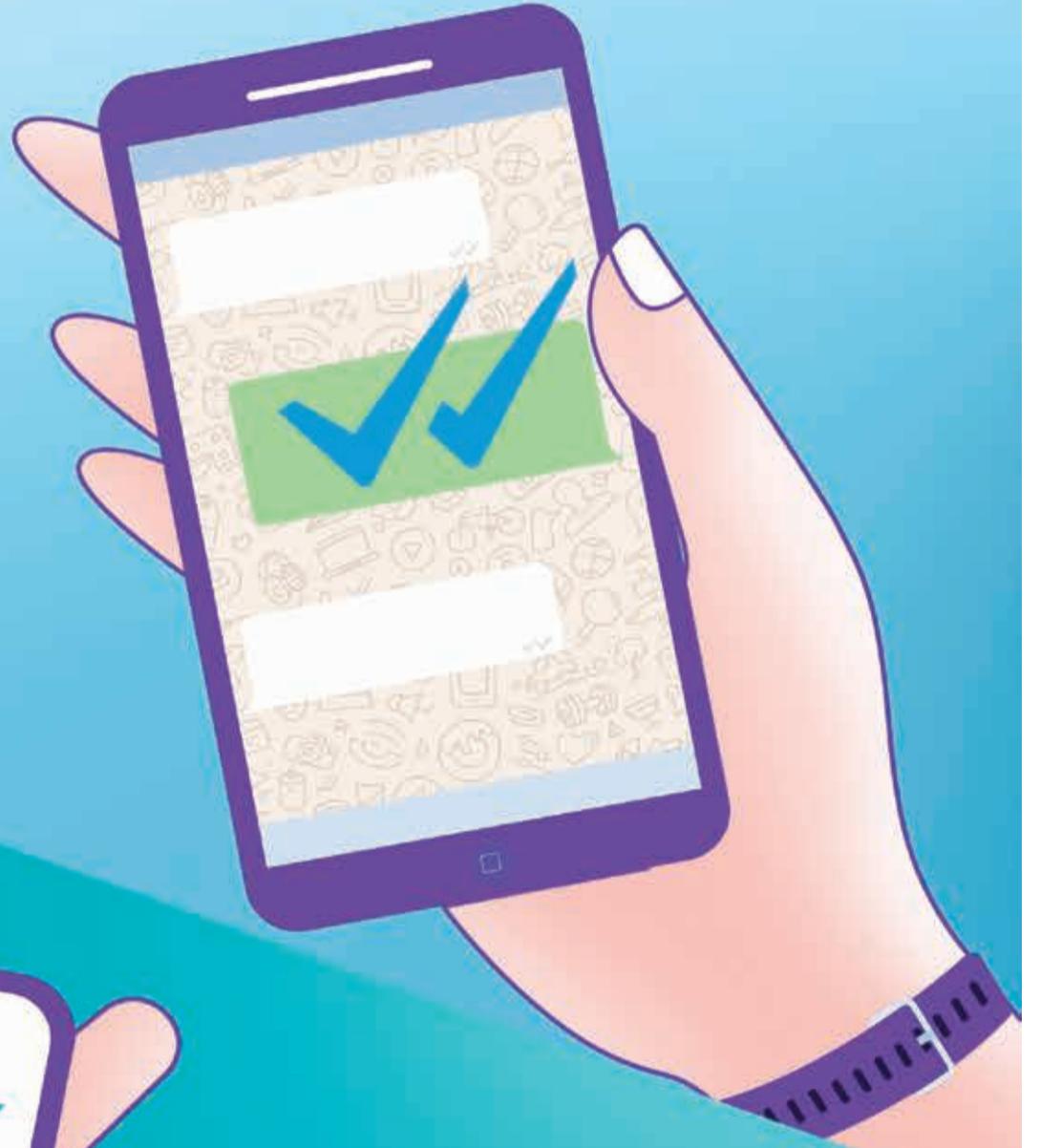


HAY CHECKS QUE TE
IMPACIENTAN



OTROS QUE TE
ASEGURAN



www.check.com.bo

P211610508



Infraestructura. Oficinas de Fortaleza en Cochabamba.

