



Tiempo de Seguros EL VIAJE

Tierra del Fuego
Santa Cruz
Chubut
Mendoza
Buenos Aires



Seguinos por:

 www.tdselviaje.com.ar

 www.tiempodeseguros.com.ar

 www.tdsweb.com.ar

     [tiempodeseguros](https://www.facebook.com/tiempodeseguros)



estamos

para darte el seguro más completo para tu auto.
Junto a vos, en todo momento, acompañándote.



sancorseguros.com.ar

0800 444 2850



Nº de inscripción en SSN
0224

Atención al asegurado
0800-666-8400

Organismo de control
www.argentina.gob.ar/ssn

 **SSNI** SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN



DIRECTORES:

- Fernando Gabriel Tornato
- Marcelo Eduardo Deve

Colaboran en esta edición:

- Arq. Alberto Durán - Estudio Montserrat
- Asociación de Liquidadores y Peritos en Seguros
- Dr. Gustavo Yusti
- Estudio Leza, Escriña y Asociados
- Ing. Ernesto Bodenheimer y Asociados
- Ing. Fabián Pons (OVILAM)
- Lic. Daniel González Girardi
- Lic. Roberto Mecca
- Selling Point
- Rubén Quilindro (Crawford & Company)
- Dr. Alberto Alvarellos
- Museo del Seguro

Diseño y diagramación: Mariana Castelló - IG: @titigraf.design

La revista Tiempo de Seguros tiene domicilio en la Av. Roque S. Peña 616 P. 3. Of 301 (1035) CABA,
Tel: (011) 5352-3870 / 15-4422-3288

Propiedad registrada de Fernando Gabriel Tornato y Marcelo Eduardo Deve

Todos los derechos se encuentran reservados. Prohibida su reproducción parcial o total.

El target de Tiempo de Seguros: productores de seguros, brókers, profesionales del seguro, administradores de riesgo, empresas aseguradoras, peritos liquidadores de siniestros. Proveedores de la industria aseguradora.

 www.tdselviaje.com.ar

 www.tdsweb.com.ar

 www.tiempodeseguros.com.ar

     [tiempodeseguros](https://www.tiempodeseguros.com.ar)

SUMARIO

- 5 • 8° EDICIÓN DE "EL VIAJE DE TIEMPO DE SEGUROS"
- 6 • HÉCTOR MARTÍNEZ SOSA Y CÍA. S.A.
- 8 • RESPUESTAS PARA UN NUEVO MERCADO ASEGURADOR - MGP BROKER
- 10 • ACTUALIDAD Y FUTURO DE CIO BROKER
- 12 • GONZÁLEZ – SANTOIANNI Y ASOCIADOS
- 14 • ASISTENCIA AL VIAJERO DE HUMANO A HUMANO - TU GRAN DIFERENCIAL - MIW BROKER
- 16 • EL LIQUIDADOR DE SEGUROS: QUÉ SIGNIFICA Y CUALES SON SUS OBLIGACIONES (ING. ERNESTO BODENHEIMER)
- 18 • EL PRODUCTOR ASESOR DE SEGUROS (PAS) Y SUS OBLIGACIONES POSTCONTRACTALES (DR. ALBERTO ALVARELLOS)
- 20 • CÓMO SER MÁS PRODUCTIVOS (IVÁN DE OLAZÁBAL)
- 22 • NO MIREN ARRIBA: LA MÁQUINA PERFECTA DE NEGACIÓN DEL RIESGO (DANIEL E. GONZÁLEZ GIRARDI)
- 24 • CÓMO SER UN BUEN PRODUCTOR ASESOR DE SEGUROS (LIC. ROBERTO MECCA)
- 25 • CONOCIENDO RS4 NEUMÁTICOS & SERVICIOS
- 28 • LA CAPACITACIÓN ES LA CLAVE PARA SOSTENER NUESTRA POSICIÓN EN EL MERCADO (FAPASA)
- 30 • APAS BAHÍA BLANCA, ZONA Y SUR ARGENTINO
- 32 • APAS CUYO
- 33 • APAS SUR PATAGONIA
- 36 • CVR BROKER
- 38 • INFLACIÓN, FALTA DE DÓLARES Y EL CLIENTE - OVILAM
- 40 • DE LA PANDEMIA A UNA NUEVA NORMALIDAD - MAGIS
- 42 • IKÉ ASISTENCIA
- 44 • GRUPO MGR S.R.L.
- 46 • ORGANIZACIÓN PEVERELLI-CAPUTTO
- 47 • LA IMPORTANCIA DEL PERITO LIQUIDADOR - AALPS
- 48 • AUSPICIANTE DE LA 8° EDICIÓN DE "EL VIAJE DE TIEMPO DE SEGUROS"
- 50 • FICHAS TÉCNICAS AUSPICIANTE
- 56 • ¿EL CLIENTE EN EL CENTRO? ¡EL CLIENTE EN EL CENTRO! - SOFTEAM
- 58 • QUÉ LARGO FUE EL CAMINO, PERO HE LLEGADO AL LUGAR QUE YO QUERÍA - NASSIVERA LANZA
- 60 • LA COBERTURA DE ROBO EN EL TRANSPORTE TERRESTRE DE MERCADERÍAS (DR. GUSTAVO PABLO YUSTI)
- 62 • MAJOSEG RED DE PRODUCTORES
- 66 • SINIESTROS EN COBERTURAS DE SEGURO TÉCNICO (ARQ. ALBERTO DURÁN)
- 68 • LA ERA POST PANDEMIA - CUBUS
- 70 • SINIESTRO DE PÉRDIDA DE BENEFICIOS - CRAWFORD & COMPANY
- 72 • MG PERITAJES DE SEGUROS
- 74 • MIRADA HOLÍSTICA PARA LA DETERMINACIÓN DE LAS SUMAS ASEGURADAS EN CONTEXTOS INFLACIONARIOS Y CONVULSIONADOS - LEZA, ESCRÍÑA & ASOCIADOS
- 80 • ESTE ES EL MOMENTO IDEAL PARA QUE EL TÁNDEM ORGANIZADOR/PAS DÉ UN SALTO DE CALIDAD Y EFICIENCIA EN SU GESTIÓN - NEW LEADERS
- 82 • MUSEO DEL SEGURO
- 84 • JUGUEMOS EN EQUIPO - AAPAS
- 88 • EL ROL DEL PAS COMO UN DIFERENCIAL MUY IMPORTANTE - GLOBAL SOLUTION BROKER

8° EDICIÓN DE “EL VIAJE DE TIEMPO DE SEGUROS”

La sana costumbre de recorrer el país, reflejando la actividad del mercado asegurador

Entre octubre y noviembre de este año llevaremos adelante una nueva edición, la octava, de “El Viaje de Tiempo de Seguros”, nuestro ya tradicional evento sobre ruedas, que se ha transformado en LA experiencia diferente y sin dudas la más federal del mercado asegurador.

En sus 7 ediciones anteriores llevamos recorridos poco más de 50.000 km de ruta y estuvimos en más de 120 localidades de 21 provincias, generando cerca de 600 entrevistas presenciales, tanto en oficinas de colegas productores como en agencias y/o sucursales de compañías aseguradoras; además, durante a lo largo de las mismas, realizamos desde el interior 24 transmisiones en vivo de nuestro programa de los sábados.

Ni siquiera la pandemia detuvo la 7° edición de “El Viaje”; apenas demoró la realización de algunos de sus tramos, pero con un calendario extendido que comenzó en diciembre del 2020 y finalizó en septiembre del 2021 cumplimos con todo lo comprometido, realizando un total de 144 entrevistas presenciales, en las cuales conocimos

una gran cantidad de colegas de más de 30 localidades. Todo ello fue posible gracias al inestimable apoyo de nuestros sponsors que, como siempre, confiaron en nosotros y nos pidieron muy especialmente que fuésemos a entrevistar a sus productores, como un reconocimiento por la excelente labor realizada por los colegas, al ser la cara visible del seguro durante la peor pandemia que conociese nuestro país. Y luego de dos años tan difíciles, este 2022 nos propusimos ir por todo: vamos a llegar por primera vez a las únicas 2 provincias a las cuales no habíamos visitado con nuestro “evento sobre ruedas”-Santa Cruz y Tierra del Fuego-, en el que será el recorrido más extenso de todas nuestras ediciones: cerca de 11.000 km totales

en dos etapas, atravesando 10 provincias con el objetivo de realizar más de un centenar de entrevistas a colegas que compartirán con todos nosotros su historia, cómo fueron sus comienzos y cómo es su día a día, junto a su visión del mercado y del futuro de la actividad.

Como siempre nuestra página web www.tdselviaje.com.ar reflejará día a día lo que vaya aconteciendo para que puedan conocer en tiempo real todas las acciones que estaremos desarrollando y los lugares que iremos transitando. Por supuesto también estaremos presentes a través de las redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram y en nuestro canal de YouTube) donde nuestros seguidores podrán acceder a la información y los contenidos que se vayan generando, entre ellos fotos y videos grabados con cámaras a bordo y un dron que incorporamos como novedad para esta travesía.

Quedan todos invitados a sumarse a este viaje que tiene mucho de aventura, sueños y pasión por lo que hacemos.



HÉCTOR MARTÍNEZ SOSA Y CÍA. S.A.



Somos uno de los brokers de capital nacional más importantes del mercado y esa condición es el resultado de más de 50 años de trayectoria, durante los cuales hemos atravesado una cantidad innumerable de cambios en las condiciones: desde mercados con alta regulación a situaciones de mayor liberalidad; evolución y variación de las tecnologías aplicadas al negocio; la aparición del fenómeno de la inflación y su presencia casi permanente; el desembarco de brokers internacionales con el consiguiente impacto en los jugadores locales y para agregar el último condimento a este camino: la pandemia del Covid 19 que trajo consigo una aceleración inaudita de cambios en hábitos y costumbres que naturalmente también impactaron en el negocio.

Al mismo tiempo el mercado ha registrado una acentuada concentración en compañías mediante fusiones y adquisiciones. Un fenómeno similar se verifica en el segmento de brokers a través de compras de cartera.

Ante esta realidad iniciamos una serie de cambios cuyo primer efecto visible es el cambio de la identidad corporativa, pero eso es sólo lo visible y acompaña reformas más profundas.

Estamos reestructurando la empresa para adaptarnos a la velocidad de los cambios del mercado, esta transformación comien-

za por lo más importante que es el capital humano, desde la alta dirección hacia todos los niveles de la organización, profesionalizando cada nivel de la compañía.

Los cambios se van a dar fundamentalmente con la incorporación de herramientas de sistemas de gestión; de marketing y comunicación; con la gestión ajustada de la administración y las finanzas; y por último lo más importante será hacer estos cambios manteniendo la cercanía y empatía con nuestros clientes que es el principal activo que nos trajo hasta acá.

La cercanía con el cliente, con el productor y con las compañías está en el ADN de la empresa, y es lo que nos permite una interpretación cabal de sus necesidades.

Y como estrategia comercial seguiremos buscando incorporar productores a nuestras unidades de negocios; seguir creciendo en el segmento corporativo y también continuar con nuestra expansión hacia el interior del país, un mercado que tradicionalmente estuvo atendido por empresas y product-

res locales, para llevar los beneficios de la escala y mejorar sus condiciones.

Detectamos un gran desafío con la incorporación de plataformas tecnológicas que facilitan la comercialización y la masificación de la oferta, pero entendemos que sin el componente de la relación humana que es el gran diferencial que aporta el



HÉCTOR MARTÍNEZ SOSA

productor, estas tecnologías no podrán ser completamente exitosas.

En resumen, nos estamos preparando para los próximos cincuenta años que ya empezaron, y no van a ser fáciles, porque esperamos mucha más concentración del mercado, condiciones macroeconómicas altamente cambiantes y una competencia también cada vez más preparada para lo mismo.

Vamos a trabajar por ampliar la base del mercado, tenemos conciencia que la penetración del seguro en el país es mucho más baja que la media internacional y debería crecer mediante la cobertura de riesgos que hoy todavía no se contemplan en Argentina.

Y por supuesto mirar al futuro haciendo honor al legado de nuestro fundador, Héctor Isidro Martínez Sosa, quien en lugar de optar por ser más grande siempre eligió ser mejor.



AGENCIA RÍO GRANDE (TIERRA DEL FUEGO)



Más de 50 años asegurando respuestas.

Somos HMS, una organización argentina experta en seguros. Somos Martínez Sosa, Unibroker, Salim, Safety, Austral Consulting. Un conjunto de empresas dedicadas desde siempre a la Industria del Seguro, respondiendo a todas las necesidades de individuos, empresas y organizaciones públicas y privadas. Hoy trabajamos con las compañías de seguros líderes en el mercado nacional e internacional, y brindamos nuestros servicios a más de 650.000 personas y 14.000 organizaciones que confían en nosotros. Somos HMS. Nacimos, nos desarrollamos y seguimos creciendo en nuestro país.

www.hmsosa.com



RESPUESTAS PARA UN NUEVO MERCADO ASEGURADOR



Trabajamos en un sector de la economía que dio sus primeros pasos en la Edad Media, cuando las embarcaciones obtenían coberturas contra eventos habituales de la época: accidentes, naufragios y ataques piratas. Lógicamente, tras 700 años, mucho ha cambiado, aunque la esencia de la actividad se mantenga inalterable. Por mencionar algunas transformaciones -sólo en las últimas décadas- surgieron nuevos riesgos, entraron y salieron diferentes jugadores del mercado, se ampliaron las coberturas, cambiaron los tiempos para la contratación de una póliza, las cotizaciones se volvieron automáticas, las comunicaciones son 100% digitales... Sin embargo, en los últimos dos años, de la mano de la pandemia el sector ha atravesado quizás su momento más disruptivo.

El mercado cambió porque la cultura y las sociedades cambiaron, y no nos referimos a un aspecto estrictamente tecnológico o digital; el tiempo de respuesta y de contención debe ser inmediato, el acceso a la información simple y ágil, los servicios deben ser integrales, los procesos automáticos, las coberturas acordes a las nuevas prácticas sociales... En fin, el universo asegurador de-be estar a la altura de las nuevas generaciones (de productores y de consumidores).

Desde que fundamos MGP Broker, en 2016, entendimos que los pilares fundamentales de esta organización serían el asesoramiento, la tecnología y los servicios. Básicamente, nos centramos en desarrollar y fortalecer las ventajas comparativas del Productor Asesor de Seguros para competir en un mercado cada vez más vertical y agresivo, en el que el costo es el rey -siempre y cuando, no haya conflictos, siniestros o gestiones extraordinarias que llevar a cabo- y en el que el asesoramiento es tomado a la ligera.

Nos inclinamos también por acentuar y promover las coberturas no automáticas, que precisan especialmente de la experiencia y del conocimiento de los Productores para encontrar la opción que mejor

se ajusta a las necesidades de sus asegurados. Principalmente, porque además estimamos que conforme pase el tiempo el rol del PAS será esencialmente de asesoría más que de producción en sí.

Por lo tanto, como respuesta a los cambios que nos imaginábamos que ocurrirían en nuestro ámbito profesional, trabajamos desde el inicio sobre tres ejes: facilitar la tarea diaria del Productor, aportar a su profesionalización y generar herramientas y servicios que beneficien -directa o indirectamente- a su cartera.

