

LOS BALANCES DE LOS BANCOS BAJO PRESIÓN

Un combo negativo

La rentabilidad de los bancos se verá afectada no sólo por la caída en la actividad económica. El incremento en los niveles de mora y las tasas de interés reguladas, más un incierto impacto del canje de deuda sobre sus tenencias de títulos públicos, son el combo que mantiene los balances bajo presión.

Clientes con dificultades para hacer frente a sus deudas, asistencia "forzada", economía en recesión y regulaciones en abundancia. Un combo poco prometedor para el negocio bancario 2020.

"En general, y desde una perspectiva global, la banca verá impactados sus resultados para este ejercicio por los efectos negativos de la pandemia en la calidad de su cartera de créditos que afecta los niveles de morosidad y, por ende, el nivel de pérdidas crediticias", diagnostica María Gabriela Saavedra, socia líder de Servicios Financieros de *KPMG Argentina* y hace zoom sobre otro ítem que golpeará también los balances: "La reducción en el margen financiero producto de los préstamos otorgados a tasa regulada".

"Creo que en el contexto actual, pensar en tener rentabilidad es casi una utopía, los efectos del parate en la economía recién están comenzando a sentirse en los balances de los bancos y es muy difícil pronosticar la recuperación", lanza Cristian Bertone, consultor senior de Entidades Financieras de *Grant Thornton Argentina*.

Cortito y sin ningún edulcorante, Bertone avanza en el diagnóstico: "La recuperación de la economía va a necesitar de una inyección de dinero muy grande, sobre todo



■ **Saavedra.** "La banca verá impactados sus resultados por los efectos negativos de la pandemia en la calidad de su cartera de créditos que afecta los niveles de morosidad."

o indirectamente de los bancos argentinos. Esto va a afectar aún más las expectativas de rentabilidad".

"El mayor nivel de mora y un margen financiero disminuido co-

Los números de la industria bancaria reflejan por ahora solidez y bajos niveles de alarma, aunque la foto muestra una realidad

mo resultado de tasas activas reguladas y a su vez tasas pasivas mínimas fijadas, tendrán un impacto negativo importante en la rentabilidad de las entidades financieras a nivel local", proyecta Saavedra.

¿El bonus track? "En nuestro mercado, se suma además la consideración de los efectos del reperfilamiento de deuda primero y el canje de deuda que afecta el valor de los títulos públicos en cartera, sumado a la reducción de la tasa de interés en relación con los títulos de deuda del BCRA", analiza la ejecutiva de *KPMG*.

Marcelo De Gruttola, analista principal de entidades financieras de la calificadora de riesgo *Moody's*, que mantiene en negativa la perspectiva (outlook) para el sistema bancario local, tiene un diagnóstico similar al de sus colegas pero agrega un dato más a la evaluación: "Es muy probable que el deterioro no se vea ni rápidamente ni en toda su dimensión en los balances de los bancos, dados algunos cambios regulatorios realizados por el Banco Central que relajan los criterios que las entidades utilizan para reconocer deudores en problemas y contabilizar las pérdidas por incobrabilidad".

"Creemos que el deterioro se verá de manera gradual hacia la segunda mitad de este año e incluso en los primeros meses del 2021", advierte De Gruttola.

POR AHORA. Los números de la industria bancaria reflejan por ahora solidez y bajos niveles de alarma, aunque como vimos la foto muestra una realidad suavizada por la aplicación de normativas más laxas por parte del Banco Central. A abril de este año (con poco más de un mes de aislamiento) la morosidad de las

Un combonegativo

Argentina - Estrategias [Revista] Gral

Tier:2 Circulación: 10000 Audiencia 60000

 P. 127  2177 cm²  19918 cc  121.912,00 Peso Argentino  Sin autor

Ref.: 247749479

de dinero muy grande, sobre todo en Pymes y también para impulsar el consumo, y es muy probable que parte de este dinero venga directa

suavizada por la aplicación de normativas más laxas por parte del Banco Central.

de aislamiento, la mayoría de las empresas se ubicaba en 7,5%, contra 3,9% registrado en el mismo mes de 2019. La cartera en situación irregu-

Un combonegativo

Argentina - Estrategias [Revista] Gral

P. 127 2177 cm² 19918 cc 121.912,00 Peso Argentino Sin autor

lar de las familias era de 3,1% (frente a 4,5% de 2019) y el promedio total para el sistema financiero 5,3%.

En cuanto a los indicadores de solvencia y liquidez, también algo teñidos por los cambios de regulaciones, el Banco Central indica en su reporte que las ganancias anualizadas son equivalentes a 5,1% del activo (ROA) y a 34,9% del patrimonio neto (ROE). "Todos los grupos de entidades financieras obtuvieron resultados positivos en moneda homogénea en el primer cuatrimestre de 2020."

A corto y mediano plazo, algunos de los ítems que tendrán impacto en balances tienen que ver con: "Cierto control del Banco Central sobre las tasas activas y pasivas, incluyendo tasas máximas para algunos préstamos como los de Pymes y tarjetas de crédito, por ejemplo, y tasas mínimas para plazos fijos", detalla el analista de *Moody's*.