REDACCIÓN CENTRAL
Los Tiempos

La Aseguradora Fortaleza busca crecer, innovar y transformarse. Por ello, en su planificación estratégica, cuenta con una estructura tecnológica para transformarse digitalmente, lo cual implica contar con un sistema acorde al COR de su negocio, explicó su gerente general, Patricio Hinojosa.

Uno de sus retos más importantes, para este año, es que su transformación digital esté orientada hacia la innovación y el desarrollo.

Respecto a la innovación, la aseguradora implementará una página web que permitirá obtener en tiempo real las consultas de sus socios estratégicos con las diferentes áreas de la compañía, y así consolidarse como una empresa accesible 24/7.

Otro de sus retos es contar con un NPS (Net Promotore Score) de al menos un 60 por ciento.

También apuntan a ser una compañía referente en calidad de servicio en todos los puntos de contacto con clientes y socios estratégicos. Además, esperan tener más proyectos del sector privado.

En 2022, siguiendo su plan de crecimiento, la empresa implementó el CRM (la gestión o administración de relaciones con el cliente) como herramienta de gestión y seguimiento comercial.

Sus canales digitales se ampliaron y consolidaron significativamente a lo largo del año.

Además, tuvieron una mejora sustancial en sus diferentes líneas del estado de resultados, como ser el técnico neto de reaseguro, operacional y última línea.

Fortaleza apuesta por crecer, innovar y la transformación digital

Servicio. La aseguradora implementará una página web que permitirá obtener en tiempo real a las consultas de sus socios estratégicos con las diferentes áreas de la compañía

Entre otros de sus logros, mejoraron significativamente la composición de su cartera de clientes, crecieron en el sector privado, profundizaron más sus lazos comerciales con sus socios estratégicos y tuvieron un nivel adecuado de siniestralidad.

Trabajan con nueve prestigiosas reaseguradoras

Actualmente, Fortaleza trabaja con nueve de las reaseguradoras más prestigiosas a nivel mundial, las mismas respaldan sus diferentes contratos de reaseguros.

Asimismo, el hecho de formar parte de uno de los mayores conglomerados financieros de Bolivia (Grupo Financiero Fortaleza) les permite brindar soluciones financieras integrales para todo tipo de clientes.

Esta característica brinda confianza, tranquilidad y seguridad a sus diferentes asegurados.

Además, organizan programas de capacitación para contar con recursos humanos (RRHH) especializados que acompañen a los requerimientos y necesidades de sus clientes.

“Realizamos programas de capacitación para contar con RRHH especializados que acompañen a los requerimientos y necesidades de nuestros clientes”, señala Hinojosa.

Fortaleza cuenta con casi 48 años de experiencia en el rubro de seguros, lo que les permitió hacer frente al segundo siniestro del ramo automotor más importante de 2019, como es la quema de los buses Pumakatari, que ascendió a un monto de 11.500 millones de dólares.

“De esta manera, demostraron nuestro compromiso con Bolivia, la fortaleza que tiene la marca en salir adelante, además de ser resiliente en un entorno cambian-

te y adverso a lo largo de estas casi cinco décadas que tenemos como Compañía de Seguros”, expresó Patricio Hinojosa, gerente general de Fortaleza.

Apoyo: Aseguradora Fortaleza fue auspiciador de Expo Mujer.



INFINITY GREEN VA CONTIGO



Cotiza y compra tu seguro de salud

100% ONLINE



La innovación para una experiencia grata es el principal objetivo de Bisa Seguros

Cobertura. Uno de los primeros resultados de esta transformación fue el lanzamiento de su primer producto con la comercialización 100 por ciento digital

REDACCIÓN CENTRAL
Los Tiempos

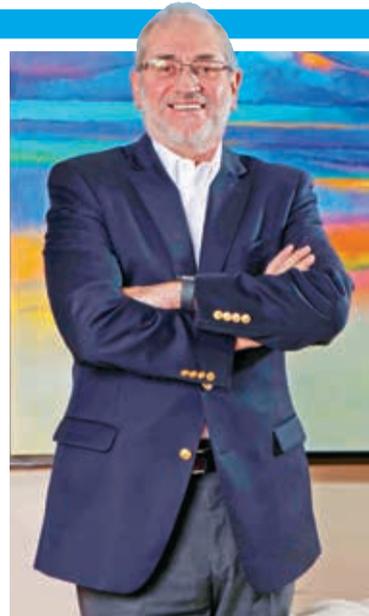
La evaluación 2022 de Bisa Seguros y Reaseguros en materia de seguros definitivamente fue el “ingreso a la nueva normalidad”, con una realidad ambigua, volátil e incierta, donde se abre paso a ejecutar nuevas formas de escuchar a su cliente, leer el mercado y retomar objetivos que habían dejado de lado por la pandemia, pero esta vez adaptados a la nueva realidad. Todo esto permitió a la aseguradora incrementar la satisfacción de sus clientes, colaboradores, intermediarios, proveedores y mantener buenos resultados.