Entre nuestras plataformas digitales, lanzamos en 2018 una app para asegurados que se establece como un canal inmediato y directo de comunicación, asistencia y gestión de seguros entre el productor y sus clientes. La aplicación, que cuenta con la imagen corporativa de cada productor, le permite a los clientes ver sus pólizas, tener sus certificados de cobertura en PDF, contactar al auxilio mecánico y solicitar cotizaciones, entre otras funciones.

Para agilizar el trabajo de los PAS, contamos con un cotizador multicompañía para autos y moto-vehículos que en segundos exhibe diferentes opciones de cobertura en las aseguradoras más importantes del mercado; un pre-suscriptor para evaluar riesgos varios ingresando unos pocos datos; un portal de gestión interna que permite el seguimiento de casos, comunicación y gestión en diferentes niveles (con los colaboradores, con el broker y con las compañías) y un directorio de accesos digitales habituales para que los Productores no pierdan tiempo siquiera en ingresar a la intranet de una compañía u otros servicios.

Todas estas herramientas están diseñadas para aportar sistematización, rapidez en la respuesta y la mejor evaluación posible para los riesgos de nuestros clientes. Además, automatizar los procesos nos permite crear un tiempo para, por ejemplo, desarrollar nuevos negocios, asesorar en aquellas coberturas más heterodoxas o estrechar el vínculo con los asegurados.

En cuanto a lo comercial, MGP Broker



MARCELO MONTAÑEZ, PRESIDENTE DE MGP BROKER

se apoya en la trayectoria de Grupo Megapro de casi 25 años en el mercado y, por eso, desarrolló convenios diferenciales con las aseguradoras líderes para no descuidar la rentabilidad. En esta línea, realizamos una planificación comercial

anual que acompañamos con campañas y acciones de venta apuntadas a diferentes ramos y productos, que comprenden recompensas tanto para Organizadores como para Productores. El cumplimiento de los objetivos en equipo nos permite acceder a mejorar condiciones y convenios.

Como mencionamos previamente, los servicios son una parte fundamental del negocio porque, sean de alcance directo para el asegurado o no, hacen la diferencia. Nuestra organización contempló, por un lado, el crecimiento profesional, otorgando capacitaciones mensuales a distancia; brindando un equipo de apoyo para la venta asistida que -en conjunto con los productores- permita la concreción de ventas de nuevos productos a su cartera y la ampliación de riesgos asegurados, con soporte técnico-comercial para negocios de operatoria compleja, riesgos industriales, corporativos, de afinidad o licitaciones.

Por el otro, la asesoría, poniendo a disposición profesionales del área de Legales, para reclamos de terceros y consultas jurídicas sobre seguros; un área de Tecnología encargada de traducir las necesidades de los Organizadores y Productores en herramientas digitales y las áreas de ART, Prepaga y Vida, con expertos en productos que tomaron una nueva relevancia a partir de la pandemia.

Debido a que, en todo sentido, las personas son el capital más valioso, los seguros personales (junto a los cibernéticos) serán las coberturas del futuro y, por eso, queremos profundizar nuestra experiencia en ellos como también continuar en el camino de la incorporación de organizadores y productores de distintos perfiles, especializaciones y regiones del país, porque el rol de la intermediación seguirá siendo fundamental para velar por los intereses de los asegurados.

Por último, dentro de sus servicios, MGP Broker también se constituye en un ca-

nal de intermediación para la gestión y resolución de conflictos entre Organizadores y Productores de todo el país y las aseguradoras, supliendo la distancia física con vínculos y experiencia para la negociación.

El mercado está cambiando y seguirá haciéndolo. El futuro de nuestra actividad se desarrollará entre microseguros, seguros on demand, insurtechs y coberturas en materia cibernética. Incluso, más temprano que tarde, estaremos ante un mercado que aumentará el uso de herramientas digitales -como la inteligencia artificial- para conocer los consumos de la población en este ámbito, que virará hacia un camino de sustentabilidad, que trabajará fuertemente para aumentar la conciencia aseguradora en la sociedad, en un contexto donde la competencia se volverá más ardua. Son muchas las predicciones a estimar pero hay algo que no podemos negar, sin lugar a dudas, el futuro es en equipo

VAMOS HACIA UNA NUEVA FORMA DE CRECER ¿VAMOS JUNTOS?

Estamos sumando Productores Asesores, a los más experimentados y a los que recién comienzan, para ser parte de una nueva era, para trabajar con el respaldo de un Grupo que los ayuda a crecer. Sumate vos también.

 /mgpbroker
0800 220 6342



UNA EMPRESA
DEL GRUPO
MEGAPRO

Nº de matrícula en SSN
1346

Atención al asegurado
0800-666-8400

Organismo de control
www.argentina.gob.ar/ssn



ACTUALIDAD Y FUTURO DE CIO BROKER



En un mundo sumamente cambiante, los paradigmas y costumbres del mundo del seguro no estuvieron ajenos a estas transformaciones.

Si bien la tecnología cada vez avanza más rápido no podemos dejar de lado el trato cara a cara con los productores y clientes.

Es por ello que sumadas a las aperturas de las oficinas en San Juan y en Mendoza en 2021, en 2022 inauguramos una oficina dentro del Consorcio Portuario de Mar del Plata, atendiendo las necesidades de nuestros clientes en ese sector.

¿Cómo se vive la transformación digital en este rubro? ¿Cambió el modelo de atención?

Las oficinas siguen siendo necesarias como lugar de encuentro para distintos actores de la vida cotidiana del seguro dado que éste no deja de ser un negocio de personas y no podemos dejar de lado el trato cara a cara con los productores

y clientes pero el modelo tiende a cambiar gracias a la transformación digital.

En ese sentido y apostando al futuro de la actividad aseguradora intentamos diversificar los canales, y a partir de ello facilitar las gestiones de clientes por ejemplo a través del canal online, motivo por el cual en 2020 desarrollamos nuestro canal de venta online que tan exitosamente está funcionando con un equipo de 6 personas asignadas al mismo. Así, en nuestra página web www.cioseguros.com.ar el usuario puede cotizar y emitir online su seguro de auto,



SUCURSAL CIO PUERTO MAR DEL PLATA



accidente personal, celular, monopatín, bicicleta, notebook y asistencia al viajero en la comodidad de su hogar sin perder tiempo con sólo un par de clicks.

Asimismo es posible denunciar un siniestro y agilizar el proceso de carga y gestión del mismo o solicitar cotización de otros productos específicos.

Estos cambios no se dan sólo en el plano tecnológico, sino también de estructuras, formas de trabajo, de interrelación entre clientes, productores, organizacio-

nes y compañías de seguros.

Como parte de CIO, debemos acompañar este crecimiento y aggiornarnos a los nuevos tiempos que corren, siempre actuando en sinergia con todos los actores que forman parte del mercado asegurador.

En CIO tenemos claro que los grandes generadores del cambio son las personas y fortalecer los vínculos es complementario al trabajo diario. Trabajamos en crecer como personas, profesionales y como organización. En este marco hemos desarrollado Cio Membership, un programa de beneficios disponible para el staff de CIO y productores que brinda descuentos y promociones exclusivas en los comercios de nuestros clientes.

Asimismo, entre otros servicios que ofrecemos se pueden destacar la asesoría legal gratuita a clientes, gracias a que contamos con un equipo de profesionales que realizan los reclamos a las compañías terceras. Además contamos con un sector contable que da soporte a los productores del broker. Y como si esto fuera poco, para los PAS que se inician tenemos una plataforma de class-

room donde capacitamos tanto en temas comerciales como de administración y ventas, además de da les herramientas de gestión muy útiles que facilitan su tarea. ¡Todo esto gracias a las ventajas que nos da el mundo online!

Con todo lo antes mencionado, estamos cerrando un 2022 sumamente fructífero lo cual nos lleva a proyectar un 2023 aún más auspicioso. En este sentido, si bien hace muchos años somos el Broker Back Office Regional de BBVA, este año estamos cerrando un acuerdo con otro banco para realizar un desarrollo customizado sin descuidar el canal PAS que de alguna manera son nuestros socios de negocios.

Asimismo también estamos planificando comercializar soluciones de Banco del Sol lo cual nos brinda un amplio campo de acción y un mayor desafío.

Además... ¡Tenemos proyectada la apertura de dos nuevas oficinas en el interior del país!

Así es que si sos PAS te invitamos a sumarte a nuestra estructura y comenzar a disfrutar los beneficios de pertenecer al mundo CIO.

¿SABIAS QUE PODÉS COTIZAR Y EMITIR 100% ONLINE TU ASISTENCIA AL VIAJERO?

Luego de la pandemia, donde nos vimos obligados a quedarnos en casa y no poder salir por varios meses, las personas estábamos deseosas de volver a viajar. Finalmente se activó el turismo interno en el país y también se reactivó el turismo internacional. Es por esto, que nos aliamos con las compañías de asistencias para poder brindarles a nuestros clientes una cobertura integral en todos los momentos de su vida, y seguir cuidándolos en sus vacaciones.

En nuestra página web www.cioseguros.com.ar los clientes pueden entrar y emitir su voucher de asistencia al viajero 100% online, solo completando la fecha de viaje, la edad y el destino.

¡Sólo resta armar la valija y a disfrutar!



TECNOLOGÍA Y SERVICIO PARA EL MUNDO DEL SEGURO

¿ESTÁS PROTEGIDO?

Logramos las mejores cotizaciones junto a compañías líderes del país.



☎ 223 596-1803

✉ info@cioseguros.com.ar

MÁS INFO EN
CIOseguros.com.ar

GONZÁLEZ – SANTOIANNI Y ASOCIADOS



González-Santoianni Asoc.

Asesores de Seguros | Mat. 864 SSN

González-Santoianni Asociados S.R.L. es una empresa que nace en mayo del 2002 con sede en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. En nuestros inicios operábamos exclusivamente con seguros de vida colectivo y con el correr del tiempo y junto al acompañamiento de nuestros clientes nos fuimos expandiendo y abriendo nuevas oficinas en distintas provincias del interior del país.

La primera etapa de crecimiento y expansión comenzó en la provincia de Misiones, le siguieron la ciudad de Bahía Blanca y las provincias de Mendoza y La Pampa.

La segunda etapa dio comienzo hace unos años, formando nuevas alianzas comerciales y haciendo crecer la estructura con importantes incorporaciones en las provincias de Salta y Jujuy. Las últimas provincias o ciudades con las que logramos convenios fueron Chaco, Resistencia, Corrientes, Entre Ríos y Ushuaia.

Desde la apertura de la primera oficina hasta hoy, trabajamos junto a Organizaciones y Productores con presencia en cada una de las regiones mencionadas. Actualmente forman parte del equipo 17 Organizaciones y más de 300 Productores Asesores de Seguros.

AS: nosotros tenemos como objetivo crear relaciones de confianza con cada Organizador y Productor, ofreciendo todas las herramientas necesarias para que se sientan cómodos y puedan operar desde cualquier rincón del país con

las mejores condiciones y el mayor respaldo, buscando ser innovadores en la creación de valor, ayudándolos a gestionar los riesgos y a visualizar oportunidades, ofreciendo las mejores opciones para cada negocio orientando las energías a buscar la excelencia en la gestión operativa.

Entendemos que el mercado actual exige una gestión operativa que inspire confianza y brinde respuestas tanto para productores como para asegurados y es por ello que buscamos generar canales ágiles con una comunicación fluida para generar soluciones inmediatas.

Nos enfocamos en identificar las necesidades de nuestros clientes y de esta manera trabajar en equipo para definir protocolos y planificar distintas acciones. Esto nos permite una mejor gestión de los recursos con el objetivo de mejorar la productividad y competitividad.

Tenemos como propósito optimizar los procesos operativos, lograr una mayor satisfacción a las necesidades y sobre todo simplificar y dinamizar el funcionamiento para lograr un mayor nivel de productividad.

Nos proponemos ser realmente efectivos en los procesos y sobre eso intentamos marcar la diferencia, para que nuestros socios se sientan cómodos y seguros en el desarrollo de su actividad.

NUEVOS DESAFÍOS

AS: actualmente estamos presentando a una nueva sociedad que operará junto con González-Santoianni, llamada Bus Broker, encargada de dar soporte únicamente al productor de seguros independiente. La realidad es que encontramos la necesidad de integrar a ésta exclusivamente al productor independiente y darle la atención diferencial que ellos requieren.

El Lic. Esteban Peruilh es el encargado junto a su equipo de llevar adelante este negocio dirigido exclusivamente a aquellos Productores que

hoy no están vinculados a ninguna Organización o que recién están comenzando en la profesión para poder atender las necesidades profesionales de cada uno, procurando sobre todo transmitir el conocimiento necesario para potenciar sus capacidades de venta y optimizar la administración de sus portfolios.

Entendemos que hoy en día el mercado nos lleva a una disyuntiva entre precio y servicio, sabiendo que al asegurado nuevo se lo atrae por precio y se lo fideliza por servicio. Para no quedar expuestos ante este dilema y ser responsables con la profesión entendemos que el Productor necesita respaldo y esto es lo que venimos a ofrecer para aquellos que se sumen a la estructura, además de contar con todo el soporte administrativo, comercial y la experiencia de González-Santoianni Asociados

Tenemos en claro lo que el Productor independiente necesita para ejercer su profesión y por eso además brindamos la mayor atención posible en su capacitación, técnicas de venta y estrategias de marketing procurando que sus carteras se expandan a distintos ramos con un mismo cliente.

Estamos preparados para asistirlos en la gestión operativa de todos los riesgos con ejecutivos de cuenta exclusivos para ellos.

Bus Broker responderá a todas las necesidades de nuestros productores independientes, siendo proactivo dentro de la inmediatez que el entorno exige día a día, buscando adelantarse a esos requerimientos tanto comerciales como operativos estando listos para respaldarlos y así facilitar su crecimiento de manera responsable.

PROVINCIAS Y CIUDADES EN LA QUE OPERAN:

- BAHÍA BLANCA
- GENERAL PICO LA PAMPA
- ENTRE RÍOS
- CORRIENTES
- CHACO
- SALTA
- JUJUY
- CATAMARCA
- SAN RAFAEL MENDOZA
- USHUAIA
- MISIONES
- C.A.B.A



**LIC. AUGUSTO SANTOIANNI, GERENTE
COMERCIAL**



González-Santoianni Asoc.
Asesores de Seguros | Mat. 864 SSN

—
**TU TRANQUILIDAD
NUESTRO COMPROMISO**
—

CASA CENTRAL
Paraguay 5635, piso 4 dpto 16
C.A.BA. Argentina
info@gonzalezsantoianni.com.ar

Tel. 11 4773-5533 / 11 4774-7700
www.gonzalezsantoianni.com.ar



www.ssn.gov.ar

0800-666-8400

NÚMERO DE INSCRIPCIÓN 864



FRANCO RÉSTORI (LOBOS)



GRUPO TRIVIUM (MAR DEL PLATA)



GUSTAVO BIANCO (CÓRDOBA)



HÉCTOR GONZALO
AVENDAÑO (CAMPANA)

ASISTENCIA AL VIAJERO DE HUMANO A HUMANO - TU GRAN DIFERENCIAL



GENERALMENTE ESCUCHAMOS QUE LOS MOMENTOS DE CRISIS DEPENDEN DE COMO LOS MIREMOS, PARA CONVERTIRLOS EN GRANDES Y NUEVAS POSIBILIDADES.