SOBRE LLOVIDO... Aunque difícilmente exista un buen momento, o un momento ideal para que la economía en general y los distintos sectores en particular soporten sin demasiado estrés un aislamiento preventivo y obligatorio (ASPO) de más de 120 días, claramente la situación en la que se encontraba la Argentina antes de la pandemia distaba mucho de ser la ideal. Así los efectos se suman y se acumulan en una economía que arrastraba más de dos años de estancamiento y que en los pronósticos menos pesimistas verá caer cerca de 10 puntos porcentuales su PBI en 2020.

Un panorama sombrío que impacta directamente en la industria bancaria. Negocio bancario y actividad económica van de la mano y uno no puede despegar sin el otro. "En términos generales a la banca le va bien cuando a la economía le va bien", dice Bertone de GT y agre-

cuperación, pero a un ritmo lento ya que no sólo necesitamos activar nosotros todos los elementos productivos sino que también debe activarse el consumo a nivel mundial".

"El sistema financiero tiene una mayor fortaleza respecto a otras crisis que sufrió Argentina, sobre todo por un menor nivel de dolarización y también una menor exposición directa a deuda soberana, aunque la exposición a deuda del banco central es elevada", analiza De Gruttola y agrega que "sin embargo, los bancos siguen estando expuestos a un contexto muy difícil, incluyendo una recesión que ya lleva más de



■ **De Gruttola.** "El sistema financiero tiene una mayor fortaleza respecto a otras crisis que sufrió la Argentina, sobre todo por un menor nivel de dolarización y una menor exposición directa a la deuda soberana."

tres años, niveles de inflación aún muy altos, desempleo en ascenso y la crisis de deuda soberana".

CAMBIAR EL CENTRO. En ese contexto, bucear en nuevos segmentos, en negocios de nichos, en identificar oportunidades será la clave para el sector bancario. Sumar algún, o algunos puntos de rentabilidad al se-

Cientes con dificultades para hacer frente a sus deudas, asistencia "forzada", economía en recesión y regulaciones en abundancia. Un combo poco prometedor para el negocio bancario 2020.

sultado final 2020 será un trabajo artesanal. Así lo ven la mayoría de los especialistas consultados.

¿Quiénes estarán en mejores condiciones para salir airosos y sin mayores daños del efecto COVID-19? Quienes estuvieran más avanzados (pre aislamiento) en el desarrollo de estrategia de negocios centrada en el cliente. La experiencia y satisfacción mandan en la nueva normalidad.

"Sin duda el desafío de la banca hacia adelante está dado por lograr adaptar su enfoque de servicios al cliente que ahora, y a partir de la aceleración producida en la transformación de sus expectativas como resultado de la pandemia, espera servicios más personalizados, más digitales y más seguros", destaca María Gabriela Saavedra de KPMG.

Los relevamientos desarrollados por KPMG en el mes de junio en distintos mercados demuestran que el cliente está depositando mucho valor en aquellas organizaciones que le generen confianza, y mejorar esa percepción dependerá de la seguridad que provea la entidad en la administración de su información. "La interacción a través de canales digitales se convirtió en el principal canal de contacto con los clientes y en general el acceso a las sucursales pasará a quedar limitado", dice Saavedra.

"Las posibilidades de rentabilidad en el mediano plazo las veo por el lado de optimización de recursos", aporta Bertone de Grant Thornton Argentina y agrega "una

Un combonegativo

Argentina - Estrategas [Revista] Gral

Tier:2 Circulación: 10000 Audiencia 60000

 P. 127  2177 cm²  19918 cc  121.912,00 Peso Argentino  Sin autor

Ref.: 247749479

ga: imagino una economia en re- guinos puntos de rentabilidad al re- *monitor Argentina y agrega* creó

que los bancos que avanzaron en el desarrollo de canales digitales administrados con estructuras reducidas tendrán una ventaja”.

En opinión de Saavedra, “los bancos digitales llevan la delantera en este sentido y deberán incorporar y ampliar sus productos para dar respuesta a las necesidades de los clientes y lograr su fidelización a través de su experiencia en el servicio, otra vez aparecen las alianzas como una alternativa que en general puede sumar fortalezas”.

Claro que el negocio bancario no está contra las cuerdas sólo en la Argentina, aunque sabemos que la nuestra es una caja de resonancia siempre un poco mayor, donde los problemas previos amplifican los presentes. La necesidad de buscar nuevos aires y nuevos negocios para adaptarse a la nueva normalidad



■ **Bertone.** “En el contexto actual, pensar en tener rentabilidad es casi una utopía, los efectos del parate en la economía recién están comenzando a sentirse en los balances de los bancos.”

post-COVID-19, marca a la industria financiera a escala global.

En España, por ejemplo, vuelve a aparecer el fantasma de la morosidad creciente que en plena crisis financiera del 2009 llegó a superar el 13% de la cartera. Ahí también

hablan de la necesidad de darle una vuelta de tuerca al negocio.