“Algunos de nuestros logros de esta gestión culminada, considerando esta nueva realidad, fue esforzarnos en conjunto y cohesionado como equipo para modificar nuestro mindset, comprender y analizar los cambios para innovar, dinamizar procesos, tareas, productos y seguir manteniendo la cercanía de escucha y acción con nuestros públicos estratégicos. Jugó a nuestro favor la visión actual que tenemos sobre las nuevas tecnologías, lo digital, así como la adecuación de productos y servicios a esta nueva realidad, todo esto se volvió imprescindible y pudimos integrarlo a nuestro ADN”, señala Alejandro Mac Lean, vicepresidente de BISA Seguros y Reaseguros.

Uno de los primeros resultados de esta transformación fue el lanzamiento de su primer producto con comercialización 100 por ciento digital: el seguro de salud Infinity Green Digital, que permite cotizar y comprar el seguro al instante, además de recibir la póliza de seguro en formato digital.

Además, siguiendo la línea de dar facilidad y comodidad a sus asegurados, implementaron formularios inteligentes, que agilizan procedimientos y ahorran tiempo.

Así también, escuchando las necesidades emergentes del mercado, en 2022, ofrecieron tres tipos de seguros para motocicletas: para aquellos motorizados de tra-



Dirección. Alejandro Mac Lean, vicepresidente de Bisa Seguros y Reaseguros.

bajo diario (como delíveris), para los de transporte esporádico y para aquellas motocicletas lujosas y de aventura.

“A nivel interno, logramos implementar en nuestras oficinas y en la gestión de nuestro talento humano la metodología smartworking, así como la metodología agile en nuestros procesos y cultura, consiguiendo muy buen rédito de estas adopciones”, señaló el ejecutivo.

El reto de Bisa Seguros es continuar perfeccionando todos sus procesos y herramientas digitales, a favor de sus clientes, intermedia-

rios, proveedores y colaboradores. Seguir lanzando al mercado productos de salud que cubran las necesidades de diferentes segmentos, como es el RED MAX 10 y Red Max 20; incorporando beneficios a productos ya consolidados, como es el Infinity Green con Cobertura en Colombia, y seguir innovando en productos automotores, entre otros.

Bisa Seguros continuará trabajando en fortalecer la cultura corporativa que asimile y acompañe el proceso de transformación, también fortalecer procesos externos con herramientas digitales más inteligentes e intuitivas, donde puedan mantener esa escucha activa, esa mejora continua, flexibilidad y rápida adaptación, buscando ser esa compañía omnicanal en todos los servicios e interacciones y donde los clientes tengan tanto la confianza como facilidad de conexión y sentir el aporte que les brinda su compañía aseguradora.

“Y de igual forma, como lo hacemos todos los años, trabajamos conscientemente para mantener nuestra calificación de riesgo AAA, lo cual permite posicionarnos en el mercado como una empresa seria y solvente, de esta forma dar tranquilidad a nuestros asegurados, colaboradores y accionistas de que podemos cumplir con nuestras obligaciones”, señala Mac Lean.

La Vitalicia apuesta por seguros de vida con venta 100% digital

Servicio. La aseguradora inició un proceso de transformación y mejora administrativa, adoptando nuevos modelos de management

REDACCIÓN CENTRAL
Los Tiempos

Considerando el periodo pospandemia, para La Vitalicia Seguros y Reaseguros, 2022 fue un año donde tuvo como prioridad la ardua labor de concientizar y educar sobre la importancia de tener un seguro de vida. Así como también, internamente, inició un proceso de transformación y mejora administrativa, adoptando nuevos modelos de management para estar a la altu-

ra de la transformación del mercado y las necesidades de los asegurados, distribuidores, proveedores y potenciales clientes.