Somos fieles seguidoras de esa idea. Y queremos compartir esta visión para que puedas generar, entre otras cosas, nuevos negocios.

La pandemia obligo a muchos a “despertar” con este nuevo servicio, te invitamos a conocernos.

Soy **Fernanda Made**, Directora de MIW BROKER; hace 4 años creamos, con Camila Freire, este espacio, en donde los productores de seguros cuentan desde el día 1, con la experiencia de más de 15 años respecto a la *Asistencia al viajero*, servicio en el cual somos expertas.

Los factores más valorados a la hora de que te elijan como productor de seguros son *el Conocimiento, El tiempo de Respuesta, y la Humanidad en el trato*, y sobre todo *Asesorar Profesionalmente*, todo esto brindamos en MIW BROKER.



FERNANDA MADE, DIRECTORA DE MIW BROKER

Figurémonos una situación, tu cliente está soñando con un viaje maravilloso, y vos sin saberlo aún, sos la persona indicada para ofrecerle la *Asistencia al viajero*, sos su referente en cobertura de riesgos, su amigo, y en algunos casos a esta altu-

ra, hasta su confidente, seguramente seas uno de los primeros en conocer la planificación de un viaje soñado para su grupo familiar. ¿Vas a dejar pasar esta oportunidad? Este es el momento de hacer un STOP y *recomendarles firmemente que viajen con este tipo de Servicio*, en general lo solicitan, por que los obliga algún requisito, ahora en cuanto no lo exigen pierden la noción de lo importante, que es llevarlo. Si acá cuentan con una prepaga u obra social para este tipo de imprevistos por que van a estar sin cobertura estando lejos de casa, como todo lo referente a seguros, lo mejor es que nunca lo usen, sin embargo llegado el caso de necesitar usarlo, van a agradecer tu asesoramiento y acompañamiento, como Uds., el nuestro.

Ofrecemos a los productores convertirse a nuestro lado en los mejores asesores de Asistencia al Viajero, acompañándolos en todos los procesos, tomando a su cliente como un individuo particular y único, que requiere algo a medida de sus necesidades.

Es por esto que tenemos un programa de capacitación, de formación On Going, en la medida que vas vendiendo te vas formando en especialista en *Asistencia al Viajero*.

El Saber, hace que la experiencia sea un éxito, adecuando la expectativa del cliente a la realidad. Acá no sirve el marketing publicitario, del helicóptero que te va a buscar a la punta del Everest, sino, dar confianza e indicaciones claras, comunicando, que es lo que se cubre, hasta donde, de qué modo y en qué condiciones.

Cientes Únicos, no somos todos iguales y los viajeros tampoco. El producto a Ofrecer depende entre otros factores de:

- El destino
- La edad y cantidad de pasajeros
- El periodo de viaje
- Si existe algún pasajero con alguna enfermedad preexistente, o alguna cursando un embarazo, si van a hacer de-

portes en competencias, etc.

Desde el concepto de uno a uno, con tratamiento personalizado, de humano a humano, obtienen la posibilidad de comenzar a vender asistencia al viajero, como si los años de experiencia fueran tuyos.

Facilitamos tu comunicación, tu cierre de ventas, tu seguimiento en caso que tu cliente lo requiera, y el cobro de tus comisiones.

La asistencia al viajero se ha posicionado en un lugar de preponderancia este último tiempo debido a la pandemia.

Esto permitió tener un servicio que hace tiempo está en mercado pero seguramente hasta este momento no se dieron el tiempo para conocerlo.



CAMILA FREIRE, DIRECTORA DE MIW BROKER

Algunos vieron la posibilidad y tomaron nuestra propuesta como la mejor alternativa para dar respuesta a sus clientes, de manera inmediata, ofreciendo algo que si bien no conocían a fondo, pudieron, con nuestra gestión, brindar todas las respues-

tas que les solicitan al respecto.

¿Querés sumarte a los que ya comenzaron?

¿Cómo me doy el alta?

Nos envías un mail a contacto.miw8@gmail.com con tus datos de productor y si es necesario ya puedes comenzar a solicitar cotizaciones en ese mismo momento.

Te vamos orientando:

Es simple, Ágil, y muy contributivo.

Fernanda Made

Directora MIW BROKER

ALGUNOS DE NUESTROS ASESORES ENCAMINADOS,

“Destaco el profesionalismo y el compromiso con el que trabajan Fernanda y Camila de MIW BROKER, pero lo más importante es el trato, que deja en claro la pasión por lo que hacen” - Javier Galdeano PAS de CUYO

“CAP BROKERS SA, Córdoba eligió operar con MIW BROKER, en razón de que los servicios son tremendamente efi-

cientos, y sirven de respuesta inmediata a nuestros clientes, con buenos costos y con nuestra atención directa, junto con Fernanda Made”.

“Mi experiencia con MIW Broker es excelente. En el poco tiempo que estoy operando, tienen celeridad a la hora de las cotizaciones y sobre todo para asistir a los asegurados a la hora que sea necesario atenderlos” **Joaquín Roch - Corrientes**

“La relación comercial con MIW nos permitió añadir un servicio integral al cliente fidelizando aún más la relación con el mismo. Lo que se inició como algo obligatorio debido a la pandemia continuó como un producto más en el portfolio del Productor Asesor de Seguros permitiendo ampliar su cartera e ingresos. Al día de hoy es impensado que un cliente nuestro realice un viaje y/o planifique sus vacaciones sin tener el ofrecimiento de contratar un seguro de Asistencia al Viajero por parte de su asesor.” **Nicolás Braconni - Gerente UNUM Consultores**

“Para mi trabajar con MIW Broker, es celeridad, tranquilidad y responsabilidad... siempre están disponibles y la respuesta

es rápida e inmediata, cualidades indispensables para poder vender seguros de viajeros. ¡¡Muchas gracias!!” - **Mauricio Burgos, PAS de Neuquén**



“Trabajar con ustedes es sinónimo de muy buena atención, servicio, seguridad, responsabilidad y garantía de que siempre están” - **Luis Alberto Avellaneda - La Plata**

MIW BROKER

TU REFERENTE EN ASISTENCIA AL VIAJERO

CONTÁCTANOS

SIMPLE, ÁGIL Y MUY RENTABLE!



+54 9 11 5576 7899



MIWBROKER

contacto.miw8@gmail.com

EL LIQUIDADOR DE SEGUROS: QUÉ SIGNIFICA Y CUALES SON SUS OBLIGACIONES - SU INTERACCIÓN CON PAS Y BROKERS

Esta es una tarea muy especial dentro de la actividad Aseguradora, más que está muy ligado cuando hay un siniestro con las partes involucradas, o sea el Asegurado, el PAS, la Aseguradora y si corresponde, a los Reaseguradores.

El **liquidador de siniestros y averías** investiga por parte de la aseguradora o reaseguradora cómo y en qué circunstancias ocurrió un siniestro denunciado, definen si la póliza contratada por el asegurado cubre la avería y, si corresponde, proponen un monto a indemnizar. Desarrollan su actividad sin relación de dependencia ni subordinación técnica o jurídica con el comitente, remunerados exclusivamente por honorarios (de acuerdo a la Pagina Web de la SSN en Argentina, donde se regula su actividad).

<https://www.argentina.gob.ar/superintendencia-de-seguros/mercado-asegurador/liquidadores-de-siniestros-y-averias>

De esta definición se desprende que el perito **Liquidador de seguros ha de ser un experto en la materia y poseer un amplio conocimiento técnico**, pero además de conocer y dominar la técnica aseguradora, deberá conocer la teoría del seguro, el contrato de seguros y su normativa, sistemas de valoración de daños, actuación pericial, reparación de vehículos (en el caso de los seguros de autos).

Además, deberá poseer ciertas habilidades como: comunicación verbal, redacción de informes y recopilación de información y desde ya, manejar las nuevas tecnologías. Asimismo, como el papel del **perito de seguros** confluye con el de otros actores: compañía aseguradora, asegurados, talleres de reparación, fabricantes, etc., cuyos intereses pueden llegar a entrar en conflicto, ha de contar con una amplia objetividad, independencia de criterio, así como con habilidades de comunicación y relaciones interpersonales que le permitan transmitir esta objetividad basada en criterios técnicos.

El **Comisario de averías** opera en el ámbito del transporte aéreo, marítimo y terrestre y en algunos casos, para otros riesgos y su función es **constatar y reconocer** el siniestro, así como inspeccionar las pérdidas y daños causados.

Además, el **comisario de averías** inspec-

cionará y valorará las pérdidas y/o daños sufridos por la mercancía e informará a sus mandantes, quienes generalmente efectúan la liquidación del siniestro de acuerdo a las cláusulas y condiciones del contrato de seguro.

Al igual que el perito, deberá poseer amplios conocimientos técnicos y de legislación. Su actuación responderá a criterios y principios de objetividad y rigurosidad.

POR OTRO LADO ESTÁ EL LIQUIDADOR DE AVERÍAS

Este profesional interviene en caso de siniestros del seguro de transportes, especialmente en el ámbito marítimo, **verificando y determinando** las pérdidas y daños causados, emitiendo un informe sobre las posibles causas del siniestro y la descripción de las circunstancias que rodean al accidente o averías. Su responsabilidad alcanza las operaciones de liquidación.

De acuerdo la actualidad del seguro, el ámbito de los riesgos es muy amplio, por lo que podrían dividirse las especializaciones principales en:

- a) Siniestros “masa”, que son los siniestros de baja severidad y frecuencia, por ejemplo daños y robos en casas de familia, pymes, daños en cristales, daños por agua, accidentes menores, incluyendo lesiones, etc., También entran en este caso robos en cajeros automáticos, equipos electrónicos móviles y otros.
- b) También son siniestros “masa” los relacionados al rubro automotor, tanto daños como lesiones a pasajeros y a terceros.

Estos rubros (a y b) requieren por ser el porcentaje mayor del universo de los siniestros, una gran cantidad de Liquidadores y peritos, que deben contar con estructuras de personal, medios tecnológicos y estructura logística, como ser oficinas/representantes/peritos ubicados a lo ancho y largo del país.



c) Rubro transporte con todas las reglamentaciones y reglas que conlleva la actividad.

e) Rubro agro

f) Rubros Incendio, Seguros Técnicos y Responsabilidad Civil para siniestros de severidad y complejidad

g) Rubros especiales, como ser siniestros bancarios, contaminación ambiental, cyber riesgos, riesgos financieros, riesgos de animales, cancelación de eventos, sorteos, etc.

h) Rubros de accidentes a personas (ART, Vida, etc.).

i) Liquidadores de Catástrofes (CAT), generalmente por fenómenos climáticos.

Como se verá, todos los riesgos antes indicados exigen a la profesión de Liquidador de Seguros tener un abanico de conocimientos y experiencia y un equipo



ING. ERNESTO BODENHEIMER, TITULAR DE IBA LATINOAMÉRICA SRL

multifacético de profesionales, desde Peritos ingenieros y arquitectos, Contadores, médicos, agrónomos, veterinarios, investigadores, bomberos, meteorólogos, etc., o sea tener en claro qué se necesita en cada caso, cómo, por qué y cuándo.

Y desde ya, contar con abogados asesores, ya que muchas veces se deben interpretar



**SEGUROS
RIVADAVIA**

*Junto a vos, dedicados a
brindar el mejor servicio.*



Descargá nuestra
aplicación.



0810 999 3200

www.seguorsrivadavia.com

Nº de inscripción en SSN
0222

Atención al asegurado
0800-666-8400

Organismo de control
www.argentina.gob.ar/ssn

 **SSN** | SUPERINTENDENCIA DE
SEGÜROS DE LA NACIÓN

correctamente los hechos y sus causas frente a los textos de pólizas, que a veces son interpretados de diferentes formas por los actores en el caso de siniestros, como ser PAS, Aseguradores, Asegurados y a veces Reaseguradores y Brokers de Reaseguros, sumado a que los distintos países tienen muchas veces diferentes normativas.

Además con el correr de los años, el abanico de riesgos se ha ampliado a otros rubros, como ser entre ellos, los riesgos de agro, riesgos, cibernéticos, financieros, contaminación ambiental y cancelación de espectáculos, que son temáticas cuyos riesgos antes no se aseguraban.

De lo antes mencionado, el ser Perito Liquidador de Seguros exige una amplia gama de conocimientos, experiencia y manejo de personas muy amplia y profunda para desarrollar eficazmente sus tareas,

que como ya se indicó, se puede ver en varios rubros, donde cada uno de ellos, exige un expertise diferente.

Lo que significa desafíos, trabajo intenso, capacitación constante y obligaciones que deben cumplirse inexorablemente en tiempo y forma y que significan confiabilidad y eficacia de resolver situaciones, generalmente diferentes entre sí.

COMO COMENTARIO PARA LOS PAS/ BROKERS

El desafío para los mismos es cada vez más importante, es fundamental perfeccionarse en la atención de los siniestros con sus clientes, que generalmente no conocen los alcances de pólizas de Seguros y las tareas/obligaciones que tienen en caso de siniestros. Y más aún, en coberturas complejas como los Seguros Técnicos, los seguros de Responsabilidad Civil, Cybe-

rriesgos, Agro, Caución y las pólizas por contaminación.

En la actividad del PAS, el siniestro es el punto culminante de su tarea y allí es cuando se verá la realidad de su profesionalidad, no es lo mismo que su cliente sepa de inicio cuál es su cobertura y cómo proceder al tener un siniestro y no tener sorpresas que no cumplan sus expectativas, enterándose por parte de un Liquidador cuál es su realidad.

Y allí sobresale cuando el PAS acompaña al Asegurado desde el comienzo, la presencia frente al Asegurado y orientarlo sobre lo que debe hacer, la relación con la Aseguradora y el Liquidador/Perito y tratar de llegar en el menor tiempo posible a una definición profesional del siniestro.

Ing. Ernesto B. Bodenheimer

IBA Latinoamérica

EL PRODUCTOR ASESOR DE SEGUROS (PAS) Y SUS OBLIGACIONES POST CONTRACTALES

POR EL DR. ALBERTO ALVARELLOS, TITULAR ALVARELLOS & ASOCIADOS, ABOGADOS



En el ejercicio de su actividad profesional, el productor asesor de seguros (PAS) establece una doble relación contractual. Por un lado, lo hace con la entidad aseguradora y con ella acuerda promover la concertación de contratos de seguro con los asegurables a cambio de una remuneración. Y también lo hace, por otra vía con el asegurable. Frente a éste asume el deber de asesorarlo tanto en la celebración del contrato como respecto de los derechos y obligaciones emergentes del mismo, una vez celebrado.

En principio, pues, bien puede afirmarse que el PAS es un intermediario en la concertación de contratos de seguro.