“De cara al futuro las entidades tendrán que reinventarse y buscar nuevas fuentes de ingresos recurrentes e incluso nuevos modelos de negocio para compensar el recorte de beneficios que van a sufrir”, opinó el presidente de la consultora Neovantas, José Luis Cortina, en un artículo publicado por la Agencia de Noticias española EFE.

Algunas de las opciones que pone sobre la mesa este experto pasan por poner el foco en la venta de seguros y fondos de inversión, así como ofrecer servicios adicionales de asesoramiento especializado, además de apostar por los esquemas de distribución más demandados por los clientes para incrementar su vinculación, como la gestión remota y la banca móvil. **E**

Allianz festejó el primer Global Purpose & Strategy Day



■ **Carolina Otero,**
CEO de Allianz Argentina.

En julio se llevó a cabo en todas las compañías de Allianz del mundo el Purpose & Strategy Day, una oportunidad para hablar sobre el propósito global "We secure your future" que los une como grupo y también sobre la estrategia. De forma virtual, en cada uno de los más de 70 países donde Allianz tiene presencia, se llevaron actividades varias como charlas de estrategia e iniciativas de relacionamiento entre empleados. En su primer Purpose & Strategy Day, Allianz recordó a sus empleados la importancia de tener un propósito real que los guíe en todo momento, ya sea cuando se resuelve un siniestro, se crea un nuevo producto o se brinda servicio a un colega o productor. "Estoy orgullosa de ver que nuestro propósito se manifestó y visibilizó en el negocio, durante estos meses difíciles, apoyando a nuestros clientes, productores, empleados y a nuestra sociedad", manifestó Carolina Otero, CEO de Allianz Argentina.

Jean Maggi auspiciado por Nativa Seguros

A través de la plataforma Zoom se realizó una charla virtual encabezada por Juan Ignacio "Jean" Maggi, el reconocido deportista con discapacidad que es estrella de la recién estrenada serie "El límite infinito", dirigida por el multi-

propuesta fue auspiciada por *Nativa Seguros*, a lo largo de más de dos horas, integrantes de la comunidad, clientes y productores de *Nativa Seguros* pudieron dialogar con Maggi, un ejemplo de vida y resiliencia.

Alquiler Garantizado: San Cristóbal presenta un seguro de caución

San Cristóbal Seguros lanzó una nueva póliza para quienes buscan alquilar de la mejor manera, garantizando soluciones concretas para inquilinos y propietarios. Se trata de **Alquiler Garantizado**, un nuevo producto de seguros de caución pensado para aquellas personas que desean acceder a una propiedad en alquiler, pero no cuentan con las garantías exigidas por la inmobiliaria o el propietario. El servicio cubre alquileres impagos y multas por retrasos, así como el depósito de garantía exigido por el propietario o la inmobiliaria en la contratación del inmueble. Además, contempla las expensas comunes ordinarias, impuestos y tasas inmobiliarias y servicios de energía eléctrica, gas y agua corriente, cubriendo su rehabilitación y/o reinstalación, de ser necesaria. Alquiler Garantizado cubre a todas las partes intervinientes: la inmobiliaria, el propietario y el inquilino.

Pilkington incorporó a sus servicios la calibración ADAS



La compañía sumó a su portafolio de prestaciones la implementación de la tecnología Advanced Driver Assistance Systems (ADAS), el cual consiste de un conjunto de cámaras, radares y sensores que le brindan asistencia al conductor. Este sistema permite reducir las colisiones frontales a un 23% y las colisiones por alcance en un 40%. Los sensores y dispositivos del sistema ADAS se ubican en su mayoría en el parabrisas, por lo cual un cambio de este cristal en cualquier auto que posea la tecnología requiere un re-calibrado.

Prof lanzó coberturas de hogar adaptadas a la pandemia

En el marco de la cuarentena por el COVID-19, y del aniversario número 60 de la compañía en el mercado asegurador, *Prof* lanzó dos nuevos productos de Combinado Familiar. El primero, Hogar Low Cost, abarca coberturas de incendio del edificio, incendio y robo del contenido, RC comprensiva y cristales, pudiendo incluir adicionales como remoción de escombros, gastos de alojamiento, HCVT (Huracán, Vendaval, Ciclón y Tornado) y granizo. A su vez, el cliente puede agregar coberturas como pequeños electrodomésticos, línea blanca y artefactos electrónicos con todo riesgo y adicional de alta/baja de tensión, contemplados en el producto "Hogar Premium".

Orbis continúa capacitando a sus productores

La aseguradora se encuentra desarrollando un plan integral de capacitación online desde el principio de la cuarentena, y lleva capacitados a más de 350 productores asesores de seguros (PAS). Los temas tratados incluyen las oportunidades que presenta la pandemia, el liderazgo, estrategias de venta, uso de plataformas digitales y la motivación y actitud positiva en momentos de adversidad.

