



Nativa Seguros comienza a posicionarse fuertemente en el interior del país

UNA COMPAÑÍA REGIONAL

“**A**postamos al crecimiento desde el trato personalizado hacia nuestros clientes. Proponemos condiciones comerciales integrales, claras y sustentables en el tiempo”, señaló **Juan Pablo Castagnino**, gerente general de Nativa Seguros, desde la ciudad de Olavarría, en el centro de la provincia de Buenos Aires.

- ¿Qué proyecciones pueden hacer para 2017 en relación con la estrategia comercial?

- Nativa Seguros, que el año que viene cumplirá 60 años de existencia en el país, es una aseguradora que continúa posicionándose fuertemente en el mercado del interior con propuestas claras desde la generación de nuevos servicios tanto para el productor asesor como para el asegurado. Al respecto, estamos incorporando el desarrollo de nuevas plataformas tecnológicas digitales para la interacción 360° con nuestros asegurados. Estamos convencidos de que debemos focalizarnos en el cliente generando las herramientas necesarias para fortalecer el vínculo comercial. Debemos llevar adelante un proceso de transformación y adaptación a las nuevas tecnologías, siempre integrando a nuestros productores, que son nuestros verdaderos socios estratégicos en este negocio. Tenemos muchas expectativas tanto para el año en curso como para el que viene, principalmente porque el mercado asegurador acompaña y va en sintonía con nuestros objetivos. Esperamos tener un crecimiento moderado, pero sostenido, lo cual nos permitirá desarrollar las bases para crecer con solidez en 2018. Como compañía regional, nos sentimos identificados con las localidades del interior. Compartimos la idiosincrasia, las costumbres y los valores. Esto nos posibilita satisfacer sus necesidades a



DIRECTIVO. Juan Pablo Castagnino, gerente general de Nativa Seguros.

través del lanzamiento de nuevos productos y brindarles el mejor servicio focalizándonos en la atención personalizada tanto a nuestros asegurados como a nuestros productores.

- ¿A qué productos apuestan?

- Nuestro *mix* de productos es bastante amplio y abarcamos tanto a individuos como a empresas. Apostamos a continuar creciendo en automotores, hogar e integral de comercio, accidentes personales y agro. Entendemos que es fundamental brindar las herramientas al productor para que podamos crecer juntos; entre ellas, destacamos la realización de capacitaciones en productos, nuevos procesos de gestión más eficientes, así como también desarrollar técnicas de venta para captar nuevos clientes. Nativa Seguros tiene una fuerte concentración en la rama automotores, pero a su vez estamos llevando adelante acciones comerciales que nos permitirán dar más protagonismo a hogar e integral de comercio, a los seguros para el agro y a accidentes personales. Actualmente, nos concentramos en ampliar las coberturas y en incrementar las sumas aseguradas con la ventaja diferencial de contratar una “Cobertura Plus” con un mayor cobertura del riesgo. En las

nuevas opciones de seguros para el hogar se tuvo en cuenta la cobertura sobre productos o dispositivos que funcionan con electricidad debido a las roturas que sufren por las altas, bajas y cortes de tensiones del servicio de red en cada vivienda, como también aquellos daños que pueden ocasionar la caída de rayos o de fuertes temporales (huracán, vendaval, ciclón y tornado). En el interior, el sector agrícola-ganadero posee un papel protagónico tanto económico como social, por lo cual desarrollamos una estrategia integral comercial y de marca. Firmamos acuerdos con entidades rurales, poniendo a disposición a nuestros técnicos para la disertación de charlas. Entendemos que el campo merece que le vaya bien y el productor sabe que cuenta con el apoyo incondicional de una aseguradora del y para el interior.

- ¿Cómo trabajarán en lo que resta del año en materia de canales de venta y tecnología?

- Creemos férreamente que la tecnología es un pilar fundamental de nuestra estrategia corporativa. Vamos hacia una transformación digital y queremos transitar este camino junto con nuestros productores. Estamos llevando a cabo una reestructuración de nuestro sitio *web* que nos posibilitará ofrecer una mayor transaccionalidad, brindando soluciones ágiles y directas a nuestros productores y asegurados, y trabajando sobre el concepto de “oficina virtual”. Estas acciones estarán apuntaladas mediante la disponibilidad de soluciones *apps*, brindando una mayor comodidad y disponibilidad al usuario. Esta transformación implica, a su vez, mejorar nuestro CRM abordando una perspectiva más amplia sobre el perfil de nuestra base de clientes y lograr una comunicación más efectiva y directa. Sin dudas, el desarrollo tecnológico es una variable clave para poder proyectarnos hacia una estrategia de diversificación de canales, optimizando cada parte del proceso comercial. Podemos adelantar que estamos incursionando en el área de *business intelligence*, enfoque comunicacional 360°. ■

