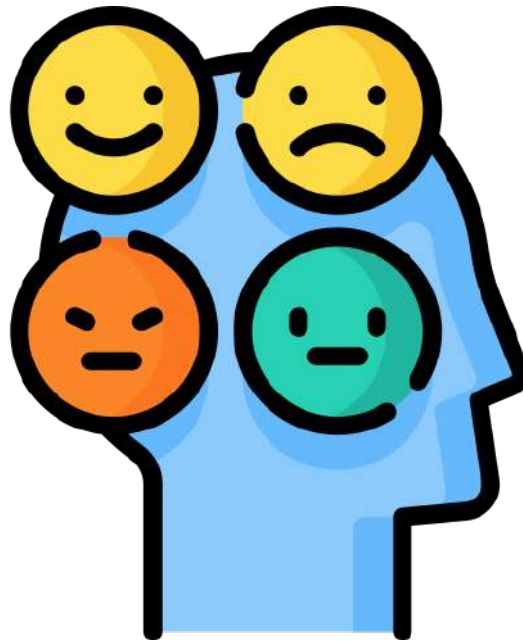
info@genesisconsulting.es

www.genesisconsulting.es

El poder de las emociones

Por: Andrea Suxo

Licenciada en Derecho Summa Cum Laude



Le dijeron alguna vez: “no estés triste”, “no llores”, “no te enojés”, “no te pongas así”. Seguro sí, y esto se debe a que son frases que escuchamos e incluso decimos seguido porque hemos normalizado la represión de las emociones. Es por eso que es importante comprender el poder de las emociones y entender por qué es importante permitirnos experimentarlas.

Las emociones son reacciones que todos los seres humanos sentimos. Son respuestas que nuestro cuerpo nos da ante situaciones que pasan a nuestro alrededor, estas situaciones pueden ser entre los demás, de los demás hacia nosotros o de nosotros con nosotros mismos. Las emociones nos brindan información sobre cómo debemos actuar ante lo que nos está pasando, y nos ayudan para expresar nuestras necesidades.

Primero, es importante entender para qué sirven las emociones, estas son portadoras de información, nos permiten saber qué es lo que necesitamos en cada situación, su objetivo es que entendamos nuestra necesidad, la cumplamos y estemos felices.

Existen muchísimas emociones, pero para empezar podemos partir con la clasificación de las 6 emociones primarias: estas son alegría, amor, miedo, tristeza, asco e ira. Creo que podemos acordar que todos experimentamos estas emociones a lo largo de nuestra vida, sin embargo, en la mayoría de los casos no somos conscientes de que un mal manejo de estas emociones, por ejemplo, la represión o no expresión puede acarrear muchos bloqueos, e incluso puede resultar en síntomas. Esto debido a que cada emoción tiene una función

adaptativa, si no las sentimos perdemos la función que esta emoción nos podría ofrecer.

Las emociones primarias generalmente son más certeras a lo que probablemente pensamos nosotros, por lo que en los momentos que pensamos una cosa, pero sentimos otra, hacerle caso a nuestro cuerpo seguramente tendrá mejores resultados que hacer caso a la razón.

Las emociones nos ayudan a conocernos mejor y, por ende, saber que necesitamos, el conocimiento y adecuado manejo de las emociones aumentan la autoestima, nos ayudan a ser más felices con nosotros mismos y con los que nos rodean.

Ahora, ¿Por qué si todas nuestras emociones son cruciales en nuestra vida, pretendemos o elegimos ignorarlas o no sentir las? Una manera de entenderlo, es analizando cómo fueron tratadas nuestras emociones en nuestra infancia. Hay que considerar el respeto que hubo hacía nuestras emociones, es decir, si las personas que nos criaron respetaban nuestras emociones, si fueron capaces de entender que estas emociones tienen derecho a existir, mas allá de si están de acuerdo o no con esta emoción, mas allá de si ellos se dejaban sentir esa emoción.

¿Qué pasa cuando no se respeta esa emoción? El niño elabora mecanismos para que esa emoción no aparezca. Existen dos tipos de mecanismo comunes que desarrollan los niños para no contactar con las emociones cuando los adultos no permiten dichas emociones:

Uno de estos mecanismos es permitirse sentir la emoción, pero evitar su expresión, es decir, el niño no muestra lo que está sintiendo, simplemente lo reprime e internaliza.

El otro mecanismo, impide la experimentación de la emoción, el niño ya no siente el enojo o la tristeza, es tanta la prohibición que el niño no se permite sentirla.

Por ejemplo, si en el hogar no permiten que el niño sienta tristeza, los papás constantemente le dicen

que no se sienta así, que no está bien, que no llore. Es muy probable que el niño inconscientemente deje de sentir esta emoción, se anestesia completamente de sentir la tristeza.

¿Qué pasa cuando los niños no pueden expresar las emociones? suelen reemplazarlas por otras que, sí son permitidas en su contexto, por ejemplo, reemplazan la tristeza por enojo o en lugar de enojarse, se ríen, en lugar de sentir miedo se enojan, en lugar de sentir tristeza sienten miedo.