Mapfre participa de una campaña global sobre igualdad de género

Se trata del Target Gender Equality, una iniciativa de la Organización de las Naciones Unidas (ONU)

Un combonegativo

Argentina - Estrategas [Revista] Gral

Tier:2 Circulación: 10000 Audiencia 60000

 P. 127  2177 cm²  19918 cc  121.912,00 Peso Argentino  Sin autor

Ref.: 247749479

premiado director Juan José Campanella. La



que busca promover el liderazgo de las mujeres

Un combonegativo

Argentina - Estrategias [Revista] Gral

P. 127 2177 cm² 19918 cc 121.912,00 Peso Argentino Sin autor

en el ámbito empresarial y económico. En el marco de esa campaña, Antonio Huertas, presidente de *Mapfre*, participó de la "UN Global Compact Leaders Summit" junto con los líderes de más de 170 compañías globales, donde se compartieron estrategias de éxito y buenas prácticas al respecto de la igualdad. La aseguradora posee un 55% de mujeres en su personal a nivel global, y en 2019 cumplió con su meta de tener un 40% de mujeres en puestos de responsabilidad.

Gallagher establece su network internacional

La *Gallagher Global Network*, antes conocida como *Gallagher Global Alliance*, se especializa en seguros, administración de riesgos y beneficios para el personal, en más de 150 países. El exitoso crecimiento de la red demuestra su continua evolución a nivel mundial. *Risigroup Argentina* es su miembro exclusivo tanto en la Argentina, como Uruguay y Paraguay. Ahora el grupo internacional ha actualizado el nombre de la red a *Gallagher Global Network*. La palabra "Network" (Red) captura más apropiadamente la esencia de esta red, forma de trabajo y cultura organizacional (misión). Tanto "Gallagher" como "Global" siguen siendo componentes primordiales ya que transmiten al mercado mundial la continuidad de los valores asociados a GGA. Este cambio fue realizado luego de una investigación solicitada por el equipo directivo de Gallagher y aprobado por todos los miembros. La nueva marca, *Gallagher Global Network*, será utilizada tanto por las filiales Gallagher como por sus socios y aliados estratégicos, buscando comunicar a los clientes globales que esta red internacional brindará sus servicios como un gran equipo unificado bajo la misma visión, misión y estándares de excelencia.

Mercantil andina lanzó su campaña "Tu casa es tu lugar seguro"

Con distintas piezas audiovisuales y mensajes vinculados a la protección del hogar, *Mercantil andina* lanzó la campaña "Tu casa es tu lugar seguro" en sus redes sociales Facebook e Instagram. Siendo la protección del hogar una de

en este tiempo de pandemia, la compañía extendió las coberturas de Todo Riesgo Electrodomésticos que tradicionalmente ampara televisores, equipos de audio y computadoras, entre otros, a diversos aparatos y equipos electrónicos de uso diario y culinario.

Acciones solidarias de Seguros Rivadavia



La compañía mantuvo su plan de donaciones (que han superado los \$3 millones) durante la cuarentena por el COVID-19, el cual se volcó hacia los insumos médicos. El plan incluyó la entrega de 5.000 barbijos, cientos de camisolines descartables, mascarillas de protección respiratoria, pistolas termómetro digital infrarrojo, guantes descartables y alcohol en gel. Entre las entidades receptoras de las donaciones se encuentran el Hospital de Niños Dr. Humberto Notti, el Hospital Carlos Saporiti y el Centro de Salud Nro. 166 de la ciudad de Mendoza; el Hospital Elna de la Serna y el Hospital de Niños Sor María Ludovica de La Plata; el Hospital Interzonal de Agudos Isidoro Iriarte de Quilmes; y el Hospital Sub-Zonal Materno Infantil Dr. Eduardo Oller de San Francisco Solano.

Experta lanzó su seguro automotor

El *Grupo Wertheim* anunció el nacimiento de *Experta Autos*, la unidad de negocios de la compañía que comenzó a operar en el ramo automotor. El objetivo es fortalecer su portafolio en seguros generales y "retomar el liderazgo que supo tener" en el mismo.

Roy Humphreys, CEO de *Experta Seguros*, caracterizó al producto automotor como "simple, con el precio justo, probado y con respaldo". A su vez, anunció que el mismo será comercializado por su red de productores y brókers.

El *Grupo Wertheim* posee una prima consolidada anual de \$25.000 millones, lo cual lo ubica entre

Argentina ya tiene un fideicomiso para invertir en startups científico-tecnológicas

El Fideicomiso financiero CITES I (por el Centro de Innovación Tecnológica, Empresarial y Social) recibió la autorización de la Comisión Nacional de Valores y fue presentado como el primer vehículo de *venture capital* del país dedicado a apoyar emprendimientos de ciencia y tecnología. El fideicomiso es coordinado por el CITES en conjunto con el Banco de Valores, y cuenta con recursos del *Grupo Sancor Seguros* (inversor ancla), el Banco Interamericano de Desarrollo y otros inversores privados. El valor nominal de la herramienta es de hasta US\$ 24 millones y será destinado a "early stage startups" de base científico-tecnológica del país.

ATM lidera el mercado asegurador de motos



■ Daniel Giglio, presidente de ATM.

