



EMPRESA

Entrevista a Marina Fal, presidente de Nativa Seguros

Crecimiento orgánico, planeado y estratégico

“El resultado positivo del cierre del ejercicio 2013 fue significativamente superior al de 2012 ya que pudo mejorarse el resultado en aproximadamente un 50 % respecto del registrado en igual período de 2012. Desde esta perspectiva, estamos muy conformes con la rentabilidad obtenida en este período, sin perjuicio de que esperamos poder aumentar esta rentabilidad en el presente ejercicio”, señaló **Marina Fal**, presidente de Nativa Seguros, en diálogo con *Todo Riesgo*.

- ¿Cuáles son las perspectivas para el ejercicio en curso?

- Nos encontramos en un proceso de crecimiento orgánico, planeado y ejecutado estratégicamente, con lo cual nuestras expectativas pasan por poder continuar con este plan de crecimiento para registrar otro muy buen año.

- ¿Cuáles son los ramos en los que tienen mayor presencia?

- Si bien el ramo automotores es el que motoriza nuestras ventas, desde hace dos años estamos profundizando diversas acciones para incrementar la participación de las ramas varias, particularmente, las de integrales y de accidentes personales.

Productos y tecnología

- ¿Lanzaron nuevos productos durante este año?

- Este año estuvimos concretando mejoras en los productos existentes en nuestro portafolio de opciones. Puntualmente, adicionamos mayores y nuevas coberturas en los integrales, así como también aumentamos las sumas aseguradas en coberturas para automóviles que presenten adicionales, ta-



VENTAS. “Por definición de estrategia comercial, el canal con el cual trabaja Nativa Seguros es el de productores asesores. La aseguradora canaliza a través de ellos cerca del 90 % de su producción”, precisó Marina Fal.

Fal: “El sector en general mantiene la tendencia histórica de desarrollarse sobre la base de los seguros obligatorios ya que todavía falta mucho camino por recorrer para que exista una real conciencia aseguradora que permita a individuos y empresas cubrir los riesgos diarios”.

les como parabrisas, lunetas, cerraduras y/o granizo.

- ¿Cómo están trabajando en materia de tecnología?

- Estamos trabajando activamente para poder utilizar las mejores herramientas tecnológicas posibles tanto para beneficiar a clientes como a nuestros productores, el canal de venta principal de la compañía. En lo que respecta a clientes particulares, por ejemplo, tenemos disponibles entornos *web* para que puedan consultar las condiciones generales de contratación del seguro automotor. Adicionalmente, estamos trabajando en pruebas para iniciar *SMS listings*, a través de los cuales podremos informar datos de importancia, tales como fechas de vencimiento de cuotas o de la licencia de conducir, así como transmitir campañas comerciales que a futuro diseñe Nativa Seguros. En relación con el canal productores, contamos con un *software* licenciado por medio del cual proveemos un instrumento para que este canal de venta pueda canalizar toda la operatoria diaria: emisiones, endosos, anulaciones, liquidaciones y siniestros. Finalmente, también estamos en proceso de desarrollo de aplicaciones para tecnología móvil a partir de las cuales el productor podrá estar operativo en todo momento.

Comercialización

- ¿Qué presencia comercial posee la aseguradora?

- Nativa Seguros posee una amplia cobertura tanto a través de productores asesores en toda la provincia de Buenos Aires como de sus agencias