Es importante recalcar que no solo se prohíben las emociones de baja vibración que serían el miedo, la tristeza, el asco y la ira. Si no que a veces también se les prohíbe la alegría o incluso el amor, desde muy pequeño el niño anestesia el sentir esa emoción que está prohibida.

A medida que el niño crece, el sistema de prohibición de la experimentación de emociones sigue presente y se sigue afianzando. Si la persona no puede transformar esta prohibición se vuelve parte de su día a día. Y esta prohibición afecta de distintas maneras en distintos ámbitos. Especialmente en las relaciones y en el ámbito del físico.

¿Por qué? ¿Qué pasa con las emociones cuando no nos permitimos experimentarlas? Las emociones no se van, no desaparecen, no se diluyen, simplemente se van acumulando hasta que en algún momento aparecen de manera explosiva. Es como ir llenando un globo de aire, cada vez más y más y esperar que no explote.

Alguna vez conocieron a alguien que nunca se enoja y de repente un día por algo súper cotidiano o pequeño tienen una reacción sumamente desproporcionada, por ejemplo, alguien se cuele en la fila o está caminando detrás de alguien que va muy lento y la persona se enoja muchísimo. Esta reacción se debe a que todo su enojo acumulado necesitaba salir. Normalmente cuando reaccionamos de manera desproporcionada es porque llevamos a cabo este mecanismo, reprimimos emociones y las acumulamos hasta explotar.

Esta acumulación no es nada sana, por ejemplo, las personas que acumulan mucho el enojo generalmente se vuelven más antisociales, los que acumulan tristeza tienden a tener depresión, los que acumulan el miedo tienen fobias debido a que focalizan todos sus miedos en algo específico, los que acumulan alegría pueden llegar a ser personas maníacas, los que acumulan amor cuando se enamoran es perdidamente, es un amor dependiente o incluso infantil porque no conocen como experimentar esta emoción por lo que lo hace de manera primitiva.

Ahora, ¿Cómo nos damos cuenta que estamos anestesiando nuestras emociones? ¿Cómo hacemos para saber si estamos sintiendo de manera adecuada y en el monto adecuado? Si bien es difícil, es importante fijarnos en una sensación, si nos sentimos ordenados en la situación que estamos viviendo. Es decir, pensamos en la situación que vivimos, la repasamos e identificamos si la emoción estaba acorde a la situación o estuvo por demás o por de menos, analizamos si nuestra emoción fue acorde a la situación. Este ejercicio nos puede ayudar a ver si estamos reprimiendo alguna emoción o si alguna está reemplazando a otra.

Existen más de 150 emociones que en niveles aceptables y saludables son necesarias para el buen funcionamiento psíquico, cuando no nos permitamos sentir las no podemos contar con las funciones asociadas a ellas, por lo que es importante conocer las más comunes.

La tristeza tiene la función de ayudarnos a sobrellevar las pérdidas, como mencionamos antes. Si no experimentamos tristeza, no podemos elaborar las pérdidas, también nos ayuda a la introspección y reconciliación porque nos permite entender que nuestra necesidad de amor y afecto no está siendo atendida.

El Miedo tiene una función de protección. Si no sentimos miedo, corremos riesgos innecesarios, cuando intentamos bloquear el miedo o negarlo no es saludable, el miedo está ahí por algo, esta para protegernos. nos prepara para la huida, la evitación el afrontamiento o la protección frente al peligro.

El enojo tiene la función de establecer y proteger nuestros límites, si no conectamos con nuestro enojo no ponemos límites a los abusos. Nos da recursos para autodefensa o ataque, nos ayuda marcar nuestros límites.

La alegría tiende a la acción al contacto con los demás al pensamiento flexible, nos permite entender que hemos alcanzado una meta o que ha ocurrido algo beneficioso. Su función adaptativa es disfrutar de lo ocurrido

La Sorpresa nos ayuda a focalizar la atención en lo imprevisto para defendernos de cualquier amenaza.

El asco nos permite el rechazo o evitación de aquello que nos puede perjudicar.

La Culpa sirve reparar y hacer las cosas de diferente manera la próxima vez.

La Admiración nos ayuda a imitar lo que nos gusta La Curiosidad lleva a la exploración y el aprendizaje. Todas las emociones tienen funciones importantes para nuestro día a día y es por eso que es tan importante entender el poder de las emociones, tenemos que dejarnos experimentar todas y cada una de ellas, nuestro cerebro y cuerpo son muy inteligentes, todas las reacciones que tienen son por una razón.

La represión de las emociones tiene un efecto a largo plazo, debido a que esta represión no nos permite identificar nuestras necesidades e incluso afecta en las relaciones sociales. Porque nuestro contexto no va a poder adaptar sus reacciones a nuestra necesidad porque no mostramos lo que necesitamos. Incluso llegamos a somatizar emociones y presentar malestares psicológicos e incluso físicos.

Es por esto que los invito a dejarse sentir sus emociones y a sanar a nuestro niño interior, empezar a reflexionar sobre cuando han invalidado nuestras emociones y de donde surge nuestros mecanismos de represión para empezar a liberar, sentir y ser más felices.



NACIONAL
SEGUROS



SALUD
FLEXIBLE

Salud Flexible te sorprende

¡Por la compra de tu póliza
participas en el sorteo de
TV, Tablets y Portátiles!