ATM Seguros volvió a ser por décimo año consecutivo la compañía líder del segmento de motos, según el reciente reporte dado a conocer por la Superintendencia de Seguros. En un año coyunturalmente adverso, la compañía celebra este hito inmersa en el desarrollo de un plan estratégico nacional. Con un 27,8% de participación de mercado, *ATM Seguros* se ubica al tope en el rubro asegurador de motos de Argentina, con más de 350 mil clientes, principalmente de AMBA e interior de la provincia de Buenos Aires. "Desde 2010 que *ATM Seguros* es la compañía de seguros líder en el ramo motovehicular, algo muy difícil de conseguir en un mercado cada vez más competitivo", señala

Un combonegativo

Argentina - Estrategas [Revista] Gral

Tier:2 Circulación: 10000 Audiencia 60000

 P. 127  2177 cm²  19918 cc  121.912,00 Peso Argentino  Sin autor

Ref.: 247749479

las mayores preocupaciones de las personas los principales grupos aseguradores del país. Daniel Giglio, presidente de ATM Seguros.

LOS BALANCES DE LOS BANCOS BAJO PRESIÓN

La rentabilidad de los bancos se verá afectada no sólo por la caída en la actividad económica. El incremento en los niveles de mora y las tasas de interés reguladas, más un incierto impacto del canje de deuda sobre sus tenencias de títulos públicos, son el combo que mantiene los balances bajo presión.

n Saavedra. `La banca verá impactados sus resultados por los efectos negativos de la pandemia en la calidad de su cartera de créditos que afecta los niveles de morosidad.` Clientes con dificultades para hacer frente a sus deudas, asistencia `forzada`, economía en recesión y regulaciones en abundancia. Un combo poco prometedor para el negocio bancario 2020.

`En general, y desde una perspectiva global, la banca verá impactados sus resultados para este ejercicio por los efectos negativos de la pandemia en la calidad de su cartera de créditos que afecta los niveles de morosidad y, por ende, el nivel de pérdidas crediticias`, diagnostica María Gabriela Saavedra, socia líder de Servicios Financieros de KPMG Argentina y hace zoom sobre otro ítem que golpeará también los balances: `La reducción en el margen financiero producto de los préstamos otorgados a tasa regulada`.

`Creo que en el contexto actual, pensar en tener rentabilidad es casi una utopía, los efectos del parate en la economía recién están comenzando a sentirse en los balances de los bancos y es muy difícil pronosticar la recuperación`, lanza Cristian Bertone, consultor senior de Entidades Financieras de Grant Thornton Argentina.

Cortito y sin ningún edulcorante, Bertone avanza en el diagnóstico: `La recuperación de la economía va a necesitar de una inyección de dinero muy grande, sobre todo en Pymes y también para impulsar el consumo, y es muy probable que parte de este dinero venga directa o indirectamente de los bancos argentinos. Esto va a afectar aún más las expectativas de rentabilidad`.

`El mayor nivel de mora y un margen financiero disminuido co-

Los números de la industria bancaria reflejan por ahora solidez y bajos niveles de alarma, aunque la foto muestra una realidad suavizada por la aplicación de normativas más laxas por parte del Banco Central. mo resultado de tasas activas reguladas y a su vez tasas pasivas mínimas fijadas, tendrán un impacto negativo importante en la rentabilidad de las entidades financieras a nivel local`, proyecta Saavedra.

¿El bonus track? `En nuestro mercado, se suma además la consideración de los efectos del reperfilamiento de deuda primero y el canje de deuda que afecta el valor de los títulos públicos en cartera, sumado a la reducción de la tasa de interés en relación con los títulos de deuda del BCRA`, analiza la ejecutiva de KPMG.

Marcelo De Gruttola, analista principal de entidades financieras de la calificadora de riesgo Moody's, que mantiene en negativa la perspectiva (outlook) para el sistema bancario local, tiene un diagnóstico similar al de sus colegas pero agrega un dato más a la evaluación: `Es muy probable que el deterioro no se vea ni rápidamente ni en toda su dimensión en los balances de los bancos, dados algunos cambios regulatorios realizados por el Banco Central que relajan los criterios que las entidades utilizan para reconocer deudores en problemas y contabilizar las pérdidas por incobrabilidad`.

`Creemos que el deterioro se verá de manera gradual hacia la segunda mitad de este año e incluso en los primeros meses del 2021`, advierte De Gruttola. POR AHORA. Los números de la industria bancaria reflejan por ahora solidez y bajos niveles de alarma, aunque como vimos la foto muestra una realidad suavizada por la aplicación de normativas más laxas por parte del Banco Central. A abril de este año (con poco más de un mes de aislamiento) la morosidad de las empresas se ubicaba en 7,5%, contra 3,9% registrado en el mismo mes de 2019. La cartera en situación irregular de las familias era de 3,1% (frente a 4,5% de 2019) y el promedio total para el sistema financiero 5,3%.

En cuanto a los indicadores de solvencia y liquidez, también algo teñidos por los cambios de regulaciones, el Banco Central indica en su reporte que las ganancias anualizadas son equivalentes a 5,1% del activo (ROA) y a 34,9% del patrimonio neto (ROE). `Todos los grupos de entidades financieras obtuvieron resultados positivos en moneda homogénea en el primer cuatrimestre de 2020`.