“La gestión pasada, consideramos que logramos consolidar a La Vitalicia como una de las compañías más importantes dentro del mercado asegurador boliviano, así como también logramos fortalecer procesos y talento humano como clave para lograr la satisfacción de nuestros stakeholders”, dijo el gerente de Seguros de Vida, Jorge Álvarez Pol.

La aseguradora conoce muy bien

los cambios tanto sociales como tecnológicos por los que está pasando el país, y se retan ellos mismos a mejorar escuchando a sus clientes y sus necesidades. Por eso, este 2023 están impulsando con mayor fuerza sus productos con venta 100 por ciento digital, adaptándose a las necesidades económicas, de comodidad y cercanía, para llegar a más sectores de la población boliviana.

“Es así que nuestro primer producto de comercialización totalmente digital es el Seguro de Vida Anual Renovable, el cual cuenta



Ejecutivos. El gerente de Seguros de Vida, Jorge Álvarez Pol.

con una cobertura de muerte por cualquier causa y pago anticipado por invalidez total. Este producto es altamente accesible, ya que, dependiendo de la edad, puedes llegar a pagar una prima anual mínima desde 12 dólares, donde pueden adquirir personas desde los 18 hasta los 60 años de edad, logrando elegir entre cuatro planes diferentes”, dijo el ejecutivo.

La Vitalicia considera que Bolivia está conformada por una cultura familiar de protección, que piensa siempre en el respaldo que pue-

de dejar a los suyos. Es por eso que avanza firme en la concientización de la utilidad de un seguro de vida para las familias o personas individuales. “Sabemos que es delicado hablar de situaciones futuras ante la posibilidad de que alguien ya no esté, pero creemos que la mejor manera de aliviar esa etapa es demostrando que existen mecanismos de protección y respaldo para quienes se quedan y que en La Vitalicia tenemos la experiencia y los servicios para dar esa tranquilidad”, indicó Álvarez.



La tranquilidad de saber que los que más quieres tendrán tu respaldo siempre.

Adquiere tu Seguro de Vida

100% DIGITAL 



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

Crediseguro es pionera en seguros 100% digitales

Protección. La compañía ofrece una amplia variedad de pólizas que cubren la vida y la salud de sus asegurados



Ejecutivos de Crediseguro.

REDACCIÓN CENTRAL Los Tiempos

Crediseguro es miembro del Grupo Financiero Crédito de Bolivia y tiene el respaldo de Pacífico, compañía de Seguros y Reaseguros, empresa líder en la región.

En pocos años la compañía logró un crecimiento significativo tanto en participación de mercado como en diversificación de clientes, siempre en la búsqueda de consolidarse como una propuesta diferente para el mercado boliviano.

“Buscamos apoyar a la sociedad desde nuestro ámbito, por lo que contamos con una variedad de

seguros inclusivos que ponemos al alcance de la población. Esto a través de socios estratégicos, con quienes logramos llegar a poblaciones vulnerables que no siempre tienen acceso a seguros”, dijo el gerente general Crediseguro, Diego Noriega.

La presencia de Crediseguro en Bolivia es una muestra del compromiso de Credicorp con el país y una apuesta por seguir creciendo en el mercado asegurador boliviano. Por eso, se enfoca en dar cumplimiento a su misión de otorgar seguros a personas, empresas e instituciones que buscan proteger su estabilidad económica, mediante procesos simples, con la mejor calidad de servicio, innovación y ética.

Proyectos

Dentro de su línea de Seguros Inclusivos de Crediseguro, ofrece una amplia variedad de pólizas que cubren la vida y la salud de sus asegurados.

Estas pólizas están diseñadas para brindar apoyo a las familias en situaciones difíciles, como el fallecimiento del asegurado, cubriendo los gastos de sepelio y satisfaciendo otras necesidades inmediatas. Además, proporcionan respaldo financiero en caso de diagnóstico de enfermedades graves, mediante indemnizaciones. “Nuestros seguros se caracterizan por tener un proceso de suscripción sencillo y brindar un servicio ágil y confiable. Trabajamos en estrecha colaboración con socios estratégicos de gran importancia para

llegar a nuestros clientes”, señala Noriega.