Se ha dicho al respecto: “A diferencia del agente institorio -que como se dijo representa al asegurador hasta los límites de su mandato- los productores son meros intermediarios. La descripción de su actividad puede delimitarse según las etapas del iter negocial. Así, en épocas pre-contractuales, tienen una función exclusiva y preponderante en la promoción de las cualidades de los seguros, tipo de seguro a contratar,

necesidad de cubrir el riesgo, valor de la prima, etc. Sus actos tienen –o deben tener, como luego se verá- como único objetivo informar al asegurado para que en el futuro, puedan decidir celebrar o no el contrato. Pero, destáquese, sólo promueven la contratación; mas no pueden celebrar el negocio. Así, dice la ley que están facultados para recibir propuestas de celebración y modificación. Una vez concertado el negocio entre asegurador y asegurado; estos auxiliares cobran nuevamente protagonismo. Ello pues tienen prerrogativas para intermediar entre asegurado y asegurador, como si fuese el agente una especie de canal de comunicación directa entre las partes del negocio” (CNCom, Sala F, 16.7.2010, “Helmbold Daniel Alberto c/ Orbis Cia. Argentina de Seguros S.A.”)

Un tiempo después de ese fallo el mismo Tribunal, integrado por los mismos jueces, ha agregado lo que consideramos un plus al desempeño del PAS. Dijo: “La sanción de la ley 22400 significó un cambio fundamental en las actividades del productor de seguros quien dejó de ser un simple intermediario en la concertación de contratos

de seguro y pasó a ser un profesional del seguro, asumiendo funciones de asesoramiento integral, responsable y diligente a los asegurados o asegurables, otorgándoles la información necesaria en torno a las cláusulas del contrato, su interpretación y extensión. Por otro lado las labores de asesoramiento no se limitan tampoco a la etapa de concertación del contrato sino que se extienden todo a lo largo de su vigencia, cobrando especial relevancia en los casos de ocurrencia de un siniestro. En estas condiciones, las labores del productor asesor pueden englobarse en dos tareas principales: la promoción de la concertación del contrato y el asesoramiento de asegurados y asegurables. Son tales funciones y deberes las que originan su derecho a percibir una comisión” (02.06.2016, “Navarro, Mauricio O. c/ Compagne Francaise pour le Commerce Exterieur (COFACE Argentina).

UN CASO JURISPRUDENCIAL SOBRE LAS OBLIGACIONES DEL PAS.

En autos “Bordón, Ángel Andrés c/ Río Uruguay Coop. Argentina de Seguros Li-

mitada”, radicados por ante el Juzgado Nacional de Primera Instancia en lo Comercial Nro. 28, Secretaría Nro. 55, de la Capital Federal, la parte actora accionó contra la mencionada entidad aseguradora y contra el PAS que actuó en la concertación del contrato.

Dijo que había contratado un seguro respecto de un vehículo cubriendo, entre otros, el riesgo de robo con, como dijimos, la intermediación del PAS demandado, con fecha 02.01.2006 y vigencia a partir del 07.01.2016 hasta el mismo día de julio de ese año. La póliza fue emitida el 12.01.16, fecha en que le fue remitida por el PAS vía mail, junto con los cupones para el pago, venciendo la primera el 10 de febrero.



DR. ALBERTO ALVARELLOS

El vehículo asegurado fue sustraído en un robo a mano armada el 1^a de febrero. Ese mismo día Bordón pagó la primera cuota de la cuponera (con vencimiento el día 10) y radicó las denuncias correspondientes (policial y ante la aseguradora). Esta última respondió el 04.02.2016 declinando la cobertura por falta de pago de la primera cuota.

Del relato introductorio de las sentencias dictadas en autos surge que se registró una confusión por cuanto el asegurador emitió la póliza y la cuponera pero no se le envió al asegurado la documentación para el pago de la primera cuota que, en verdad, se había producido el 7 de febrero, antes de la emisión de la póliza.

Ante la declinación de cobertura, el asegurado entabló demanda. Al fundar su pretensión contra el asegurador aludió al art. 30,

Ley de Seguros 17.418, que dispone que la entrega de la póliza sin la percepción de la prima permite entender que se ha otorgado crédito para su pago. La acción contra el PAS fue basada en el incumplimiento imputado referido a su obligación de asesoramiento. Sobre todo en lo relacionado al tema de los vencimientos para el pago de la primera cuota del seguro, cuestión en la que, como dijimos, se produjo una confusión generada por el propio asegurador y que no fue advertida por el PAS.

Tanto en primera como en segunda instancia se hizo lugar a la acción promovida por el actor. Por razones de espacio y dado que, en lo sustancial, ambos pronunciamientos son coincidentes, nos referiremos aquí solo a la sentencia de Cámara.

Intervino en el caso la Sala D de la Cámara de Apelaciones en lo Comercial. Para condenar a la entidad aseguradora el Tribunal dijo, en primer lugar, y más allá de algún cuestionamiento poco fundado sobre el punto por parte de la demandada que “los principios establecidos por la ley de defensa del consumidor son de aplicación a la relación asegurativa siempre que, como se ha establecido aquí, el vínculo entre los litigantes puede ser calificado como una relación de consumo”. Sin embargo, a renglón seguido agregó que “tal postulado no implica ignorar la ley especial en la materia como es la 17.418 que debe ser aplicada en lo que específicamente regula para ese negocio”.

En ese contexto, la Cámara refirió que la sentencia de primera instancia tuvo en cuenta disposiciones de la norma consumeril en cuanto consagran, para el consumidor, el derecho a la información y el trato digno y, sobre todo el principio protectorio in dubio pro consumidor. En el caso, el Tribunal entendió que la conducta del asegurador, ya reseñada, había sido confusa y negligente “en tanto la póliza fue emitida luego del vencimiento de la primera cuota de la prima y enviada al productor (y luego al asegurado) junto con los cupones de pago de la primera pero omitiendo la mensualidad ya fenecida. Todo lo cual permitió que el asegurado entendiera que la primera cuota que debía abonar era la vencida el 10.02.2016”. Y también consideró lo dispuesto en el art. 30, ley 17.418, a lo que hicimos referencia más arriba y sobre todo al art. 31 de la citada ley que permite al

asegurador rescindir el contrato frente a la falta de pago, en el término de un mes lo que Río Uruguay no había hecho.

Con respecto a la responsabilidad del PAS, la Cámara dijo que éste incurrió en un “indebido contralor de la póliza que le fuera enviada por la aseguradora de Bordón, tarea que es taxativamente impuesta al productor por el art. 10 inc. d de la ley 22.400: “Ilustrar al asegurado o interesado en forma detallada y exacta sobre las cláusulas del contrato, su interpretación y extinción y verificar que la póliza contenga las estipulaciones y condiciones bajo las cuales el asegurado ha decidido cubrir el riesgo”. Agrega el camarista preopinante: “Tengo claro que de haber cumplido el PAS eficientemente su labor profesional, las lógicas dudas del actor se hubieran despejado, Río Uruguay habría sido advertida de su omisión y con todo ello evitado el conflicto que hoy nos toca dirimir”. Dice la sentencia que el PAS debió revisar la póliza cuando la recibió de la aseguradora, hecho ocurrido varios días antes del robo.

Y ante una alegación referida a la falta de medios del PAS para interpretar el contrato, el Tribunal la rebate diciendo que “su preparación profesional así lo indicaba; amén que tuvo tiempo más que suficiente para poder analizar la póliza para lo cual solo requería una puntillosa lectura y el control de sus anexos”. Y también dice que “la defectuosa conducta del PAS tuvo una clara relación causal con el perjuicio padecido por el asegurado”.

La Cámara concluye en forma terminante respecto de la responsabilidad del PAS. Afirma que éste “es un profesional de la materia, cuya actividad finca en la intermediación en la contratación de seguros. A tal fin, la ley exige que para ser inscripto como productor, requisito necesario para cumplir la función y percibir comisiones por la tarea, es menester aprobar previamente un riguroso examen sobre la actividad aseguradora. Esta evidente formación académica y su experiencia en el negocio justifica que su conducta deba ser valorada de un molo más riguroso que al común de las personas lo cual consolida aún más su responsabilidad”

No es frecuente hallar fallos como éste que acabamos de comentar, referidos a errores u omisiones del PAS respecto del asesoramiento debido al asegurable y de su intervención durante la ejecución del contrato. Sin embargo, debe tenerse presente el importantísimo rol que cumple el PAS en el marco del contrato de seguro y las obligaciones asumidas por tal motivo, que no pueden ser soslayadas. Por ello,

en otro caso, se ha dicho: “El productor de seguros debe ilustrar al asegurado sobre las cláusulas del contrato, su interpretación, extensión y de verificar que la póliza contenga las estipulaciones y condiciones bajo las cuales el asegurado decidió cubrir el riesgo. Su deficiente asesoramiento lo vuelve responsable de los daños que pudo ocasionar al asegurado” (CNCom. Sala A, 18.08.2016, “Las Nubes S.R.L. c/ Berkley International Seguros S.A.”)

Para concluir con el comentario que venimos realizando del fallo “Bordòn”. El PAS

demandado pidió la citación en garantía de su asegurador de responsabilidad civil profesional. Éste opuso la defensa de no seguro fundado en una cláusula del contrato que establece que no cuentan con cobertura los reclamos derivados de las cobranzas a los clientes y los que se deriven de las rendiciones de las cobranzas del PAS a los aseguradores.

El planteo fue desestimado tanto en primera instancia como en la Cámara pues no se discutía en el juicio un tema de cobranza de la prima por parte del PAS sino que,

como se dijo, se le reprochaba un deficiente asesoramiento. A respecto, el Tribunal transcribió una cláusula del contrato de seguro de RC del PAS que pone fin a la discusión. Dice que el mismo “cubre únicamente la responsabilidad civil profesional del asegurado, respecto de actos, hechos u omisiones de este último realizados con culpa o negligencia durante el ejercicio profesional del PAS matriculado”. El PAS demandado, por lo tanto, contaba, sin ninguna duda con cobertura de su seguro de responsabilidad civil y así lo declaró la Justicia.

CÓMO SER MÁS PRODUCTIVOS

POR IVÁN DE OLAZÁBAL, DIRECTOR DE SELLING POINT

En las reuniones de formación humana y profesional que desde SellingPoint sostenemos con productores de todo el país, recurrentemente surge la inquietud respecto de cómo ser más productivos. Sobre todo de parte de productores de patrimoniales, que tienen una gran carga administrativa, situación que muchas veces limita las posibilidades de captación de nuevas oportunidades. Y una de esas oportunidades son los seguros de vida y los seguros de retiro.

Todos saben que la pandemia generó una toma de conciencia acerca de la finitud de la vida, la necesidad de tener un resguardo financiero para urgencias económicas (en la pandemia, los problemas laborales afectaron a muchas personas que no disponían de un ahorro) y para generar un fondo de retiro. Muchos especialistas en seguros de personas capitalizaron notablemente esta coyuntura, sosteniendo e incluso superando las cotas de producción pre pandemia.

Esos asesores pusieron foco en la escucha, con prospectos que necesitaban, dada la incertidumbre que generó la pandemia, una particular y dedicada comprensión para evaluar sus necesidades. Y también se adaptaron al desafío de mantener reuniones a distancia a través de los recursos tecnológicos, lo cual con el tiempo se transformó no solo en el canal imprescindible para tener entrevistas, considerando la imposibilidad de las reuniones presenciales, sino también en una nueva arma para sostener entrevistas con clientes de todo el país.

Cualquier productor debería poder visualizar el enorme potencial que tiene el mercado de seguros de personas, un segmento muy poco desarrollado, no solo en individuos sino también en vida y retiro colectivo. Algunas

razones para desarrollar o incorporar estas líneas son:

- 1) Fidelización. Si no le ofrecemos a nuestros clientes estas coberturas, necesariamente irán a buscarlo con otro productor, con el perjuicio de no percibir la comisión que nos hubiera correspondido, y permitir que ese colega eventualmente capte los otros productos que ese cliente pudiera tener contratados a través nuestro.
- 2) Excepto en ciertos productos, no hay límite de prima. Aquí no se compite por precio, sino que se arma un traje “a medida”. Y ese traje a medida nos puede traer negocios muy rentables.
- 3) Muchos productores ya tienen una cartera de clientes. Es decir, tienen el activo que todos necesitamos: prospectos listos para escucharnos.

Algunas de las claves para capitalizar estas oportunidades son:

- A) Comprender que el proceso de venta de estos productos no se define por precio, sino por la construcción de confianza, lo que se logra a través de la escucha activa. Darnos tiempo para conocer al prospecto, y que el candidato nos conozca a nosotros es, acaso, el mayor desafío.
- B) Explorar y activar recursos tecnológicos para generar la comunicación (whatsapp business, e-mail mkt, envío de videos cortos), además del tradicional y siempre rentador llamado de teléfono.
- C) Ponernos en modo pro actividad. Intentar planificar esta acción en días, semanas y meses, y, fundamentalmente, sostenerla en el tiempo. Separarse en la agenda una determinada carga de horas para solo dedicarse a desarrollar este nicho.
- D) Capacitarse en productos. Y también en



competencias blandas tales como comunicación, negociación, motivación, hábitos.

E) No abandonar el seguimiento de los casos pendientes. Ponernos en el lugar del cliente, y entender que un compromiso de aporte a tan largo plazo muchas veces necesita de un lógico tiempo de maduración.

F) No perder de vista nuestra función social. ¿Te ocurrió alguna vez que alguien te contactó para saber si algún familiar o amigo que había fallecido tenía un seguro de vida contratado con vos? Al tener que dar una respuesta negativa, ¿Cómo te sentiste?

Los seguros de vida tienen un enorme potencial de crecimiento. Es todo océano azul, con posibilidades de negocios que se multiplican a medida que se generan contactos.

¿Cuál es el desafío? Permitir que madure el negocio. Que no nos desalentemos ante ese esperado cierre que se posterga o se frustra. Y comprender que es un trabajo a mediano y largo plazo.



IVÁN DE OLAZÁBAL

BIENESTAR ES
CONTAR CON

GALENO

Planes Médicos y Seguros



PLANES MÉDICOS

Todas las coberturas y la mayor infraestructura sanatorial propia - Sanatorios de la Trinidad



SEGUROS PATRIMONIALES

Autos y Flotas, Motos, Hogar, Caucción, Integrales de Comercio y de Consorcio, Todo Riesgo Operativo, Agro, Técnico, Responsabilidad Civil, Incendio, Robo



SEGUROS DE PERSONAS

Vida Colectivo (obligatorios y optativos), Accidentes Personales, Vida Saldo Deudor, Sepelio



ART

Cobertura integral en el ámbito laboral, cuidando la salud del trabajo



GALENO.COM.AR - GALENOSEGUROS.COM.AR

Nº de inscripción en SSN
0878

Atención al asegurado
0800-666-8400

Organismo de control
www.argentina.gob.ar/ssn

 **SSN** | SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN

NO MIREN ARRIBA: LA MÁQUINA PERFECTA DE NEGACIÓN DEL RIESGO

AUTOR: DANIEL E. GONZÁLEZ GIRARDI
PRESIDENTE DE ZEN BROKERS S.A.