A corto y mediano plazo, algunos de los ítems que tendrán impacto en balances tienen que ver con: `Cierta control del Banco Central sobre las tasas activas y pasivas, incluyendo tasas máximas para algunos préstamos como los de Pymes y tarjetas de crédito, por ejemplo, y tasas mínimas para plazos fijos`, detalla el analista de Moody's. SOBRE LLOVIDO Aunque difícilmente exista un buen momento, o un momento ideal para que la economía en general y los distintos sectores en particular soporten sin demasiado estrés un aislamiento preventivo y obligatorio (ASPO) de más de 120 días, claramente la situación en la que se encontraba la Argentina antes de la pandemia distaba mucho de ser la ideal. Así los efectos se suman y se acumulan en una economía que arrastraba más de dos años de estancamiento y que en los pronósticos menos pesimistas verá caer cerca de 10 puntos porcentuales su PBI en 2020.

Un panorama sombrío que impacta directamente en la industria bancaria. Negocio bancario y actividad económica van de la mano y uno no puede despegar sin el otro. `En términos generales a la banca le va bien cuando a la economía le va bien`, dice Bertone de GT y agrega: `Imagino una economía en recuperación, pero a un ritmo lento ya que no sólo necesitamos activar nosotros todos los elementos productivos sino que también debe activarse el consumo a nivel mundial`.

`El sistema financiero tiene una mayor fortaleza respecto a otras crisis que sufrió Argentina, sobre todo por un menor nivel de dolarización y también una menor exposición directa a deuda soberana, aunque la exposición a deuda del banco central es elevada`, analiza De Gruttola y agrega que `sin embargo, los bancos siguen estando expuestos a un contexto muy difícil, incluyendo una recesión que ya lleva más de

tres años, niveles de inflación aún muy altos, desempleo en ascenso y la crisis de deuda soberana`. CAMBIAR EL CENTRO. En ese

contexto, bucear en nuevos segmentos, en negocios de nichos, en identificar oportunidades será la clave para el sector bancario. Sumar algún, o algunos puntos de rentabilidad al resultado final 2020 será un trabajo artesanal. Así lo ven la mayoría de los especialistas consultados.

¿Quiénes estarán en mejores condiciones para salir airoso y sin mayores daños del efecto COVID-19? Quienes estuvieran más avanzados (pre aislamiento) en el desarrollo de estrategia de negocios centrada en el cliente. La experiencia y satisfacción mandan en la nueva normalidad.

“Sin duda el desafío de la banca hacia adelante está dado por lograr adaptar su enfoque de servicios al cliente que ahora, y a partir de la aceleración producida en la transformación de sus expectativas como resultado de la pandemia, espera servicios más personalizados, más digitales y más seguros”, destaca María Gabriela Saavedra de KPMG.

Los relevamientos desarrollados por KPMG en el mes de junio en distintos mercados demuestran que el cliente está depositando mucho valor en aquellas organizaciones que le generen confianza, y mejorar esa percepción dependerá de la seguridad que provea la entidad en la administración de su información. “La interacción a través de canales digitales se convirtió en el principal canal de contacto con los clientes y en general el acceso a las sucursales pasará a quedar limitado”, dice Saavedra.

“Las posibilidades de rentabilidad en el mediano plazo las veo por el lado de optimización de recursos”, aporta Bertone de Grant Thornton Argentina y agrega “creo que los clientes con dificultades para hacer frente a sus deudas, asistencia “forzada”, economía en recesión y regulaciones en abundancia. Un combo poco prometedor para el negocio bancario 2020.

En opinión de De Gruttola. “El sistema financiero tiene una mayor fortaleza respecto a otras crisis que sufrió la Argentina, sobre todo por un menor nivel de dolarización y una menor exposición directa a la deuda soberana.” que los bancos que avanzaron en el desarrollo de canales digitales administrados con estructuras reducidas tendrán una ventaja”.

En opinión de Saavedra, “los bancos digitales llevan la delantera en este sentido y deberán incorporar y ampliar sus productos para dar respuesta a las necesidades de los clientes y lograr su fidelización a través de su experiencia en el servicio, otra vez aparecen las alianzas como una alternativa que en general puede sumar fortalezas”.

Claro que el negocio bancario no está contra las cuerdas sólo en la Argentina, aunque sabemos que la nuestra es una caja de resonancia siempre un poco mayor, donde los problemas previos amplifican los presentes. La necesidad de buscar nuevos aires y nuevos negocios para adaptarse a la nueva normalidad post-COVID-19, marca a la industria financiera a escala global.

En España, por ejemplo, vuelve a aparecer el fantasma de la morosidad creciente que en plena crisis financiera del 2009 llegó a superar el 13% de la cartera. Ahí también hablan de la necesidad de darle una vuelta de tuerca al negocio.

“De cara al futuro las entidades tendrán que reinventarse y buscar nuevas fuentes de ingresos recurrentes e incluso nuevos modelos de negocio para compensar el recorte de beneficios que van a sufrir”, opinó el presidente de la consultora Neovantas, José Luis Cortina, en un artículo publicado por la Agencia de Noticias española EFE.