ESCANEA PARA SABER MÁS



Promoción válida para compras del
seguro Salud Flexible durante agosto
y septiembre a nivel nacional.



Actividad autorizada y fiscalizada por la Autoridad de Juegos. Periodo de duración del 1 de agosto al 14 de octubre de 2022. Los participantes que adquieran un Seguro de Salud Flexible participan de un sorteo de portátiles, tablets y televisores, se llevará a cabo el día 7 de octubre de 2022 en oficinas de la regional Santa Cruz, Av. Santa Cruz, esq. Calle Jauru No. 333 a hrs 15:00. Los premios serán entregados el 14 de octubre en las oficinas de la regional que corresponda cada ganador. Más información: <https://www.nacionalseguros.com.bo/blogs/salud-flexible-te-sorprende>

800 10 7000

www.nacionalseguros.com.bo



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

El futuro del ecosistema cripto: un experto asegura que Bitcoin

Bitcoin (BTC) es una inversión considerada como riesgosa para los especialistas al ser un instrumento de naturaleza variable y que puede cosechar grandes oscilaciones de valor en pocas horas.

Un ejemplo de su naturaleza es el alza en su precio registrada en el inicio de la semana, donde se ubicó en la órbita de los u\$s24.100 por unidad, pero este martes su cotización cayó 2.2% y se ubica en el valor de u\$s23.500.

Pero pese a este comportamiento tan irregular y a la estrepitosa caída que llevó a BTC a perforar el suelo de u\$s20.000 en junio, para el especialista Mike McGlone, estratega de materias primas de Bloomberg, la criptomoneda creada por Satoshi Nakamoto, es probable que Bitcoin pase





Bitcoin se encuentra lateralizando, pero los expertos ponen el foco en un valor que consideran clave para anticiparse a un posible nuevo ciclo alcista.

a ser un activo sin riesgo en el segundo semestre de 2022.

En una entrevista brindada a Cointelegraph, McGlone anticipó que se producirá "una transición" con Bitcoin que lo pondrá en órbita de "un activo de riesgo como los bonos y el oro, y luego menos un activo de riesgo como el mercado de valores".

Para este experto, el mercado de las criptomonedas ha eliminado la mayor parte de los excesos especulativos que marcaron el año 2021 y ahora está sembrando las bases para un nuevo repunte.

Además, McGlone prevé que la agresiva subida de los tipos de interés aplicada por la Fed para frenar la inflación en Estados Unidos llevará a la economía mundial a una recesión deflacionaria, escenario que favorecerá a BTC.

Bitcoin: la nueva meta es u\$s28.000

Bitcoin se encuentra lateralizando, pero los expertos ponen el foco en un valor que consideran clave para anticiparse a un posible nuevo ciclo alcista.

En diálogo con iProUP, el experto en criptomonedas Camilo Rodríguez subraya que si bien "todos los mercados están en un punto de inflexión muy importante", BTC podría tomar impulso y dar un fuerte salto.

"No hay una confirmación de continuación alcista hasta que BTC mantenga los u\$s24.100. Si logra mantener ese nivel, podría ir hacia un cierre muy importante y tomar impulso hacia los u\$s27.500 o u\$s28.000", advierte el experto.

"El patrón está dado para que continúe con su lateralización, sin embargo, una ruptura podría ser inminente y esto llevaría a BTC a lo que fue la zona de la ruptura bajista que comenzó en inicios de junio", añade Rodríguez.

Además, el especialista en criptomonedas agrega en diálogo con este medio que "en lo personal considero que se viene una recuperación bastante agresiva para BTC si sale de esta ruptura y empieza una tendencia".

"Es importante destacar que solamente cuando BTC está en un rango, las monedas alternativas tienen la oportunidad de escalar", agrega Rodríguez.

Por su parte, el especialista en metaverso y socio fundador de CrypStation, Mauro Liberman, añade a iProUP que el mercado está experimentando algunos 'pullbacks', forma en la que se denomina a la recuperación de algunas zonas fuertes de soporte que muchas monedas habían perdido en el "criptoinvierno" que golpeó con fuerza al ecosistema.

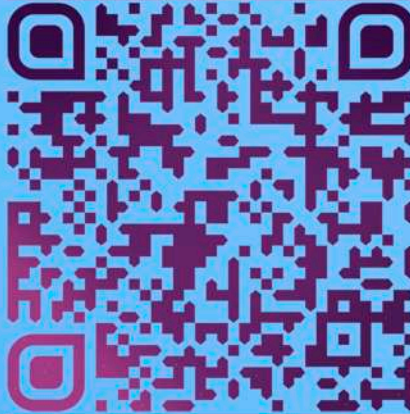
Liberman agrega que si Bitcoin rompiera la barrera de los u\$s22.600, la próxima meta para la criptomoneda con mayor capitalización de mercado es acercarse a los u\$s28.000 por unidad.

Fuente: iproup.com



Crediseguro

10 Años



Porque todo puede pasar

Elige tu cobertura y asegúrate.