Seguros 100% digitales

Crediseguro se caracteriza por lanzar al mercado productos disruptivos. “Por ello, fuimos los primeros en lanzar los seguros a la medida, una innovación en el mercado boliviano que permite profundizar la inclusión financiera. Son seguros de varias coberturas donde el asegurado decide cuál toma, por cuánto tiempo quiere estar asegurado y cuánto pagará, todo mediante una afiliación 100 por ciento digital”, dijo el ejecutivo.

“Es por lo que, con mucho entusiasmo, lanzamos al mercado la primera marca de seguros 100% digital

CHECK. En esta plataforma encontrarán seguros de deporte, viajes, oncológico y de mascotas. Actualmente, estamos trabajando para ampliar el abanico de propuestas con el objetivo de cerrar el año con tres seguros más que sabemos, son una necesidad en el mercado boliviano, por lo que invitamos a la población a visitar la página www.check.com.bo”, indica la empresa.

Crediseguro, en los últimos años, ha ido madurando como empresa, enfocándose en proveer seguros inclusivos y ahora busca acercarse más a la población orientándose en seguros individuales, disruptivos y de fácil acceso, siempre en la búsqueda de consolidarse como una propuesta innovadora.

El mercado asegurador boliviano tiene grandes posibilidades de crecimiento

Seguridad. En 2022 el rubro asegurador creció en un 15 por ciento

REDACCIÓN CENTRAL Los Tiempos

Expertos aseguraron que la industria del seguro crece en el mundo y en Bolivia, en el país el mercado tiene grandes posibilidades de crecimiento. En 2022 el rubro asegurador creció en un 15 por ciento y su mercado está alrededor de los 800 millones de dólares.

“Bolivia tiene posibilidades de crecimiento y las tiene por sus condiciones bajas de penetración, lo

que le da una oportunidad enorme de crecer. Por lo tanto, el seguro tiene una gran oportunidad”, dijo Pasqual Llongueras, secretario general de La Alianza del Seguro.

Para Llongueras, el rubro asegurador es un motor de renovación económica, que nació como un soporte mutuo entre las personas, para ayudarse ante grandes riesgos.

“Si conseguimos que el seguro sea un motor de renovación social y económico, eso hará crecer la economía y ayudará que la gente entienda que el seguro es un compañero de viaje,

no es una industria de intercambio financiero, nació como una acción de soporte mutuo entre las personas, para ayudarse ante grandes riesgos, históricamente es así”, dijo.

Gabriel Mysler, director de Contenidos de la VI Cumbre Iberoamericana del Seguro, asegura que la industria del seguro está más fuerte que nunca. Indica además que un seguro es una herramienta de resiliencia, de recuperación ante lo imprevisto.

Para el ejecutivo, los seguros juegan un papel fundamental en el de-

sarrollo económico, ya que permiten y promueven la actividad económica protegiendo vidas y bienes contra los riesgos asegurables. Las compañías aseguradoras actúan de amortiguadores frente los acontecimientos adversos y como pegamento invisible de la sociedad. “Los seguros fueron muy golpeados por la pandemia, pero actualmente registran una importante recuperación, sobre todo, en seguros de salud, viaje, pérdidas de negocios. Se han reforzado elementos que permiten dar resiliencia a la sociedad, el seguro crece y la gen-

te se siente más protegida”, señala.

Para Mysler, el desarrollo del seguro está ligado al crecimiento de las sociedades, los países más desarrollados son los que tienen más penetración del seguro. “La industria del seguro es sólida, tiene el dinero para pagar un siniestro, si la industria es sólida te pagará los siniestros, si a la industria le va bien a todos nos va bien. Lo que tenemos que lograr es mayor conciencia aseguradora, para entender que asegurarnos no es gastar, sino que es protegerse y vivir más tranquilos”, indicó Mysler.



Servicio. Los seguros de vida y salud son los más demandados.

Staff:

Yola Polo • Gerente Comercial Nacional polo.yola@gmail.com • Laura Manzaneda • Editora Contenidos • Jheison Muiba • Diseño de Suplemento
Rafael Sejas • Fotocromía • Imprenta • Editorial Canelas S.A Cel.: 60706796 Editorial Canelas S.A. Sede Cochabamba - Plaza Quintanilla • Casilla 525
Telf. piloto: 4254567 • Fax: 4257773 Oficina regional Santa Cruz Cel.: 591 60706779 Oficina regional La Paz - Telf.: 591 2 2357142 - Cel.: 61793777



Cuidamos tu **salud**
y tu **patrimonio**, somos
Compañero de vida.....