Algunas de las opciones que pone sobre la mesa este experto pasan por poner el foco en la venta de seguros y fondos de inversión, así como ofrecer servicios adicionales de asesoramiento especializado, además de apostar por los esquemas de distribución más demandados por los clientes para incrementar su vinculación, como la gestión remota y la banca móvil. En Bertone. “En el contexto actual, pensar en tener rentabilidad es casi una utopía, los efectos del parate en la economía recién están comenzando a sentirse en los balances de los bancos.” Allianz festejó el primer Global Purpose & Strategy Day

En Carolina Otero, CEO de Allianz Argentina. En julio se llevó a cabo en todas las compañías de Allianz del mundo el Purpose & Strategy Day, una oportunidad para hablar sobre el propósito global “We secure your future” que los une como grupo y también sobre la estrategia. De forma virtual, en cada uno de los más de 70 países donde Allianz tiene presencia, se llevaron actividades varias como charlas de estrategia e iniciativas de relacionamiento entre empleados. En su primer Purpose & Strategy Day, Allianz recordó a sus empleados la importancia de tener un propósito real que los guíe en todo momento, ya sea cuando se resuelve un siniestro, se crea un nuevo producto o se brinda servicio a un colega o productor. “Estoy orgullosa de ver que nuestro propósito se manifestó y visibilizó en el negocio, durante estos meses difíciles, apoyando a nuestros clientes, productores, empleados y a nuestra sociedad”, manifestó Carolina Otero, CEO de Allianz Argentina. Jean Maggi auspiciado por Nativa Seguros A través de la plataforma Zoom se realizó una charla virtual encabezada por Juan Ignacio “Jean” Maggi, el reconocido deportista con discapacidad que es estrella de la recién estrenada serie “El límite infinito”, dirigida por el multipremiado director Juan José Campanella. La propuesta fue auspiciada por Nativa Seguros, a lo largo de más de dos horas, integrantes de la comunidad, clientes y productores de Nativa Seguros pudieron dialogar con Maggi, un ejemplo de vida y resiliencia.

Alquiler Garantizado: San Cristóbal presenta un seguro de caución San Cristóbal Seguros lanzó una nueva póliza para quienes buscan alquilar de la mejor manera, garantizando soluciones concretas para inquilinos y propietarios. Se trata de Alquiler Garantizado, un nuevo producto de seguros de caución pensado para aquellas personas que desean acceder a una propiedad en alquiler, pero no cuentan con las garantías exigidas por la inmobiliaria o el propietario. El servicio cubre alquileres impagos y multas por retrasos, así como el depósito de garantía exigido por el propietario o la inmobiliaria en la contratación del inmueble. Además, contempla las expensas comunes ordinarias, impuestos y tasas inmobiliarias y servicios de energía eléctrica, gas y agua corriente, cubriendo su rehabilitación y/o reinstalación, de ser necesaria.

Alquiler Garantizado cubre a todas las partes intervinientes: la inmobiliaria, el propietario y el inquilino. Pilkington incorporó a sus servicios la calibración ADAS La compañía sumó a su portafolio de prestaciones la implementación de la tecnología Advanced Driver Assistance Systems (ADAS), el cual consiste de un conjunto de cámaras, radares y sensores que le brindan asistencia al conductor. Este sistema permite reducir las colisiones frontales a un 23% y las colisiones por alcance en un 40%. Los sensores y dispositivos del sistema ADAS se ubican en su mayoría en el parabrisas, por lo cual un cambio de este cristal en cualquier auto que posea la tecnología requiere un re-calibrado. Prof lanzó coberturas de hogar adaptadas a la pandemia En el marco de la cuarentena por el COVID-19, y del aniversario número 60 de la compañía en el mercado asegurador, Prof lanzó dos nuevos productos de Combinado Familiar. El primero, Hogar Low Cost, abarca