Narrativa sobre subvención



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

En el desenvolvimiento de la economía, el “Gobierno” actúa como agente económico y puede influir en la economía mediante: impuestos, gasto público, deuda pública y regulación. Los dos primeros tienen una gran interrelación ya que se requieren ingresos para poder realizar gastos por parte del gobierno, y la fuente genuina de financiamiento son los impuestos que se cobra mediante el sistema tributario. Cuando los ingresos son menores a los gastos resultan en un déficit fiscal, se recurre a la deuda pública como fuente de financiamiento. La deuda pública es una obligación de pago generada por la contratación de préstamos que pueden ser adquiridos por un Estado de fuentes internas o el exterior.

Dentro de los componentes del gasto fiscal se asigna una subvención que se define a cualquier asistencia o incentivo gubernamental, en efectivo o especie, hacia sectores privados -productores o consumidores-, respecto de la cual el Gobierno no recibe a cambio compensación equivalente.

En el país se tiene asignado presupuestariamente para los siguientes productos que tienen subvención: Diesel, gasolina, gas natural, GLP, electricidad, arroz, harina y maíz. En los alimentos abarcan desde el acopio de los productos hasta la etapa de su comercialización. Esta política pública de subvención logra que los derivados como la carne de

pollo, cerdo, leche y huevo mantengan precios estables. Es decir, se benefician en la actualidad a los consumidores a costa de afectar los incentivos de los productores hoy y a futuro de aumentar la producción de los mismos.

Respecto al impacto económico en el poder adquisitivo de las personas que se benefician de la subvención significa que pueden acceder a los productos con precios regulados y fijos, que además permitió que la tasa de inflación registre niveles bajos y por lo tanto que se suavice la elevación del costo de vida.

El costo de vida medido con la tasa de inflación durante el período 2006 al 2021¹ van de un mínimo de 0,26 por ciento el 2009, a un máximo de 11,85 por ciento el 2008 y un promedio de 2,33 por ciento durante los diez y seis años, que significa que el ingreso fijo de las personas fue afectado de forma moderada según la variación del Índice de Precios al Consumidor (IPC).

El agente económico “Gobierno” determinó un gasto presupuestario programado para subvención de la gestión 2022 de Bs 5.088,3 millones, distribuidos en: Servicios básicos Bs 125,6 que representa un 2,5 por ciento; Alimentos 168,1 que representa un 3,4 por ciento y para hidrocarburos Bs 4.794,6 que es un 94,1 por ciento (ver Cuadro 1).

El monto total programado de la subvención² respecto al total de la recaudación de impuestos es de un 10,1 por ciento, y con relación al total del gasto corriente del sector público es 3,8 por ciento.

La política fiscal de subvención en las tarifas de hidrocarburos, electricidad y algunos alimentos en la actualidad permite a los consumidores acceder a precios regulados y su abastecimiento, pero afecta la producción nacional y creación de nuevos puestos de trabajo.

¿Es sostenible mantener esta política de subvención?

La subvención sólo puede continuar en el mediano plazo, mientras el país cuente con ingresos fiscales sostenibles (ahorro público), nivel de Reservas Internacionales Netas (RIN) que solventen cuatro meses de importación y acceso a financiamiento externo para inversión en obras públicas. Suprimir la subvención a hidrocarburos y alimentos, los precios aumentarían y trasladarían el costo de esta medida económica hacia los consumidores. La perspectiva sobre la continuidad de la subvención está sujeta a una restricción de financiamiento que si no se la cumple, estaríamos caminando en el sendero hacia niveles de tasas de inflación elevadas, caída de la producción y desempleo.

La política de subvención a los combustibles en Bolivia se mantiene desde el siglo XX, sin embargo, es bastante difícil que se mantenga indefinidamente, por las restricciones de financiamiento que tiene un límite.

¿Cómo hacer cuando llegue el tiempo de eliminar la subvención?

En el actual contexto interno que vive el país y el factor externo de incertidumbre es complejo y difícil suprimir la política de subvención. Por otra parte, durante los últimos 17 años se aprobó y ejecuto presupuestos públicos expansivos del gasto fiscal en la creación de empresas públicas y redistribución del ingreso mediante bonos y subvención, hechos económicos históricos que permi-

ten proponer la siguiente hipótesis: “que se mantendrían las actuales políticas públicas”. Este supuesto la verificaremos hasta el 31 de octubre de la presente gestión³ cuando el Órgano Ejecutivo presente a la Asamblea Legislativa Plurinacional el proyecto de Presupuesto General del Estado 2023.

La política de subvención en Bolivia puede mantenerse en el mediano plazo siempre y cuando despeguen con éxito proyectos como la industrialización del litio, la exportación de energía eléctrica, la producción de acero en la planta siderúrgica del Mutún, exportación de Urea, corredor bioceánico por carretera y tren, y otros proyectos mediante una alianza pública y privada. Estos proyectos estratégicos permitirán al país contar con mayores recursos y continuar con las políticas expansivas del gasto fiscal.

En el mediano y largo plazo los riesgos económicos y financieros son las restricciones de las fuentes de financiamiento a los desequilibrios fiscales mediante créditos del Banco Central de Bolivia, desgaste del stock de reservas internacionales netas y elevado endeudamiento externo e interno, que tiene que analizarse exhaustivamente para prever una futura crisis y elevado costo de bienestar de la sociedad.