EL MECANISMO DE NEGACIÓN DEL MIEDO (RIESGO):

A principios del corriente año se estrenó la película “NO MIREN ARRIBA” cuyo argumento se basa en los descubrimientos hechos por Kate Dibiasky, futura doctora en astronomía de la Universidad Estatal de Michigan, que trabajando con el telescopio Subaru descubre un cometa desconocido, justo dentro de la órbita de Júpiter.

Su profesor, el Dr. Randall Mindy, calcula que impactará en la Tierra dentro de unos seis meses y es lo suficientemente grande como para causar un evento de extinción en todo el planeta, como la NASA confirma internamente.

Acompañado por el jefe de la Oficina de Coordinación de Defensa Planetaria de la NASA, el Dr. Teddy Oglethorpe, Dibiasky y Mindy presentan sus hallazgos a la Casa Blanca. Son recibidos con apatía por parte de la Presidenta Janie Orlean y su hijo Jefe de Gabinete Jason, siendo prácticamente ignorados por la primera mandataria.

A raíz de ello, Oglethorpe insta a Dibiasky y Mindy a filtrar las noticias a los medios, y lo hacen en un programa de entrevistas matutino. Cuando los anfitriones Jack Bremmer y Brie Evantee tratan el tema con frivolidad, Dibiasky pierde la compostura y despótica sobre la amenaza, lo que provoca que Kate sea objeto de burlas generalizadas en línea.

Como se puede observar, existe en el argumento de este film un punto importante a destacar: la certeza de la ocurrencia de un hecho catastrófico, con las pruebas científicas que lo respaldan, provoca en los receptores del mensaje una reacción inicial de “negación del evento catastrófico”.

Los productores asesores de seguros hemos experimentado esta sensación, en más de una oportunidad, y agravada por el hecho de que nuestra actividad se basa en acontecimientos con baja chance de que ocurran, tal como es el caso del suceso trágico descrito en la película. La negación, consciente o inconsciente, de los eventos de riesgo, por parte de los asegurables, es una situación muy frustrante para el asesor en materia de seguros, y es un obstáculo importante a la hora de la evolución del mercado de seguros.

En el presente artículo vamos a trabajar en el desarrollo de algunos conceptos que ayudarán al lector a comprender los fundamentos del “Mecanismo de Negación de Riesgos”, y algunos tips para poder aumentar las chances de mitigar los efectos negativos que genera el mencionado mecanismo.

GESTIÓN DE EMOCIONES ASEGURABLES

A fines de la primera década del corriente milenio, en el Centro de Riesgos del IAE perteneciente a la Universidad Austral, comenzamos a trabajar, con la ayuda de científicos y profesionales locales e internacionales, en el análisis de la relación existente entre las emociones humanas y la gestión de riesgos en general, convencidos de que allí encontraríamos muchas respuestas relacionadas con los factores emocionales que inciden en el proceso de toma de decisiones, en materia de gestión de riesgos y, a partir de allí, aplicar dichas conclusiones en la etapa de transferencias de riesgos al mercado asegurador.

Los resultados de la investigación ayudarán al lector a percibir y comprender los mecanismos emocionales que empujan a los individuos a negar los riesgos, en especial, los de baja probabilidad y alto impacto, que son la principal materia prima de la industria del seguro.

Las conclusiones nos permitieron comprender qué era fundamental para los responsables de gestionar los riesgos:

- Conocer los mecanismos fisiológicos que dominan las emociones relacionadas con el miedo y la incertidumbre, que están íntimamente vinculados con la correcta percepción respecto de los riesgos asegurables a los que se exponen los individuos.
- Incrementar sus niveles de empatía para poder entender cómo están funcionando los “mecanismos emocionales” durante



el proceso de gestión de riesgos, por parte del dueño de los riesgos. La “empatía” es la capacidad que le permitirá al “facilitador” la difícil tarea de “ponerse en el lugar del otro” para percibir y comprender las emociones de los “consumidores de seguros” frente a los riesgos a los que se encuentran expuestos.



LIC. DANIEL GONZÁLEZ GIRARDI

En términos de la relación entre el asesor y el consumidor empatizar es una de las claves para “traducir”, correctamente, al idioma asegurador, la información objetiva y la información emocional que le brinda el asegurado al “facilitador”. Con una traducción adecuada se aumentan enormemente las chances de diseñar una “solución de asegurabilidad a medida” de sus necesidades reales y emocionales.

Para dar inicio al desarrollo de los temas aquí planteados, en el siguiente punto, comenzaremos a explicar cómo funciona nuestro cerebro respecto del espectro emocional que influye en la compra del seguro.

PLACER Y MIEDO: LOS EXTREMOS DEL "ESPECTRO EMOCIONAL"

El riesgo es la fuente de la evolución humana. El hombre de las cavernas se enfrentó cotidianamente a enormes riesgos en búsqueda de su supervivencia. La necesidad de alimentarse para sobrevivir impulsaba fuertemente su sistema fisiológico conectado con la "recompensa", el que era estimulado por la idea de obtener placer mediante la ingesta de comida y, en paralelo, se disparaba el otro mecanismo fisiológico vinculado con la "negación del miedo" para facilitar la difícil tarea de confrontar los ingentes riesgos que implicaban salir a cazar para obtener los alimentos.

Los dos sistemas funcionando en forma paralela le permitieron enfrentar las enormes amenazas de la época y así conseguir, día tras día, el alimento que le permitió sobrevivir, reproducirse y dejar una descendencia que dio lugar a que nuestra raza perdure hasta nuestros días. Sin el sistema de negación del miedo, muy probablemente, no hubiese prosperado nuestra especie. El riesgo cero paraliza la evolución de las cosas.

Estos sistemas fisiológicos siguen presentes hasta la actualidad en todas las personas y, en algunas ocasiones, pueden funcionar como una "barrera natural" para que los consumidores de seguros se enfrenten racionalmente con sus propios miedos, en especial, en las ocasiones en las que el individuo niegue sistemáticamente el miedo, en función de obtener recompensa o placer de forma inmediata.

ANSIEDAD: EL EQUILIBRIO ENTRE EL PLACER Y EL MIEDO

La evolución de nuestra especie ha generado, con el tiempo, otros mecanismos fisiológicos que han ayudado a contrarrestar el mecanismo de negación del miedo y de búsqueda constante del placer. Dichos mecanismos nos permitieron enfrentar con éxito los riesgos y la incertidumbre.

Uno de los profesionales que mejor ha explicado este comportamiento es el Dr. Facundo Manes, destacado neurólogo y neurocientífico argentino y, en tal sentido, afirma que a raíz de la evolución de nuestra especie el miedo también fue evolucionando y se

convirtió en la ansiedad que, con el paso del tiempo, comenzó a funcionar como una respuesta biológica al peligro para asegurar nuestra supervivencia.

Esta afirmación nos muestra que, durante nuestra evolución como seres humanos, el mecanismo de negación del miedo fue siendo contrarrestado por otro mecanismo fisiológico denominado como "ansiedad", que busca que ese mismo miedo tome fuerza, en lugar de ser negado sistemáticamente, y así equilibre al mecanismo de búsqueda de la "recompensa", reforzando así, las chances de que nuestra especie sobreviva.

La ansiedad no se relaciona con la percepción de un riesgo presente, sino que se trata de una emoción que nos ayuda a pensar en el futuro, de modo tal de tomar acciones preventivas en caso de que identifiquemos que, en dicho futuro, existen potenciales amenazas. Sin duda alguna, el Dr. Manes nos muestra que la gestión emocional de la incertidumbre requiere del mecanismo emocional de la "ansiedad" y de mecanismos cognitivos para poder encausar correctamente nuestros sesgos emocionales.

La "ansiedad" puede ser un perfecto aliado para un "analista de riesgos y seguros", ya que mediante un "análisis de riesgos" se puede aumentar la "ansiedad" del asegurado, en especial, sobre los riesgos que generan más impacto en sus emociones, incrementando así, la predisposición a percibir el riesgo.

Si mediante un análisis profesional de los riesgos es percibido, entonces, se aumentan las chances de que el cliente tome conciencia del riesgo a que se expone, si es consciente, entonces, se incrementan las posibilidades de que desee dejar de sentir la displacentera sensación de "ansiedad" y decida transferir el riesgo a un asegurador. Si la tarea termina siendo exitosa significa que se ha logrado que el asegurable tome conciencia sobre su real exposición a riesgo y este pensamiento lo haya impulsado, finalmente, a transferir sus riesgos a una aseguradora, convirtiéndose así, en un consumidor de "ansiolíticos contractuales".

Como fruto de este proceso, el consumidor habrá vivido una experiencia intensa y motivante que estará vinculada con el placer de

protegerse o proteger lo que más le importa o a los que más quiere. Dicha experiencia es la base de una nueva disciplina que hemos denominado "Risk Management & Customer Experience".

CONCLUSIONES:

Para el éxito de este proceso es necesario que el "asesor de seguros", a la hora de analizar los riesgos, ponga el foco en las emociones y, a tal fin, haya profundizado su capacidad de ser "empático". Deberá aplicar la empatía, para comprender la forma en que debe "ayudar" al asegurable para que este último pueda lograr percibir conscientemente lo que su inconsciente no le deja ver.

En tal sentido, el Productor Asesor de Seguros deberá manejar profesionalmente las "objeciones supuestamente racionales" que la mente consciente de su cliente utiliza, con el objetivo de satisfacer lo que su inconsciente le demanda, que no es ni más ni menos que, alejarse de todo lo que le provoca miedo y acercarse a todo lo que le produce placer, situación muy bien conocida y estudiada por el Neuromarketing y hasta por los antiguos filósofos.

En resumen, es vital tratar de percibir lo que el cliente está sintiendo al momento de exponerse a sus miedos y, a partir de las percepciones, actuar en consecuencia. Logrado este cometido, sin duda alguna, el "asesor en gestión de riesgos, emociones y seguros" habrá "creado valor" mediante una gestión profesional de los riesgos y las emociones asegurables de su principal "aliado estratégico", el "consumidor de seguros".

Aunque nunca debemos olvidar que algunos clientes tienen la premisa de que, digan lo que digan, les muestren lo que les muestren, ellos siempre decidirán "NO MIRAR ARRIBA", y negar todos los argumentos racionales que se les presenten. En estos casos, será mejor utilizar nuestro valioso tiempo para "ayudar a quien quiera ser ayudado". Ninguna mente se deja conquistar si no lo desea.



HUGO WALTER ARDILES (CÓRDOBA)



CÓMO SER UN BUEN PRODUCTOR ASESOR DE SEGUROS

Cuando los amigos de “Tiempo de Seguros” me pidieron una nota para la revista “El Viaje”, en su octava edición, con libre elección del tema, decidí dejar en esta ocasión los aspectos legales y técnicos de las distintas coberturas para resaltar lo referido a la imprescindible y extraordinaria función del productor asesor de seguros.

Lo hago en momentos es que estoy por cumplir sesenta años de vinculación con la actividad aseguradora, destacando la satisfacción personal de ser el profesional que más productores capacitó en nuestro país. Y como sigo haciéndolo, trato siempre de inculcar a las nuevas generaciones de productores la necesidad de distinguirse por la calidad del servicio. Pensar que no es la aseguradora la que le paga la comisión sino que lo hace el asegurado dado que está cargado en el costo del seguro. Antes de venderlo hay que estimar que se está liquidando un siniestro.

Si bien la ley 22.400 identifica esa actuación como “productor asesor de seguros”, en realidad deberían invertirse los términos. Debería ser “asesor productor de seguros”. Primero se asesora y en consecuencia, se produce.

Sin embargo, lo asemejo con otro término que considero más adecuado: el de “analista de riesgos”.

En el organigrama de muchas empresas es cada vez más frecuente encontrar la figura de la “Gerencia de Riesgos”, cuya principal función será la de minimizar los efectos adversos que puedan afectarle, manteniendo la actividad de la misma dentro de la legalidad, utilizando para ello métodos de prevención y protección.

Entre las responsabilidades se aprecia la correcta contratación de seguros teniendo en cuenta la calidad de los aseguradores y la atención de todo lo relacionado con la producción de siniestros, desde su ocurrencia, periodo de salvamento, planes de emergencia y la tan necesaria recuperación.

El productor asesor de seguros será un interlocutor directo entre esa empresa y la entidad aseguradora y de no existir esa figura en el organigrama es éste el que debe asumir íntegramente esa función.

Como un buen profesional debe asumir el rol provisorio de propietario o responsable de la empresa a asesorar (empatía).

Conviene recordar que una correcta administración de riesgos debe procurar

que los eventos dañosos no ocurran o de concretarse sucedan la menor cantidad de veces posible, causen el menor daño y que la recuperación sea lo más rápida y completa posible.

Es preciso tener en cuenta que, en determinadas circunstancias, el riesgo tiene que ser retenido obligatoriamente por el asegurado debido a la imposibilidad de su transferencia, ya sea por normativas legales, o por exclusiones de las pólizas. Por ejemplo en los seguros de incendio, donde no resultan asegurados patrones, clisés, matrices, modelos y moldes, croquis y dibujos o planos técnicos, debiendo preverse su guarda en lugares adecuados fuera del ámbito fabril.

Es necesario hacer un check list para tenerlo como guía para identificar las necesidades referidas a los distintos riesgos a los que puede estar sometido el asegurado.

Para cada caso debe existir como respuesta el tipo de seguro que mejor se adapte a esa necesidad. Un ejercicio práctico puede ser interrogarse sobre las coberturas que pueden requerir los distintos tipos de actividades y qué datos se requiere para poder establecer el costo correspondiente.

Como un simple juego de acercamiento de las partes transcribo a continuación lo que considero espera un asegurado de su productor asesor de seguros:

SU ASEGURADO ESPERA QUE:

- Conozca integralmente todo lo concerniente a su actividad comercial, industrial o profesional a fin de detectar los posibles riesgos, el modo de minimizarlos con programas de prevención y determinar en consecuencia la necesidad de contratar distintos tipos de seguros, considerando sumas aseguradas acorde a esas necesidades (diseño del producto).

- Si ya cuenta con seguros, analice todos los contratos de pólizas vigentes para verificar su corrección, fechas de vencimiento, adecuación de capitales, calidad de la entidad aseguradora, unificación de vencimientos, etc.

- Conozca las necesidades del cliente respecto a sus seguros personales y los de su familia, actuando en consecuencia.

- Le contacte con frecuencia para conocer la variación de los valores de sus bienes o nuevos requerimientos en materia de seguros.

- Opere con entidades aseguradoras reconocidas por su solvencia y solidez patrimonial y excelente prestación del servicio.
- No traslade sus seguros a otra entidad aseguradora sin su conocimiento.

- Verifique permanentemente el costo de los seguros comparados con otras entidades aseguradoras de similar nivel y adecuado cumplimiento.

- Si se produce un siniestro le asesore correctamente, realice los trámites ante la entidad aseguradora y colabore en la obtención de la documentación necesaria para el pronto reintegro de los perjuicios económicos sufridos.

- Verifique permanentemente el estado de solvencia de la aseguradora que le propu-



ROBERTO MECCA, DOCENTE Y CAPACITADOR EN SEGUROS

so y aceptó el cliente.

- Le mantenga informado del estado de sus seguros, vencimientos y de toda otra novedad del mercado que afecte su desenvolvimiento.