coberturas de incendio del edificio, incendio y robo del contenido, RC comprensiva y cristales, pudiendo incluir adicionales como remoción de escombros, gastos de alojamiento, HCVT (Huracán, Vendaval, Ciclón y Tornado) y granizo. A su vez, el cliente puede agregar coberturas como pequeños electrodomésticos, línea blanca y artefactos electrónicos con todo riesgo y adicional de alta/baja de tensión, contemplados en el producto `Hogar Premium`. Orbis continúa capacitando a sus productores La aseguradora se encuentra desarrollando un plan integral de capacitación online desde el principio de la cuarentena, y lleva capacitados a más de 350 productores asesores de seguros (PAS). Los temas tratados incluyen las oportunidades que presenta la pandemia, el liderazgo, estrategias de venta, uso de plataformas digitales y la motivación y actitud positiva en momentos de adversidad. Mapfre participa de una campaña global sobre igualdad de género Se trata del Target Gender Equality, una iniciativa de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) que busca promover el liderazgo de las mujeres en el ámbito empresarial y económico. En el marco de esa campaña, Antonio Huertas, presidente de Mapfre, participó de la `UN Global Compact Leaders Summit` junto con los líderes de más de 170 compañías globales, donde se compartieron estrategias de éxito y buenas prácticas al respecto de la igualdad. La aseguradora posee un 55% de mujeres en su personal a nivel global, y en 2019 cumplió con su meta de tener un 40% de mujeres en puestos de responsabilidad. Gallagher establece su network internacional La Gallagher Global Network, antes conocida como Gallagher Global Alliance, se especializa en seguros, administración de riesgos y beneficios para el personal, en más de 150 países. El exitoso crecimiento de la red demuestra su continua evolución a nivel mundial. Riskgroup Argentina es su miembro exclusivo tanto en la Argentina, como Uruguay y Paraguay. Ahora el grupo internacional ha actualizado el nombre de la red a Gallagher Global Network. La palabra `Network` (Red) captura más apropiadamente la esencia de esta red, forma de trabajo y cultura organizacional (misión). Tanto `Gallagher` como `Global` siguen siendo componentes primordiales ya que transmiten al mercado mundial la continuidad de los valores asociados a GGA. Este cambio fue realizado luego de una investigación solicitada por el equipo directivo de Gallagher y aprobado por todos los miembros. La nueva marca, Gallagher Global Network, será utilizada tanto por las filiales Gallagher como por sus socios y aliados estratégicos, buscando comunicar a los clientes globales que esta red internacional brindará sus servicios como un gran equipo unificado bajo la misma visión, misión y estándares de excelencia. Mercantil andina lanzó su campaña `Tu casa es tu lugar seguro` Con distintas piezas audiovisuales y mensajes vinculados a la protección del hogar, Mercantil andina lanzó la campaña `Tu casa es tu lugar seguro` en sus redes sociales Facebook e Instagram. Siendo la protección del hogar una de las mayores preocupaciones de las personas en este tiempo de pandemia, la compañía extendió las coberturas de Todo Riesgo Electrodomésticos que tradicionalmente ampara televisores, equipos de audio y computadoras, entre otros, a diversos aparatos y equipos electrónicos de uso diario y culinario. Acciones solidarias de Seguros Rivadavia

La compañía mantuvo su plan de donaciones (que han superado los \$3 millones) durante la cuarentena por el COVID-19, el cual se volcó hacia los insumos médicos. El plan incluyó la entrega de 5.000 barbijos, cientos de camisolines descartables, mascarillas de protección respiratoria, pistolas termómetro digital infrarrojo, guantes descartables y alcohol en gel. Entre las entidades receptoras de las donaciones se encuentran el Hospital de Niños Dr. Humberto Notti, el Hospital Carlos Saporiti y el Centro de Salud Nro. 166 de la ciudad de Mendoza; el Hospital Elina de la Serna y el Hospital de Niños Sor María Ludovica de La Plata; el Hospital Interzonal de Agudos Isidoro Iriarte de Quilmes; y el Hospital Sub-Zonal Materno Infantil Dr. Eduardo Oller de San Francisco Solano. Experta lanzó su seguro automotor El Grupo Werthein anunció el nacimiento de Experta Autos, la unidad de negocios de la compañía que comenzó a operar en el ramo automotor. El objetivo es fortalecer su portafolio en seguros generales y `retomar el liderazgo que supo tener` en el mismo. Roy Humphreys, CEO de Experta Seguros, caracterizó al producto automotor como `simple, con el precio justo, probado y con respaldo`. A su vez, anunció que el mismo será comercializado por su red de productores y brókers. El Grupo Werthein posee una prima consolidada anual de \$25.000 millones, lo cual lo ubica entre los principales grupos aseguradores del país. Argentina ya tiene un fideicomiso para invertir en startups científico-tecnológicas El fideicomiso financiero CITES I (por el Centro de Innovación Tecnológica, Empresarial y Social) recibió la autorización de la Comisión Nacional de Valores y fue presentado como el primer vehículo de venture capital del país dedicado a apoyar emprendimientos de ciencia y tecnología. El fideicomiso es coordinado por el CITES en conjunto con el Banco de Valores, y cuenta con recursos del Grupo Sancor Seguros (inversor ancla), el Banco Interamericano de Desarrollo y otros inversores privados. El valor nominal de la herramienta es de hasta US\$ 24 millones y será destinado a `early stage startups` de base científico-tecnológica del país. ATM lidera el mercado asegurador de motos

ATM Seguros volvió a ser por décimo año consecutivo la compañía líder del segmento de motos, según el reciente reporte dado a conocer por la Superintendencia de Seguros. En un año coyunturalmente adverso, la compañía celebra este hito inmersa en el desarrollo de un plan estratégico nacional. Con un 27,8% de participación de mercado, ATM Seguros se ubica al tope en el rubro asegurador de motos de Argentina, con más de 350 mil clientes, principalmente de AMBA e interior de la provincia de Buenos Aires. `Desde 2010 que ATM Seguros es la compañía de seguros líder en el ramo motovehicular, algo muy difícil de conseguir en un mercado cada vez más competitivo`, señala Daniel Giglio, presidente de ATM Seguros. n Daniel Giglio, presidente de ATM.