Referencias:

1. Utilizando año base 2016, según publicación “Memoria de la economía boliviana 2021”.
2. El PGE 2022 utilizó un precio referencial de \$us50,47 por barril de petróleo y durante el segundo trimestre se elevó por encima de los \$US100, que significa que se incrementan los ingresos fiscales y también los gastos fiscales para cubrir la subvención de los derivados de los hidrocarburos que será incorporado en un presupuesto reformulado 2022 a consideración de la Asamblea Legislativa Plurinacional antes del tratamiento del proyecto del PGE 2023.
3. Fecha estimada por la Constitución Política del Estado.

CUADRO 1 PRESUPUESTO GENERAL DEL ESTADO 2022 ASIGNADO PARA SUBVENCIÓN

| Subvención | En millones de bolivianos | Porcentaje (%) |
|-------------------|---------------------------|----------------|
| Servicios básicos | 125,6 | 2,5 |
| Alimentos | 168,1 | 3,4 |
| Hidrocarburos | 4.794,6 | 94,1 |
| Total | 5.088,3 | 100,0 |

FUENTE: Presentación del PGE 2022 por el Ministerio de Economía y Finanzas Públicas

El auge del Wealthtech en LATAM

En algunos países de la región surgieron regulaciones que incentivaron su crecimiento.

En América Latina, el segmento de las wealthtech en LATAM comienza a ganar terreno. Se trata de startups que utilizan tecnologías innovadoras -como la inteligencia artificial y el Big Data- y ofrecen a empresas tradicionales una alternativa para gestionar su patrimonio. Su objetivo es automatizar todos los servicios de inversión y gestión patrimonial.

En algunos países de la región surgieron regulaciones que incentivaron su crecimiento y otra de las variables que las ayudó a escalar es que los latinoamericanos están cada vez más interesados en las finanzas digitales.

¿Cuál es el estado de las wealthtech en LATAM?

Tomás Troncoso, Master of Finance en Clever

Una de las grandes innovaciones dentro de la industria wealthtech son los roboadvisors, un servicio automatizado ("robo") de asesoramiento de inversiones ("advisor"), proporcionado por asesores financieros con el objetivo de preservar, proteger y/o aumentar el patrimonio de sus clientes.

En la práctica, invertir mediante un robo-advisor, comienza con un cuestionario que completan los clientes, el cual es utilizado por la plataforma para recopilar información sobre su meta de inversión, tolerancia al riesgo, horizonte de inversión entre otros indicadores. Esta información es procesada mediante modelos financieros para otorgar al cliente una propuesta de portafolio de inversión en base a sus objetivos.

La industria mundial de los robo-advisors dentro



del área wealthtech ya cuenta con varios años de historia (desde el 2008), y ya supera los USD 1,4 trillions de dinero bajo administración. Tiene grandes casos de éxitos como Wealthfront, comprado este año por UBS por USD 1,4 billions, o Nutmeg, comprado el 2021 por J.P. Morgan por más de USD 900 millions.

Particularmente en Chile, esta industria también ha tenido un crecimiento exponencial, superando los USD 750 millions de AUM y más de 100.000 personas los utilizan. Este crecimiento se debe en gran parte a que estas compañías han logrado llegar a dos segmentos de personas:

1. Quienes no tenían acceso a la tradicional industria de inversiones.
2. Quienes a pesar de si tener acceso, se vieron cautivados por sus bajos costos, simpleza, programas de educación financiera y transparencia

En Clever, el robo advisor del grupo BICE, un equipo de inversiones de más de 30 personas configura que el portafolio ofrecido sea óptimo para el cliente y procura rebalancear continuamente manteniendo el nivel de riesgo y retorno esperado e incorpora diversas estrategias de inversión considerando, aparte de factores económicos, factores medioambientales, sociales y de gobernanza. Los portafolios de Clever cobran solo un 1,19% de remuneración anual, bastante más bajo que el precio que cobra la industria de inversiones tradicional de bancos. Además, cuenta con una atención híbrida (digital y humana) con asesores financieros profesionales.

Aún queda mucho por recorrer en Chile y todavía necesitamos aumentar la educación financiera de la población para que entiendan los beneficios de acceder a plataformas digitales en donde pueden manejar su dinero. Por otro lado, los robo-advisors tienen que seguir desarrollándose para ofrecer una mejor planificación financiera a sus clientes, incorporando atributos que ya son comunes en países desarrollados como permitir a las personas personalizar sus portafolios, apoyar en asesoría tributaria y ofrecer una gama más amplia de productos financieros.

EcoPaşanaku®

Esta entidad es supervisada por ASFI



4% Interés anual
Caja de ahorro programada

Pablo Juanes Roig, CEO de Banza

El crecimiento y dinamismo que viene experimentando el sector fintech en estos últimos años nos hace sentir, a quienes formamos parte de este ecosistema, que pertenecemos a la industria más sexy y pujante de América Latina.

Existen 1.524 instituciones en la región que ofrecen servicios financieros digitales, en las categorías de pagos, seguros, préstamos e inversiones, según el informe “Evolución del sector Fintech en Latam”, publicado por Finnovista en colaboración con Mercado Pago.