800 10 7000 / 800 10 9911

www.nacionalseguros.com.bo



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



Cobertura.
Las aseguradoras ofrecen variedad de seguros para vehículos.

Seguros para automotores son los más demandados

REDACCIÓN CENTRAL
Los Tiempos

La conciencia aseguradora nacional crece cada año y en el mercado asegurador el seguro más vendido es para los automotores. El director asociado de BCS Brokers Corporativos de Seguros, Christian Vargas, indicó que los seguros para todo tipo de automotores son los más vendidos en el país.

“Los seguros más demandados en el mer-

cado, en lo que se refiere a seguros generales, son los automotores. Sin embargo, también resalta por el grado de crecimiento que tiene el ramo de transportes, ya que las empresas toman mayor conciencia de lo que significan los riesgos del transporte, tanto en importación, exportación como en los transportes a nivel nacional”, manifestó el ejecutivo a Issuu.

Pero el seguro para mascotas también incrementa su demanda cada año.

El presidente del Grupo Nacional Seguros, José Luis Camacho Miserendino, indicó que, en su compañía, el seguro Auto x kilómetro es el más demandado, seguido por el seguro de mascotas y el del hogar.

En la actualidad las mascotas son consideradas un miembro más de la familia y su tenencia conlleva muchas responsabilidades, como visitas al veterinario, vacunas anuales y atención médica, en caso de emergencia, por lo que, la compra de un seguro para animales resulta cómodo, conveniente y accesible para los propietarios.

¿Qué es el seguro y por qué se celebra su día?

REDACCIÓN CENTRAL
Los Tiempos

Tener seguros proporciona protección y respaldo ante cualquier circunstancia inesperada, además reduce las pérdidas, riesgos y aumenta la probabilidad de salir adelante ante imprevistos y desastres de toda índole. El Día Continental del Seguro se celebra el 14 de mayo, en gran parte del continente americano, para recordar la importancia de estar cubierto por uno o varios seguros.

El 14 de mayo de 1946, tuvo lugar la primera Conferencia Hemisférica de Seguros en Nueva York, en Estados Unidos. Esta fue una iniciativa de los empresarios del sector asegurador en América. El objetivo era encontrar una salida a las grandes pérdidas económicas y humanas que hubo durante la guerra y asegurar la protección de todos los ciudadanos, ya que todos se habían visto afectados por el conflicto.

Dos años más tarde, en 1948, durante

la segunda Conferencia que se celebró en la Universidad Autónoma de México, se instauró el 14 de mayo como la fecha oficial del Día Continental del Seguro.

“El seguro te da una herramienta de resiliencia de recuperación ante lo imprevisto, si uno está asegurado es todo más sencillo. El seguro te da la seguridad de que, si estas cosas te suceden, puedas recuperarte. El seguro es una garantía de que tendrás alguien que te va ayudar a recuperarte si lo que no queremos que suceda, sucede”, señala el director de Contenidos de la VI Cumbre Iberoamericana del Seguro, Gabriel Mysler.



Prevención.
Los seguros de vida y salud son muy demandados.

REDACCIÓN CENTRAL
Los Tiempos

Nacional Seguros busca consolidar su liderazgo en seguros de personas y penetración innovadora en seguros patrimoniales, además de continuar creciendo de manera sostenible, mejorando la rentabilidad, seguir diversificando su oferta de productos y servicios adecuándose a las cambiantes necesidades de sus clientes y del mercado.

El presidente del Grupo Nacional Seguros, José Luis Camacho Miserendino, se refirió al Día Mundial del Seguro y a sus empresas.

¿Por qué se celebra el Día Mundial del Seguro?

- El Día Continental del Seguro se celebra para destacar la importancia social y económica de esta actividad y fomentar una relación más estrecha entre los profesionales de seguros.

¿Cuál es la situación actual del mercado asegurador en Bolivia?

- Los seguros juegan un papel fundamental en el desarrollo económico protegiendo la vida y el patrimonio de las personas. El crecimiento del sector al cierre del año 2022 ha sido de un 15 por ciento.

El mercado asegurador en Bolivia está en el orden de los 800 millones de dólares, siendo el 50 por ciento seguros de personas y el restante seguros patrimoniales.