Cabe preguntarnos:

Las otras formas de comercialización (seguros directos, agentes institorios, comparadores de precios, etc.) ¿pueden cumplir con estos servicios? La respuesta es obvia. Recuerdo haber leído hace tiempo unas comparaciones con otras profesiones que sintetizan la importancia de esta hermosa actividad.

Además de ser un correcto analista de riesgos, actúa como médico diagnosticando los mismos y prescribiendo los remedios necesarios.

Como abogado debe conocer plenamente las cuestiones legales para defender la posición de su cliente de modo equitativo. Se desempeña también como un ingenie-

ro estudiando y administrando los riesgos relacionados con la construcción y las industrias en general.

También ejerce como psicólogo detectando las razones que provocan la negativa del asegurado a comprar y finalmente como educador creando conciencia aseguradora.

El productor asesor es la figura humana del seguro, intérprete idóneo de fórmulas contractuales, pero fundamentalmente, un sembrador de previsión y mitigador de desgracias previstas, aunque no deseadas. ¡Cuántas calidades para seguir sintiendo orgullo por estar en esta noble actividad!

CONOCIENDO RS4 NEUMÁTICOS & SERVICIOS



RS4 NEUMÁTICOS & SERVICIOS ES UNA EMPRESA LÍDER EN LA COMERCIALIZACIÓN DE NEUMÁTICOS Y LLANTAS QUE TRABAJA EN FORMA MUY DINÁMICA CON EL SECTOR ASEGURADOR EN SU TOTALIDAD -ASEGURADORAS, PRODUCTORES-ASESORES DE SEGUROS, BROKERS Y ORGANIZADORES-, Y AQUÍ NOS CUENTAN DE SUS ORÍGENES, CÓMO LES ESTÁ YENDO EN EL PRESENTE Y SUS PLANES PARA ESTE 2022/2023

TDS: ¿BRIAN, QUÉ NOS PODÉS CONTAR ACERCA DE TU EMPRESA?

BK: RS4 Neumáticos & Servicios nació hace más de diez años con la intención de brindar un servicio diferente y de calidad dedicado al mercado asegurador, al cual conocía por haber trabajado previamente en él por mucho tiempo. Nos basamos en nuestro servicio y compromiso, que nos ha permitido lograr un crecimiento sostenido y permanente. Somos representantes oficiales de PIRELLI en la Argentina, marca que tiene más del 50 % del parque automotor de nuestro país y eso posibilita que en caso de siniestro sea más fácil vender o reponer ante un siniestro, aunque comercializamos todas las marcas de neumáticos y llantas. Actualmente contamos con dos Sucursales en puntos estratégicos, San Isidro y Almagro.

TDS: ¿CON QUÉ ESTRUCTURA CUENTA LA EMPRESA PARA DESARROLLAR SU OPERATORIA?

BK: Actualmente nuestro equipo cuenta con una estructura sólida dividida en sectores administrativos, comerciales y operativos. Es importante destacar que actualmente cada sector cuenta con un referente coordinando todas las tareas de cada área. También contamos con una amplia flota de vehículos propios para entregas, maquinaria de última generación y un sitio web donde podrán encontrar información de la empresa e incorporamos una página e-commerce para venta online (www.rs4neumaticos.com.ar).

TDS: ¿CUÁLES SON ESOS SERVICIOS QUE BRINDA LA EMPRESA AL MERCADO?

BK: Somos muy exigentes en brindar solución y una rápida respuesta a cualquier problema. Nuestros encargados tienen un plazo corto para contestar cualquier consulta. Este no es un tema menor ya que estamos hablando de Fast Track y de entrega a domicilio con vehículos identificados y equipados para tal fin, que terminan cerrando exitosamente las reposiciones. Algo muy importante que queremos destacar es que las ruedas se entregan armadas, balanceadas y con colocación incluida sin costo adicional dentro de la Ciudad de Buenos Aires y el Gran Buenos Aires. En caso de no contar con la mercadería requerida, porque puede estar faltando en concesionaria o demorarse, pres-
tamos bajo nuestra responsabilidad mercadería provisoria para solucionar el problema al asegurado, protegiendo así la imagen de la aseguradora.

Trabajamos con aseguradoras, brokers y productores de seguros del interior, realizando envíos al interior del país de manera rápida y eficaz y eso sin duda nos ayudó a crecer y afianzarnos en todo el País

TDS: ¿CÓMO HAN LOGRADO INSERTARSE DENTRO DE NUESTRO SECTOR ASEGURADOR?

BK: Anteriormente fuimos parte del sector asegurador y veíamos deficiencias en el servicio de este rubro. Por ello creamos



BRIAN KELLY, DIRECTOR DE RS4
NEUMÁTICOS Y SERVICIOS S.A

esta empresa enfocada en las compañías, pero sobre todo en la necesidad de los organizadores, Brokers y productores para atender la demanda de sus clientes. Actualmente ponemos el foco en crear alianzas estratégicas creando una sinergia entre las 4 patas fundamentales del negocio (Compañías, Brokers, Clientes y nosotros)

TDS: ¿QUÉ BENEFICIOS GENERAN ESTOS SERVICIOS A LAS COMPAÑÍAS Y A SUS ASEGURADOS?

BK: A las aseguradoras les sirve porque al brindarles una rápida solución al problema que representa un siniestro podrán optimizar sus recursos humanos en la atención de otros casos. Una vez acordada la orden de reposición, la idea es que la compañía se olvide del siniestro y pueda avanzar en otras cuestiones. Asimismo, se benefician todos los canales de ventas, ya sea brokers, organizadores o productores asesores de seguros, dado que resolvemos rápidamente su demanda; y desde ya también los asegurados, especialmente con el

servicio de entrega y colocación en su domicilio, ya que esto les permite, por ejemplo, no perder un día de trabajo.

TDS: ¿CUÁLES SON LAS NOVEDADES MÁS RECIENTES DE LA EMPRESA QUE NOS PUEDAN MENCIONAR?

BK: Actualmente creamos una página E-Commerce en alianza con Pirelli exclusivamente para venta online, cualquier persona puede comprar Neumáticos y recibirlos en su casa a través de correo argentino. Apostamos también por una nueva estrategia de marketing con nuevo contenido en nuestras redes sociales.

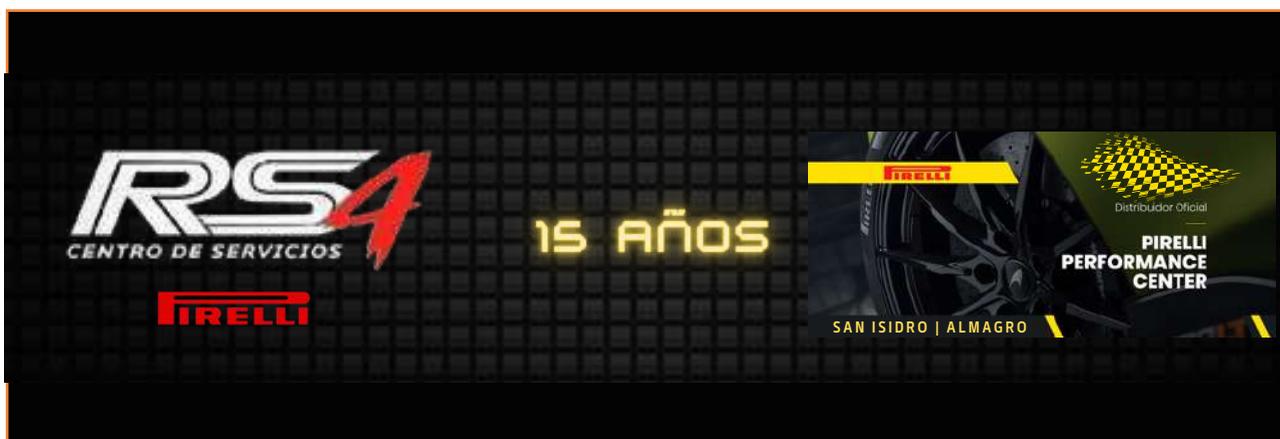
TDS: ¿QUÉ BALANCE HACÉS SOBRE LA EVOLUCIÓN DE RS4 NEUMÁTICOS & SERVICIOS Y CUÁLES SON LOS PLANES PARA 2022/2023?

BK: Notamos una confianza sostenida del mercado hacia nosotros, lo que nos generó un importante crecimiento. Nuestro objetivo visible para el 2023 es ampliarnos y poner una sucursal en la zona de Pilar/ Escobar.

TDS: ¿QUÉ ANÁLISIS NOS PODÉS APORTAR SOBRE LA ACTUALIDAD DEL SECTOR ASEGURADOR ARGENTINO?

BK: Yo trabajé quince años en el mercado, en aseguradoras como La República, Liberty Seguros y Nación Seguros, primero en el área de siniestros de automotores y luego en el área comercial; por ende, conocemos en profundidad cuáles son las necesidades del mercado. Por eso capacitamos a todo nuestro personal para atender sus demandas, que son muy distintos a las del cliente directo (el que proviene de la calle).

Cuando un asegurado recibe la reposición o se acerca a nuestras sucursales, nos transformamos en verdaderos representantes tanto de la aseguradora como del productor asesor que confiaron en nosotros. Estamos convencidos de apoyar al sector asegurador, como mencioné antes, a través de buen servicio, compromiso y responsabilidad.



La tranquilidad de saber que **estamos.**

Servicio premium de **reposición de neumáticos** y llantas en siniestros para el **mercado asegurador.**

Av. Castro Barros 411, CABA
reposiciones@rs4neumaticos.com.ar

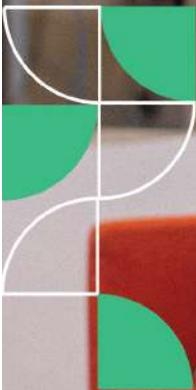
Av. Andrés Rolón 338, San Isidro
sanisidro@rs4neumaticos.com.ar

CALL CENTER:
0810-444-1280

Grupo
San Cristóbal

Nos une el mismo
propósito.

Nos une el **compromiso**
de siempre.



San Cristóbal
Retiro



Asociart
ART



San Cristóbal
Seguros

Nº de matrícula en SSN
0442 - 0620 - 0192

Atención al asegurado
0800-666-8400

Organismo de control
www.argentina.gob.ar/ssn



SSN | SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN

LA CAPACITACIÓN ES LA CLAVE PARA SOSTENER NUESTRA POSICIÓN EN EL MERCADO



LOS PAS HEMOS SALIDO FORTALECIDOS DE LA PANDEMIA.

Nos hemos adaptado al contexto de 'home office' de las aseguradoras y de muchos clientes. Aunque hay que recordar que los PAS fuimos de los primeros profesionales en volver a las calles y a las entrevistas 'cara a cara' cuando las circunstancias lo permitían.

Tanto a aseguradores, como a los clientes asegurados y demás profesionales de la actividad, les quedó claro nuestro papel fundamental en esta industria y, sobre todo, en la pandemia.

Los PAS hemos jugado un papel protagónico en el sostenimiento de las carteras, en la contención de los clientes, en el sostenimiento de la cobranza. Hemos sido capaces no solo de distribuir y comercializar los seguros en un contexto complejo, sino también de asesorar y retener clientes.

DERECHO A LA LIBRE ELECCIÓN

Uno de los temas que estamos desarrollando con mayor énfasis es asegurar la libre elección del canal de comercialización para los asegurados que contratar seguros atados a créditos prendarios.

Está claro que existe gran cantidad de quejas de asegurados por los seguros contratados en ocasión de adquirir un Automotor, u otros bienes, mediante créditos prendarios. Los asegurados no conocen los alcances de esas coberturas porque nadie se las explica. No hay asesoramiento.

Y no tienen posibilidad de elegir el canal de comercialización. No pueden contar con el asesoramiento de su Productor Asesor de Seguros de confianza.

Los clientes se encuentran desprotegidos al momento de la contratación del seguro obligatorio para proteger el bien objeto de la penda.

Además, hemos constatado sobrepagos en las coberturas. El mismo seguro a través de un PAS cuesta menos. Y cuando el plan se da de baja, nadie avisa al asegurado que la cobertura también ha caducado.

Otro dato no menor es que el condicionamiento a operar con el Institorio vinculado al banco o la concesionaria en cuestión

constituye una clara violación del artículo 1099 del Código Civil y Comercial de la Nación, que establece la libertad de elección. El asegurado no puede ejercer esa libertad. Los bancos y empresas que administran los planes de ahorro obligan al asegurado a contratar con el agente institorio o bróker designado por los primeros, sin chance a elegir a un PAS de confianza.

Esta práctica vulnera los derechos del asegurado. Al respecto, estamos haciendo gestiones con la SSN, el Ministerio de Economía y, fundamentalmente, con la Inspección General de Justicia, para adaptar los textos de planes de capitalización y ahorro de modo que quede muy clara la libertad de contratación del canal de comercialización.

También impulsamos que los PAS dejen de ser Sujetos Obligados ante la UIF. En este campo se ha dado un paso muy importante. En línea con las recomendaciones del GAFI se ha presentado un proyecto para que solo se deba informar a la UIF en el caso de los seguros de vida con capitalización. De esta manera, la inmensa mayoría de las operaciones de un PAS quedan exentas de la obligación de informar.

TECNOLOGÍA

Siempre sostuvimos que la tecnología es un aliado del PAS. Aunque las reuniones presenciales no fueron posibles durante mucho tiempo, los PAS encontramos la manera de continuar el asesoramiento y colocación de manera virtual.

Además, continuamos con nuestra capacitación obligatoria de manera virtual. Hay que recordar que FAPASA, las 22 asociaciones que la componen, junto con el Ente Cooperador Ley 22.400 y la SSN, ha impulsado la capacitación e-learning desde muchos años antes del estallido de la pandemia.

El contexto virtual ha mejorado el acceso a la capacitación a muchos PAS de distintas zonas del país, que antes tenían que trasladarse varios kilómetros para lograrlo.

Como hemos dicho, estamos a favor de la tecnología, siempre que la distribución digital de seguros incluya el correcto asesoramiento al cliente. Por ello, pensamos que detrás de cada oferta digital tiene que haber un PAS. El PAS es el único canal profesional que garantiza un adecuado asesoramiento al cliente en materia de riesgos.

Comprar un seguro por Internet no es como comprar un pantalón. Aún el seguro más difundido en el mercado, el de Automotores, posee una alta complejidad. No podemos esperar que el asegurado pueda interpretar por sí solo el alcance de las coberturas, el riesgo del infraseguro, la diferencia si cubre sus bienes a prorrata o a primer riesgo, las franquicias, exclusiones, y un largo etcétera.

Sabemos que un correcto asesoramiento garantiza que se comprendan claramente los alcances de la póliza. Un cliente satis-



AGUSTINA DECARRE
PRESIDENTA DE FAPASA

fecho, informado, consiente de la protección que está comprando, es un asegurado que valorará su cobertura. Por ello, propiciando el asesoramiento del PAS estamos

Asegurate en **La Segunda Seguros**



LO PRIMERO SOS VOS

Nº de inscripción en SSN
0317 - 0618 - 0117 - 0436

Atención al asegurado
0800-666-8400

Organismo de control
www.argentina.gob.ar/ssn



creando cultura aseguradora. Lo contrario, incentiva el fraude y el desprestigio para la institución aseguradora.