En Argentina, se triplicaron los jugadores del ecosistema fintech respecto a 2018, de acuerdo a datos de la cámara que agrupa a las empresas del sector. Y dentro de ese universo, la vertical que hace foco en el ahorro y las inversiones también creció con fuerza en los dos últimos años, con la aparición de nuevos participantes, de distintos tamaños y con diferentes ofertas para el usuario.

En paralelo, creció, además, la cantidad de cuentas de inversión abiertas en el mercado de capitales argentino: hoy son más de 5 millones. Todo esto es resultado de la inversión en tecnología y de la aparición de empresas disruptivas que acercaron a nuevos inversores al mercado.

En los últimos 2 años, en Banza hemos abierto más de 100.000 cuentas en todas las provincias de Argentina, y cada día son más las personas que se suman.

Hasta hace unos 3 años, para abrir una cuenta comitente y transferir los primeros pesos para invertir, por ejemplo, en un Fondo Común de Inversión (FCI), era necesario rellenar un formulario de 40 hojas, con firmas certificadas. Un procedimiento que las nuevas generaciones no alcanzan ni a imaginar.

Hoy, afortunadamente, la mayoría de las apps ofrecemos abrir cuentas con un onboarding online y en un proceso rápido y sencillo. Una cuenta de inversión se abre en menos de 5 minutos.

Lo mejor de esta revolución propiciada por la tecnología y acelerada por la pandemia, es que hay mucha competencia, y eso nos obliga a ofrecer cada vez más y mejores productos. De esta manera, el ganador es siempre el usuario.

Así las cosas, ahorrar e invertir ya no es para pocos. Gracias a las fintech, cualquiera puede invertir sin montos mínimos en fondos comunes de inversión denominados money market, comprar acciones o bonos, o comprar dólares en un par de clicks desde el teléfono celular.

Finanzas Embebidas es otra temática que está empujando muchísimo al sector y está dando que hablar. En sintonía con esto, en Banza construimos un ecosistema de APIs para que cualquier fintech pueda ofrecer instrumentos de ahorro e inversión, remunerar saldo de las billeteras virtuales de sus clientes, de una manera sencilla y escalable, y con tiempos de integración muy bajos.

La competencia es creciente y hay muchos jugadores, por lo que probablemente veamos fusiones y adquisiciones, además de nuevas inyecciones de dinero de fondos del exterior.

Sin embargo, el futuro será de las super apps. Es decir, los ganadores serán los que puedan robustecer su oferta de productos, de manera que el usuario pueda centralizar sus inversiones, pero también hacer pagos, contratar un préstamo o un seguro, además de transferir dinero e invertir en activos financieros. Y es aquí donde radica el mayor desafío de todos nosotros.

Francisco Errandonea, socio de SoyFocus.com

Cuando cumplí 18 años hice mi primera inversión. Eran recursos que tenía en una libreta de ahorro en la que mi abuela religiosamente me depositaba en cada cumpleaños. La experiencia no fue sencilla. Tuve que ir a una sucursal, esperar bastante a que me atendieran, firmar papeles, etc. Al final de toda la burocracia, me preguntaron en que quería invertir y me dieron infinitas opciones. Tratando de encontrar luz pregunté los costos, pero el problema matemático que tenía que resolver era tan enredado que me llevó a elegir aleatoriamente.

Me fue mal con esa inversión y no quise volver a saber del tema en muchos años.

Hoy no hubiera sufrido lo mismo con la aparición de soluciones tecnológicas que me darían el alta en pocos minutos y que después me recomendarían en que invertir basándose en mi perfil de riesgo y horizonte temporal de la inversión.

La unión entre tecnología y finanzas ha permitido no sólo reducir los costos significativamente, sino mejorar la transparencia y el servicio a los clientes, independiente de la cantidad de ceros en la billetera. Por eso son estas plataformas las que llevan, consistentemente, liderando los crecimientos de clientes en muchos países, y al no poseer extensas redes de sucursales ni sistemas legados, lo pueden hacer de una manera que permite ser eficientes y a costos más bajos.

La tecnología reduce significativamente las

trabas para invertir, eliminado esa sensación de que hay que tener experiencia o conocimiento para sacarle partido al dinero. Además, muchos de estos proveedores son empresas que trabajan entendiendo que no es necesario confundir al cliente para cobrar por un servicio, y eso en muchos casos se traduce en esquemas de precios mucho más transparentes y simples.

Hoy estamos en la etapa inicial de este cambio, los proveedores tradicionales siguen liderando las participaciones de mercado, aunque la brecha se va cerrando. Sin embargo, el sector tiene un gran desafío para adelante, que es el moverse desde el mundo de la inversión a dar soluciones de salud financiera a sus clientes, entregando recomendaciones en sus decisiones financieras más allá del ahorro.

Fuente: *es.rankiapro.com*



RSE

LBC
SEGUROS

¡CUMPLIMOS UNA VEZ MÁS!

Esta vez, cambiando 6 historias, generando emprendimientos y mejoras en su salud integral.

Ellos son: Anahí, Cindy, Silvia, Oscar, Jorge y José.