¿Cuáles son los seguros más demandados en el país?

- Entre los más solicitados de nuestra amplia lista de opciones de seguros tenemos: Seguro Auto x kilómetro, en el que el cliente paga sólo por la distancia que recorre en su automóvil, la cual es medida de manera precisa por un dispositivo de fácil instalación; Seguro de mascotas, que se puede adquirir de manera 100 por ciento digital y cubre gastos médicos por accidente de la mascota, gastos médicos por enfermedad de la mascota y responsabilidad civil por mordedura de mascota; Seguro de hogar, con distintos planes para diferentes necesidades de protección del domicilio, sus muebles y enseres.

¿Cómo se comporta el mercado asegurador en el mundo?

- Los asegurados son cada vez más exigentes y capaces de comparar diferentes opciones, por lo que la diferenciación es un factor clave. Las relaciones con los clientes son de largo plazo por lo que es importante la retención y fidelización.

Es muy difícil alcanzar el éxito sin la digitalización y las compañías lo tienen cada vez más en cuenta como parte de su estrategia.



Nuevo edificio de Nacional Seguros en La Paz

Nacional Seguros busca consolidar su liderazgo en seguros de personas y seguros patrimoniales

Servicio. Los seguros más solicitados en Nacional Seguros son el Auto x kilómetro, el de mascotas y el de hogar

¿Cómo afectó la pandemia al rubro asegurador en Bolivia y cuál es su situación actual?

- Aunque 2022 ha sido un poco más estable que 2021, continuaron algunas consecuencias de la pandemia, a las que se sumó la situación económica. Este escenario ha impactado en la siniestralidad, falta de cobros y cancelación de pólizas, a lo que en Nacional Seguros hemos respondido con resiliencia e innovación.

Durante esta gestión, tenemos el compromiso de generar nuevos productos y servicios adaptados a las cambiantes necesidades



Entrevistado.

José Luis Camacho Miserendino, presidente del Grupo Nacional Seguros.

de los clientes y lo más importante: seguir democratizando el acceso a los seguros para todos los segmentos de la población

¿Cuál es la relevancia de la industria de los seguros en Bolivia y cómo afecta su desempeño al clima de los negocios en el país?

- Los seguros cumplen una función social muy importante. Su contribución a la sociedad es relevante. Los microseguros llegan a personas de bajos ingresos y buscan garantizar su bienestar y tranquilidad.

Por otro lado, se fomenta el ahorro y la cultura de prevención ante imprevistos que pueden afectar la economía de las familias y las empresas.

¿Cuáles son los desafíos más importantes que tiene la industria de los seguros en Bolivia?

- Continuar creciendo de manera sostenible, mejorando la rentabilidad; seguir diversificando nuestra oferta de productos y servicios adecuándonos a las cambiantes necesidades de los clientes y del mercado; consolidar nuestro liderazgo en seguros de personas y penetración innovadora en seguros patrimoniales; implementación de nuestro nuevo software CORE y optimizar el relacionamiento con proveedores.

¿Cuáles son las ventajas de tener seguros?

Un seguro brinda la oportunidad de cuidar o prevenir el futuro de nuestra salud, nuestras familias, cuidar de nuestro patrimonio, como el auto, la casa o cualquier tipo de bien.

Los seguros han evolucionado mucho con el tiempo, y brindan una seguridad para que las personas estén protegidas ante cualquier adversidad que se les pueda presentar.

En cuanto a los seguros de salud son importantes porque brindan un apoyo en los gastos médicos, estudios y otros (...).

Los seguros patrimoniales también son muy necesarios, por ejemplo, el seguro automotriz brinda diversos tipos de cobertura en caso de cualquier incidente o accidente que pueda ocurrir, además protege de daños o robos. Asimismo, una casa también puede estar protegida de desastres naturales, siniestros o robos.

Por otro lado, existen los seguros de vida que cuenta con planes económicos de prevención. Buscan dar tranquilidad a familiares e incluso del mismo asegurado en caso de fallecimiento.

Por lo general, los seguros otorgan una importante garantía financiera tanto para el asegurado como para su familia, permitiendo así el ahorro con la oportunidad de afrontar ciertos eventos en el futuro que de otra manera podrían poner en riesgo la estabilidad económica y financiera de una persona o familia.