Además, tenemos el servicio postventa. Sobre todo, en el momento del siniestro, está demostrado que la mayoría de los asegurados sigue teniendo la expectativa de hablar con un asesor.

CAPACITACIÓN

Vuelvo al tema de la capacitación porque entendemos que ello es un valor esencial y estratégico que nos permite diferenciarnos de otros canales de comercialización de seguros existentes en el mercado.

Los PAS debemos actualizar y revalidar nuestros conocimientos, no solo porque la legislación nos obliga a ello, sino porque así podemos adquirir nuevas herramientas de gestión, conocer las tendencias actuales del mercado y las necesidades de los asegurados, y perfeccionar nuestras técnicas para un mejor asesoramiento.

Como parte de esta filosofía, desde el año pasado estamos celebrando convenios y

alianzas con distintas organizaciones para acercar a los PAS contenidos relevantes en distintas áreas. Solo por mencionar algunos, estamos capacitando en inclusión y diversidad de género, en liquidación de siniestros, en reaseguros, y en seguros técnicos, entre otros.

Hay que tener en cuenta que existe una directa relación entre la protección de los derechos de los asegurados y la capacitación del canal de comercialización. Cuanto más se capacite el PAS, mejor preparado estará para brindar el asesoramiento y servicio de primer nivel que demanda el asegurado.

AGENDA

Seguimos combatiendo la venta ilegal del seguro, receptando denuncias en la web www.denuncias.com.ar. Un equipo de profesionales las analiza y efectúa las gestiones pertinentes para que los ilegales sean sancionados.

En el plano internacional, FAPASA ejerce la Vicepresidencia II de COPAPROSE

desde 2020. Hace pocos días, realizamos en Buenos Aires el Congreso de COPAPROSE 2022, que ha resultado un éxito total en convocatoria, así como en la calidad de los exponentes.

Continuamos con nuestra campaña de posicionamiento de la figura del PAS y estrechando lazos con todos los actores del mercado asegurador argentino.

Y, finalmente, nos enorgullece informar que hace pocas semanas el INAES ha concedido a la mutual de FAPASA (AMUPASRA) la autorización para comenzar a operar.

Este es un logro más de los PAS. La mutual nos permitirá, con el tiempo, constituir un fondo de asistencia para el retiro de los colegas, cuando decidan jubilarse de la actividad.

Ahora iniciaremos con Capacitación y Sepelio. Pero nuestro proyecto incluye constituir un fondo compensador para los PAS.

APAS BAHÍA BLANCA, ZONA Y SUR ARGENTINO

TIEMPO DE SEGUROS: ¿LISANDRO, CUÁNDO NACE ESTA ASOCIACIÓN Y CUÁL ES LA REGIÓN QUE ABARCA?

Lisandro Redivo: Entre el 23 y 24 de Abril del año 1931 se efectuaron reuniones entre quienes en aquel entonces eran los representantes de compañías de seguros, estableciendo la necesidad de unirse para defender los intereses comunes sentando así las bases para la creación de nuestra APAS lo que la convierte en la más antigua del país y nace esta Asociación.

En un principio abarcábamos una extensa zona llegando hasta el extremo sur del país, de ahí nuestra denominación: "APAS Bahía Blanca, Zona y Sur Argentino"; con el transcurrir del tiempo se fueron creando asociaciones en distintos puntos con las que compartimos la zona como es el caso de Apas La Pampa o Norpatagonia.

TDS: ¿CUÁL ES LA ACTUAL COMPOSICIÓN DE SU COMISIÓN DIRECTIVA?

LR: La Comisión Directiva es la siguiente:

PRESIDENTE : Lisandro Redivo
VICE-PRESIDENTE : Daniel Scattolini
SECRETARIA: Miriam Riposati
PRO-SECRETARIA: Analía Daich
TESORERO: Martín Ghione
PRO-TESORERO: Agustín de la Uz

VOCALES TITULARES:

1°- Alejandro Claverie Bidart
2°- Laura Gambin
3°- Matías Grandoso
4°- Giuliano Piro
5°- Mario Rickert
6°- Matías Fritz

VOCALES SUPLENTES

1°- Ariel Zero
2°- Leandro Rosdorosny
3°- Max Gubetta
4°- Georgina Molaro

TDS: ¿CON CUÁNTOS ASOCIADOS CUENTA?



LR: En la actualidad contamos con un padrón de 520 socios

TDS: ¿CUÁLES SON LOS PRINCIPALES SERVICIOS QUE BRINDAN A LOS COLEGAS ASOCIADOS?

LR: En Apas Bahía Blanca procuramos estar cerca de los requerimientos de nuestros socios, si bien por la pandemia debimos suspender la atención personalizada de un miembro de CD en nuestra sede, continuamos brindando ese servicio en forma remota para todos los temas o dudas que surjan acerca de la actividad.

En la actualidad se ha nombrado a un miembro de la CD como representante de la delegada que los PAS tenemos en la OSSEG facilitando así a los asociados afiliados a la Obra Social el acercamiento

a dicha delegada en los casos en que sea requerida.

Dictamos los cursos de PCC obligatorios para el mantenimiento de la Matrícula, tanto para socios y no socios como los solicitados por las distintas compañías. En el caso de los socios les bonificamos en un esfuerzo conjunto con FAPASA el costo de los mismos. Además brindamos cursos para Aspirantes a la obtención de la Matrícula con un equipo de docentes de excelencia.

En lo social contamos en Bahía Blanca con un salón totalmente equipado con capacidad para 60 personas más otro complementario más pequeño, con cocina completa, horno pizzerero y parrilla que es muy utilizado por los socios para sus reuniones familiares y en Sierra de la Ventana nuestros socios disponen de otro salón de similares características que agrega además una hermosa piscina y un parque arbolado en un entorno natural privilegiado.

En ese predio estamos construyendo 4 departamentos para ofrecer a los socios de Apas y sus familias la oportunidad de pasar los fines de semana o sus vacaciones en ese importante centro turístico de la Provincia de Buenos Aires.

No podemos dejar de mencionar la colaboración que en todos estos proyectos hemos recibido de FAPASA a través de sus distintas autoridades a quienes agradecemos enormemente su constante acompañamiento.

TDS: ¿CÓMO HA SIDO EL CRECIMIENTO DEL PADRÓN EN LOS ÚLTIMOS AÑOS Y QUÉ INTERÉS HAN MOSTRADO LOS NUEVOS COLEGAS EN AFILIARSE Y PARTICIPAR DE LA ASOCIACIÓN?

LR: La cantidad de socios se ha ido incrementando año a año principalmente por la inclusión de los egresados de nuestros cursos para Aspirantes quienes al obtener su matrícula se acercan a la Asociación debido a la sensación de “pertenencia” generada por el buen clima y camaradería de dichos curso, si bien con el cambio a la modalidad virtual esto se vio afectado, la mentalidad de los nuevos colegas ha evolucionado hacia la conciencia de participación y colaboración que los acerca a la Apas lo que queda reflejado en la conformación de la C.D. integrada por varios jóvenes que nos aportan su mirada innovadora.

TDS: ¿CUÁL ES LA LABOR QUE DESARROLLAN EN POS DE MEJORAR

LA CONCIENCIA ASEGURADORA Y DIFUNDIR LA IMPORTANCIA DE CONTRATAR EL SEGURO A TRAVÉS DE LOS PAS?

LR: Apostamos siempre a la capacitación de los colegas y en ese sentido creemos importante la especialización en coberturas afines a la región en que cada uno desarrolla la actividad, acercando así a cada asegurable la mejor opción posible para sus necesidades.

Hemos incursionado en publicidades en especial en medios digitales, llegando incluso a contratar un grupo de actores que produjeron un corto muy simpático que destacaba la importancia de contar con un Productor Asesor. También buscamos

delizó más el cliente.

El cambio también se dio en PAS colegas con oficina y empleados que trasladaron su lugar de trabajo a sus domicilios ocupando espacios familiares. Como Asociación va nuestro reconocimiento a cada familia que supo adecuarse a una circunstancia excepcional acompañando al desarrollo de la actividad”

TDS: ¿QUÉ OBJETIVOS DE MEJORAS Y CRECIMIENTO SE HA PROPUESTO LA COMISIÓN DIRECTIVA PARA ESTE MANDATO?

LR: Nos hallamos abocados al relanzamiento de nuestra página web, la que aún se encuentra en desarrollo y que espera-



APAS BAHÍA BLANCA - COMISIÓN DIRECTIVA

locaciones para la cartelería de ruta de la campaña “con un Productor de Seguros es más Seguro” pero con la pandemia esto quedó por ahora suspendido.

TDS: ¿CÓMO HA SIDO LA ETAPA DE LA PANDEMIA Y QUÉ PROBLEMAS PLANTEARON LOS COLEGAS EN CUANTO A LA MISMA?

LR: Como en todas las actividades hubo un cambio de paradigma a causa de la pandemia; muchos de nuestros colegas, en especial los mayores, tuvieron algunas dificultades a la hora de adaptarse a los medios tecnológicos y allí estuvimos presentes sobre todo con nuestros jóvenes tratando de facilitarles el acceso a las nuevas tecnologías.

Por otra parte muchos colegas nos manifestaron que el aislamiento y la falta de atención en las empresas provocó que los asegurados valoraran más la necesidad de una atención personalizada por parte de un Productor/a Asesor /a por lo que se fi-

mos sea de gran utilidad para los socios.

Por otro lado el ambicioso proyecto de Sierra de la Ventana ocupa gran parte de nuestro esfuerzo tanto de tiempo como de recursos y al estar ya muy avanzado nos ilusionamos con poder inaugurarlos antes de fin de año.

En el aspecto administrativo nos hemos propuesto la colaboración con las Apas cercanas a fin de optimizar tareas.

TDS: ¿CÓMO VEN EL FUTURO DE NUESTRA ACTIVIDAD Y CUÁLES SON LAS PRINCIPALES AMENAZAS O SITUACIONES DE CONFLICTO?

LR: Las prácticas indebidas y la competencia desleal son siempre las mayores dificultades que afronta la actividad, sin embargo creemos que la diferencia marcada por la capacitación y profesionalismo de los PAS puede representar la mayor defensa ante estas amenazas.

TIEMPO DE SEGUROS: ¿DANIEL, CUÁNDO NACE ESTA ASOCIACIÓN Y CUÁL ES LA REGIÓN QUE ABARCA?

Daniel Osvaldo Sisso: Nuestra Asociación nace un 22 de julio de 1972 bajo la figura jurídica de Cámara de Productores Asesores de Seguros de Mendoza. Hoy, al cumplir su 50 Aniversario es importante homenajear a quienes nos legaron esta Asociación y recordarlos con el merecido respeto. Quienes conformaron la primer Comisión Directiva fueron: Roberto Yáñez, José A. Yáñez, Luis Canesa, Guillermo Pollini, Ademar Coste, Carlos Sabez, Ángel Jorge Farmache- su primer Presidente-, Miguel Ponce y Mario Ianelli.

Éste año recibimos de la Honorable Cámara de Diputados de la Provincia de Mendoza, mediante la resolución nro. 259, un reconocimiento a la trayectoria de nuestra Asociación, de manos de su Presidente, el licenciado Andrés Lombardi.

Actualmente nuestra Asociación nuclea a las provincias de San Luis, San Juan y Mendoza.

TDS: ¿CUÁL ES LA ACTUAL COMPOSICIÓN DE SU COMISIÓN DIRECTIVA?

DOS: Nuestra Comisión Directiva está compuesta por 15 miembros:

Presidente Daniel Alberto Sisso Cataneo
Vicepresidente Daniel Dimaría
Secretaría Claudia Cruz
Secretaría de Actas Silvana Liliana Sánchez
Tesorero Juan Alberto Fernández
Protesorera Graciela Lourdes Rufino
Vocal Titular 1° Antonio Juan José Rocco
Vocal Titular 2° Carlos Alfredo Castro
Vocal Titular 3° María Virginia Illanez García
Vocal Suplente 1° Jorgelina María Buzzacchi Riestra
Vocal Suplente 2° Lorena Romeo
Vocal Suplente 3° Maximiliano José Mobilia
Revisora Titular de Cuentas Mariela Edilia Zavaroni
Revisor Titular de Cuentas Ulises Yair Moyano
Revisora Suplente de Cuentas María Elena Antún

TDS: ¿CON CUÁNTOS ASOCIADOS CUENTA?

DOS: Nuestra Asociación cuenta hoy con 1341 socios activos en las tres provincias de Cuyo.

TDS: ¿CUÁLES SON LOS PRINCIPALES SERVICIOS QUE BRINDAN A LOS COLEGAS ASOCIADOS?

DOS: Los principales servicios que ofre-

ceamos a nuestros socios es brindarles capacitaciones orientadas a la formación profesional integral del Productor Asesor de Seguros y promover la defensa de sus derechos en los distintos ámbitos sociales.

TDS: ¿CÓMO HA SIDO EL CRECIMIENTO DEL PADRÓN EN LOS ÚLTIMOS AÑOS Y QUÉ INTERÉS HAN MOSTRADO LOS NUEVOS COLEGAS EN AFILIARSE Y PARTICIPAR DE LA ASOCIACIÓN?

DOS: El crecimiento de adhesión de socios se incrementó sobremedida a partir del segundo semestre del 2021. Ello debido a dos situaciones primordiales: La primera es que la Comisión Directiva tomó la decisión de no cobrar la cuota social a los PAS noveles durante el primer año de asociado. Con ello, lo que se pretendió es ayudar en los inicios de la profesión y brindarles todos los servicios que la Asociación ofrece. En segunda instancia, bonificar los PCC a todos los socios, asumiendo la Asociación la inversión de capacitarlos.

TDS: ¿CUÁL ES LA LABOR QUE DESARROLLAN EN POS DE MEJORAR LA CONCIENCIA ASEGURADORA Y DIFUNDIR LA IMPORTANCIA DE CONTRATAR EL SEGURO A TRAVÉS DE LOS PAS?

DOS: La Comisión Directiva de APAS CUYO está convencida que la labor del PAS en generar la conciencia aseguradora en la sociedad es de vital importancia para los sectores socio-económicos involucrados. Por tal motivo, nuestra Asociación, acompañando la gestión que realizan los PAS, es que difundimos la importancia de contratar el seguro a través del único canal profesional, realizando capacitaciones a personal de seguridad vial de la policía de San Luis y de la mayoría de los municipios de la provincia de Mendoza. Y publicitando, en medios radiales y televisivos, la importancia de contratar un seguro a través del Productor Asesor.

Asimismo, la Comisión de mujeres de las tres provincias, han realizado juegos didácticos destinados a escuelas de frontera que la Asociación apadrina, teniendo

presente la faz solidaria hacia los más necesitados.

La idea es inculcar, desde la más tierna infancia, el respeto hacia la vida de otras personas interactuando en la vía pública. Con estos juegos enseñaban a respetar el paso del peatón y aprehender conductas viales.

TDS: ¿CÓMO HA SIDO LA ETAPA DE LA PANDEMIA Y QUÉ PROBLEMAS PLANTEARON LOS COLEGAS EN CUANTO A LA MISMA?