Conoce estas historias ingresando a: [f](#) [@](#) [in](#) [v](#)

Tecnología para 'humanos aumentados', un mercado de más de 60.000 millones de euros en Europa

Las soluciones y herramientas que mejoran las capacidades humanas, como la realidad aumentada y virtual, la biometría, los exoesqueletos, los wearables y la informática afectiva, entre otras, acapararán inversiones cercanas a los 60.000 millones de euros este año en el Viejo Continente, una cifra que se acercará a los 100.000 millones de euros en 2026, según IDC.

La tecnología que hace posible los llamados 'humanos aumentados', es decir, aquella que mejora y perfecciona las capacidades de las personas, crece a buen ritmo en Europa. Las últimas previsiones de la firma de análisis IDC así lo indican. Desde la consultora afirman que este año el mercado de 'human augmentation', que incluye la realidad aumentada y virtual, la biometría, los exoesqueletos, los wearables, la informática afectiva y otras tecnologías de perfeccionamiento humano, crecerá casi un 40% en el Viejo Continente y superará los 60.000 millones de euros. Un montante que se seguirá incrementando hasta aproximarse a los 100.000 millones de euros en 2026.

En IDC hacen estas previsiones al calor de la adopción, por parte de las empresas, de un

modelo 'digital-first' y la consiguiente adaptación a las nuevas realidades y políticas de trabajo que requieren soporte para casos de uso como la colaboración remota, la presencia virtualizada y el aumento de empleados. En esta línea, el analista Andrea Minonne explica que con el cambio de la cultura del trabajo que se está produciendo en Europa, muchas empresas están acelerando sus esfuerzos en transformación digital, lo que hará que cada vez oigamos más hablar del término 'humanos aumentados'.

“Vivimos en una época en la que la escasez de capacidades y de personal, las interrupciones de la cadena de suministro, las preocupaciones por la seguridad y los espacios de trabajo híbridos forman parte de nuestro día a día

—argumenta—. El aumento de profesionales será crucial para cubrir estas carencias y abordar las necesidades de la industria, y las empresas europeas utilizarán la tecnología para desbloquear nuevas habilidades y mejorar las existentes, al tiempo que crearán experiencias de los empleados basadas en lo digital".

Los dispositivos inteligentes y los wearables lideran este mercado

Las tecnologías de 'humano aumentado' que acaparan un mayor gasto en Europa —ya están, de hecho, plenamente asentadas en el mercado— serán los dispositivos inteligentes que los usuarios pueden activar mediante comandos de voz y los wearables, que alcanzarán, respectivamente, unos 36.000 millones de euros y más de 18.000 millones este año.

Otras como la biometría y la realidad aumentada y virtual se encuentran en una fase emergente, con unas previsiones de gasto de unos 3.200 millones de euros y más de 2.300 millones, respectivamente. Mientras, los dispositivos ingeribles, inyectables e implantables (con un gasto previsto de unos 620 millones de euros), los exoesqueletos (unos 290 millones de euros), las interfaces cerebro-ordenador (40 millones) y la informática afectiva (10 millones) siguen siendo aún un nicho incipiente con muchos proyectos todavía en fase de prueba.

Según la firma de análisis tendencias como el metaverso no harán sino incrementar las buenas perspectivas de este mercado.

Fuente: computerworld.es



Banca Omnicanal: cómo transforma a la industria y a la CX



Por: Camila Acosta
Content Manager en Debmedia

Históricamente, los bancos han enfocado esfuerzos en las transacciones dentro de las oficinas para responder a los clientes.

Sin embargo, en los últimos años, el sector financiero ha experimentado cambios rápidos, no solo por la transformación digital, si no por las exigencias de los clientes que esperan un alto nivel en el servicio.

Además, en los últimos años, líderes financieros han empezado a valorar soluciones digitales que; suponen que la banca digital será utilizada en 2022 tan solo en Estados Unidos por 200 millones de personas. (Un 77,2 % de la población)

De ahí que la banca omnicanal tome cada vez mayor relevancia y contribuya positivamente en la Customer Experience.

Pero, ¿Qué es la banca omnicanal?

Es la integración de diferentes canales de servicio y soporte que conviven entre sí y que permiten:

- Que los clientes cambien de un canal a otro sin inconvenientes.
- Que las empresas puedan ofrecer un servicio continuo y en tiempo real.

Explicaremos esto con un ejemplo:

Supongamos que X banco tiene un cliente al que se le aprobó un crédito hipotecario dentro de las oficinas.

Para hacer el pago de la primera cuota tiene dudas y solicita una videollamada con el ejecutivo para resolverlas sin necesidad de ir hasta la sucursal.

Desde allí comparten pantalla, se conectan cara a cara e incluso, el asesor graba la videollamada.

Luego de eso el cliente hace el pago a través de canales digitales desde una de las plataformas de pago.

Una vez ha realizado el pago inicia una conversación a través del chatbot del WhatsApp para comunicarse con un ejecutivo e informar que a través de mail ha enviado el soporte de pago.

Esto es Banca omnicanal, una experiencia unificada y flexible iniciada de una forma y terminada de otra, en la que el cliente utiliza diferentes canales para resolver su necesidad y:

- Se mejoran las relaciones.
- Se brinda asesoramiento personalizado.
- Se atraen clientes de forma proactiva.
- Se compra mejor a los clientes.

¿Por qué una banca omnicanal?

Los clientes necesitan flexibilidad y una selección amplia de puntos de contacto que se adapte a sus preferencias y resuelva los problemas de forma ágil. Así como, conectarse con representantes a través de diferentes canales integrados.

Por eso, los bancos o empresas del sector financiero necesitan redefinir la forma en que se gestionan los canales para brindar asesoramiento, servicios y productos desde múltiples dispositivos.

¿Qué beneficios trae trae consigo la banca omnicanal?

1. Se satisface las exigencias de los clientes que buscan simplicidad y comodidad sin importar el dispositivo o canal que escojan para solucionar sus necesidades.
2. Se recopila información de y en diferentes formas para optimizar el viaje del cliente y por ende, su experiencia.
3. Se convierte en una excelente estrategia para que los representantes de los bancos y los clientes se comuniquen más rápido y mejor, incluso sin tener que encontrarse en sucursales

físicas.

4. Se identifica y se controla la gestión e interacciones entre clientes y representantes para reducir el tiempo de comercialización de nuevos productos y servicios.
5. Se reúne información sobre la ruta de compra, así como el rendimiento operativo a nivel de canal.
6. Se habilita cada canal para atender a los clientes en el momento y lugar de su preferencia.

¿Qué necesitan los bancos para brindar una experiencia omnicanal?

Para mejorar la CX es necesario no solo centrarse en productos y servicios que el banco ofrece sino en los canales.

Si lo que se quiere es brindar una experiencia memorable en los clientes, el sector de la banca debe crear apps fáciles de usar que permita a clientes realizar transacciones y otro tipo de trámites desde teléfonos inteligentes.

Por ejemplo, conectarse a través de videollamada con un representante o solicitar un turno y ser notificado a su móvil a través de SMS para acercarse a la sucursal únicamente cuando le corresponde ser

Banca omnicanal, una experiencia unificada y flexible iniciada de una forma y terminada de otra, en la que el cliente utiliza diferentes canales para resolver su necesidad

atendido.

Quizá te pueda interesar: Videobanking: el sector financiero humaniza la atención a través de las videollamadas

Además, necesitan utilizar softwares de gestión de la experiencia del cliente como Debmedia que integra los canales de atención y reúne la cantidad de datos suficiente para encontrar puntos de mejora en el recorrido del cliente.

La personalización e integración de los distintos canales va a requerir en cierta medida, soluciones bancarias omnicanal de terceros que brinden una experiencia flexible y sin problemas al estar ampliamente presentes en todos los canales.

Solo así, y en caso de que los bancos por sí mismos no puedan generar esas herramientas, se ofrezca una buena experiencia del cliente sin importar si el cliente ingresó a una sucursal bancaria, realizó operaciones en la web o usa un cajero automático.

Qué pasos debe dar el sector financiero para ofrecer una mejor CX a sus clientes

Muy pocas organizaciones financieras se han concentrado en mejorar una estrategia omnicanal dejando de lado que al construir o contar con una plataforma que permita gestionar toda la CX en diferentes puntos de contacto los llevará a estar a la par de la innovación y prestación de servicios de otras fintech.

Para que los bancos puedan dar un paso más hacia el camino de la digitalización y aumentar las inversiones para mejorar el diseño y la participación de los canales digitales es necesario:

1. Poner foco en el desarrollo de nuevas habilidades para los equipos.
2. Mezclar los canales tradicionales con los nuevos o los digitales.
3. Obtener la mayor cantidad de datos posibles de cada canal y viaje del cliente.
4. Empoderar a los clientes con herramientas de autogestión.

5. Transformar las sucursales para que estén equipadas con herramientas como cartelería digital, kioscos de autoservicio o sistemas de videollamada.

¿Qué sistema se podría utilizar para ser parte de la banca omnicanal?

Debmedia es un software que permite la integración de los canales presenciales y digitales para que el cliente pueda a través de asistencias a las sedes o de forma virtual solucionar sus necesidades.

Esto hace que el cliente pueda tomar un turno desde su móvil para un tiempo cercano, acercarse a la sucursal para ser atendido cuando le corresponde y al finalizar el servicio calificar la encuesta a través de una Tablet.

O por el contrario que, desde un chatbot de WhatsApp el cliente pida una cita par ahora y día específica y se conecte con un representante a través de videollamada para resolver su necesidad.

www.debmedia.com



Debmedia es una empresa que lleva más de 10 años mejorando la atención al cliente de organizaciones de diversos sectores como bancos, aseguradoras, municipalidades, retailers y telecomunicadoras.

Cuentan con presencia en 10 países de LATAM, más de 350 clientes y más de 50 partners que trabajan para hacer llegar el software a nuevas compañías, Además cuentan con diversas soluciones destinadas a mejorar la interacción entre las empresas y sus clientes de manera exitosa: Gestión de Filas, Cartelería Digital, Citas Online, Fila Virtual y Atención Virtual por videollamada..



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

AGENDA UNA DEMO

contacto@conser.bo



Algunos “UPS” Pueden salir muy caros



NOSOTROS TE ASESORAMOS

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