DOS: Lamentablemente los años pandémicos nos han dejado una marcada experiencia en nuestro ser personal y laboral. Tuvimos que lamentar pérdidas personales y fuertes migraciones de índole laboral. Con relación al ámbito laboral, los PAS tuvimos que incorporar la tecnología fuertemente, en nuestras relaciones comerciales con nuestros clientes. Fue un cambio muy abrupto al cual nos tuvimos que adaptar rápidamente. Sin embargo, al internalizar los mismos, obtuvimos beneficios al reducir costos inherentes a la actividad. Fruto de ello fue el envío de las pólizas por medios electrónicos. Y sin lugar a dudas, nos acompañaron mucho las compañías que tenían un desarrollo más amplio en materia tecnológica.

TDS: ¿QUÉ OBJETIVOS DE MEJORAS Y CRECIMIENTO SE HA PROPUESTO LA COMISIÓN DIRECTIVA PARA ESTE MANDATO?

DOS: Los miembros de la actual Comisión Directiva estamos convencidos que todo proyecto institucional debe estar revestido de mejoras de crecimiento constante. A tal fin estamos trabajando para brindar una apps a nuestros socios con el objeto de acercarles beneficios adicionales en materia de turismo y esparcimiento, compra de elementos de oficina, vestimenta, etc.

Las Comisiones de mujeres y jóvenes, están trabajando arduamente, en colaboración con nuestros asesores jurídicos y contables, en la confección de convenios con los distintos prestadores.

TDS: ¿CÓMO VEN EL FUTURO DE NUESTRA ACTIVIDAD Y CUÁLES SON LAS PRINCIPALES AMENAZAS O SITUACIONES DE CONFLICTO?

DOS: La visión que tenemos sobre la intermediación del Productor Asesor de Seguros en el mercado es promisoría,



en tanto y en cuanto, sigamos profesionalizando nuestra actividad con una formación integral sólida. Debemos tomar conciencia del rol que nos cabe dentro de la sociedad. Y las estadísticas así lo muestran, que el canal que ofrece un servicio

de asesoramiento íntegro es el de los PAS. Las Asociaciones tenemos la obligación fundamental de brindar una formación profesional que brinde las herramientas necesarias para que los asegurables nos sigan eligiendo.

APAS SUR PATAGONIA



TIEMPO DE SEGUROS: ¿GUSTAVO, CUÁNDO NACE ESTA ASOCIACIÓN Y CUÁL ES LA REGIÓN QUE ABARCA?

Gustavo Andrés Uranga: Nuestra Asociación empezó a tomar forma luego de varias reuniones de colegas locales incentivados por autoridades en ese momento de FAPASA para poder conformarnos como una filial más de dicha Federación en el año 2014.

El día 18 de mayo del 2015 recibimos desde la IGJ mediante resolución nuestra personería jurídica como Asociación de Productores Asesores de Seguros Sur Patagonia

TDS: ¿CUÁL ES LA ACTUAL COMPOSICIÓN DE SU COMISIÓN DIRECTIVA?

GAU: La Comisión Directiva por el período 2021-2023 es la siguiente:

- Presidente: Gustavo Andrés Uranga
- Vicepresidente: Horario Miguel Moreno
- Secretario/a: Adriana Mariela Da Conceicao Patrocinio
- Tesorero/a: Carlos Omar Villegas
- Vocal Titular 1ro: Guillermo Von Stolzmann
- Vocal Titular 2do: Carlos Jorge Coeetse
- Vocal Suplente 1ro: José María San Martín
- Vocal Suplente 2do: José Martín Frydman
- Revisor de Cuentas Titular: Marta Giubetich

- Revisor de Cuentas Suplentes: Eva Alicia Jaramillo

TDS: ¿CON CUÁNTOS ASOCIADOS CUENTA?

GAU: Contamos con aproximadamente doscientos asociados activos, y esperamos poder ampliar este número en un futuro no muy lejano.

TDS: ¿CUÁLES SON LOS PRINCIPALES SERVICIOS QUE BRINDAN A LOS COLEGAS ASOCIADOS?

GAU: Entre nuestras principales tareas puedo citar las siguientes:

Defensa de los productores
 Nuestra Asociación es una institución que trabaja para la defensa de los derechos de los PAS. Asimismo, representa a todos los PAS de nuestra región ante las aseguradoras, los organismos de Gobierno, las instituciones de la sociedad civil, los medios de comunicación y ante la Federación de Asociaciones de Productores Asesores de Seguros de la Argentina (FAPASA); para la defensa de los derechos de los Productores Asesores, el desarrollo de la cultura de la prevención, la defensa del asegurado y la profesionalización de los PAS y del sector asegurador.

Capacitación general de productores
 Llevamos adelante los cursos para los aspirantes a Productor Asesor de Seguros, así como también las capacitaciones para los profesionales matriculados correspondientes a los programas de capacitación continuada. Esta tarea adquiere una notable relevancia porque permite a las personas capacitarse en su lugar de residencia y, evita que tengan que recorrer largas distancias para tomar sus cursos y rendir sus exámenes como ocurría en el pasado. Esta posibilidad está dada porque APAS SUR PATAGONIA es una filial del Centro Federal de Capacitación de FAPASA.

Vinculación con Ente Cooperador ley 22.400
 APAS SUR PATAGONIA también es una delegación del Ente Cooperador Ley 22.400. Ello la habilita para rubricar los libros de registros de los PAS (tal como exige la normativa), tramitar el pago de la matrícula y otras diligencias.

Vinculación representativa con OSSEG
 Además, APAS SUR PATAGONIA colabora con la organización y administración de exámenes, es la referencia de todos los PAS de la región ante la Obra Social del Seguro (OSSEG). De igual modo APAS SUR PATAGONIA es la responsable de

informar al delegado de FAPASA ante la OSSEG acerca de las situaciones que consideren necesarias abordar. Ello les permite solucionar cualquier inconveniente que un PAS planteé en relación a su atención médica y a la de su familia.

TDS: ¿CÓMO HA SIDO EL CRECIMIENTO DEL PADRÓN EN LOS ÚLTIMOS AÑOS Y QUÉ INTERÉS HAN MOSTRADO LOS NUEVOS COLEGAS EN AFILIARSE Y PARTICIPAR DE LA ASOCIACIÓN?

GAU: Afortunadamente, en los últimos años hemos notado un creciente interés de los colegas en formar parte de la Asociación, y eso se ha visto reflejado en el ingreso de una muy buena cantidad de socios nuevos.

TDS: ¿CUÁL ES LA LABOR QUE DESARROLLAN EN POS DE MEJORAR LA CONCIENCIA ASEGURADORA Y DIFUNDIR LA IMPORTANCIA DE CONTRATAR EL SEGURO A TRAVÉS DE LOS PAS?

GAU: Trabajamos incansablemente para lograr una agrupación que se constituya sobre pilares sólidos en la defensa de los intereses de todos los PAS brindando los soportes necesarios para lograr la actuación de Productores Asesores profundamente convencidos del rol social que constituye la esencia del contrato de seguro, en un marco creciente de compromiso ético y profesionalismo, procurando por todos los medios a nuestro alcance, que se sancionen, promulguen y cumplan disposiciones legales, reguladoras de la profesión y leyes sociales, promoviendo su aplicación y perfeccionamiento.

TDS: ¿CÓMO HA SIDO LA ETAPA DE LA PANDEMIA Y QUÉ PROBLEMAS PLANTEARON LOS COLEGAS EN CUANTO A LA MISMA?

GAU: En cuanto al funcionamiento, no escapamos a los inconvenientes generales que se plantearon en prácticamente todas las actividades, por la imposibilidad de funcionar presencialmente, por lo cual debimos adaptarnos a la virtualidad, y justamente esto, sumado a las distancias que tiene nuestro ámbito de actuación, hizo que uno de los mayores inconvenientes planteados por los colegas, fuera la dificultad para realizar las capacitaciones del Programa de Capacitación Continua que debemos cumplir, para renovar la matrícula, cada año.

Afortunadamente, hemos podido dar respuesta a través del canal virtual, para cumplir con esta exigencia.

TDS: ¿QUÉ OBJETIVOS DE MEJORAS Y CRECIMIENTO SE HA PROPUESTO LA COMISIÓN DIRECTIVA PARA ESTE MANDATO?

GAU: Nuestro objetivo para este mandato, además de lograr una mayor cantidad de socios activos, es lograr mayor representatividad dentro del territorio que abarca la APAS, que está compuesto por las provincias de Chubut, Santa Cruz y Tierra del Fuego.

Otra meta propuesta, es la de lograr tener una sede propia, ya que actualmente no contamos con una.



GUSTAVO URANGA

TDS: ¿CÓMO VEN EL FUTURO DE NUESTRA ACTIVIDAD Y CUÁLES SON LAS PRINCIPALES AMENAZAS O SITUACIONES DE CONFLICTO?

GAU: Independientemente de la coyuntura económica del país y del mundo, entendemos que se hace imprescindible que los PAS sigamos luchando por la profesionalización de la actividad y de esta manera combatir las permanentes apariciones de ofertas de seguros, por diferentes canales, que no cumplen con la legislación vigente y que generan una competencia desleal.



JOSÉ MARÍA LOUGHLIN (ARRECIFES)



JUAN MARTÍN GODOY (CONCORDIA)



LUIS HORACIO Y MANUELA JAJÁN (GUALEGUAY)



MA. CRISTINA SÁNCHEZ DE RÍGOLI Y HUGO RÍGOLI (CASTELLI)



1897·2022

En 1897 un grupo de comerciantes, representativos de las distintas corrientes inmigratorias que forjaron la identidad de nuestro país, fundó nuestra compañía.

Hoy, y hace más 70 años, somos una empresa familiar y nacional, en la que conviven hasta cuatro generaciones de empleados, productores asesores y clientes.

CUMPLIMOS
125 AÑOS
JUNTO A VOS
Y TU FAMILIA

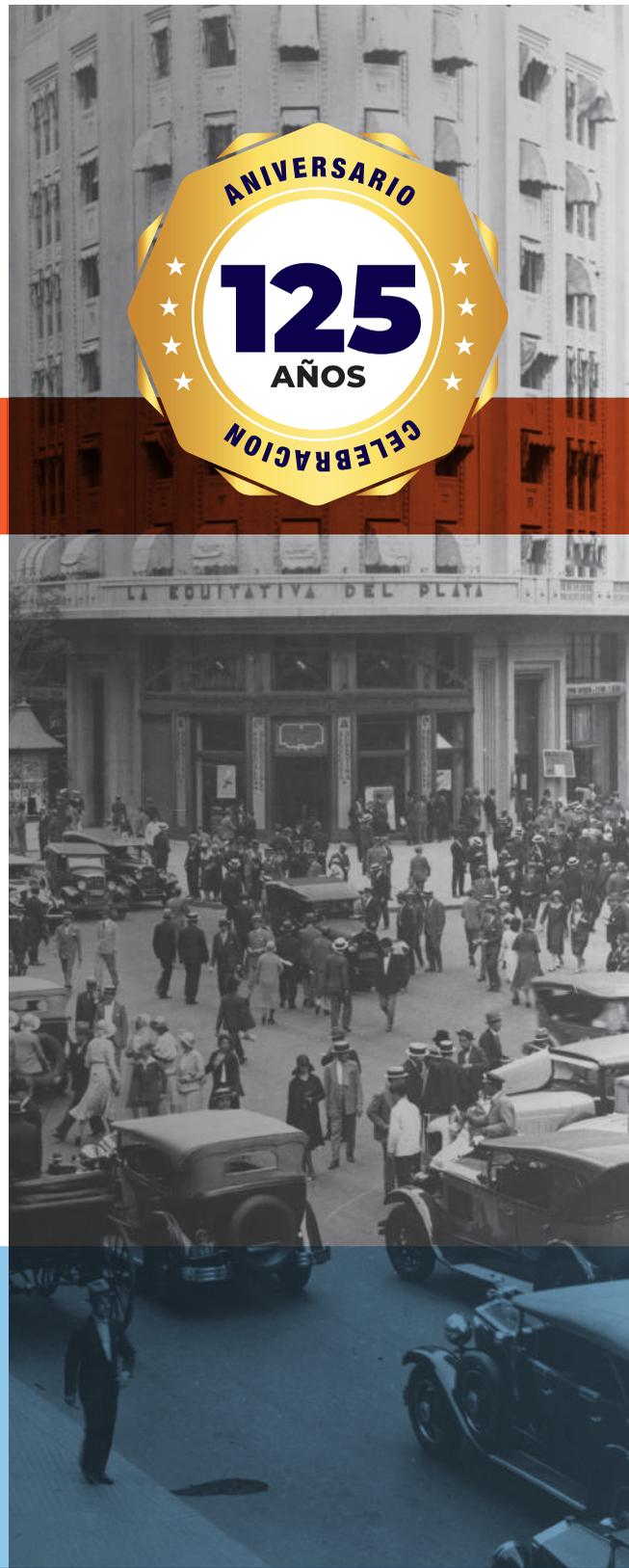
WWW.LAEQUITATIVA.COM.AR



Nº de inscripción en SSN
044

Atención al asegurado
0800-666-8400

Organismo de control
www.argentina.gob.ar/ssn



En diciembre del 2016 y como un desprendimiento de CRV GROUP S.A, nace CRV BROKER S.R.L cuyo objetivo es gestionar y administrar carteras de Productores y Organizadores que deseen operar con el Grupo Sancor Seguros.

El nacimiento de CRV BROKER fue fruto de un proyecto presentado por sus Socios, Productores Asesores con más de 40 años de trayectoria en el Grupo Sancor Seguros con la misión de dar un servicio con valor agregado a todo aquel Organizador o Productor que desee comercializar sus operaciones con el Grupo.

Para ello contamos con personal técnico y comercial formado en las entrañas de Sancor Seguros, que a través de un servicio personalizado y de alto nivel técnico, está en cada uno de los requerimientos que el Organizador o Productor pudiese necesitar.



Si bien CRV BROKER posee sus oficinas centrales en el barrio de Belgrano en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, las 14 oficinas de los Socios en las Provincias de Río Negro, Neuquén, Mendoza, Buenos Aires (en localidades de San Bernardo, Mar de Ajó, Santa Teresita, Dolores, Lanús) están a disposición de los Clientes de nuestros Productores y Organizadores para atender la problemática que los mismos pudiesen tener en dichos puntos del país.

Aquellos Productores Asesores de CRV BROKER que no posean estructura propia, cuentan con un espacio de Co-Working donde pueden realizar tareas administrativas, comerciales, reuniones de negocios.

Hoy, luego de menos de 6 años de actuación, 158 Productores pertenecientes a 18 Organizaciones son atendidos por nuestros colaboradores, todo esto, siendo un Broker exclusivo del Grupo Sancor Seguros.

Todo este incipiente presente y futuro no sería posible sin el apoyo de todo el Grupo Sancor Seguros que confían en CRV BROKER como un canal de atención descentralizado pero en el cual depositan esa misión por el prestigio de quienes lo integran y porque saben que en CRV BROKER encontrarán Confianza, Responsabilidad y Valores.



Una empresa para la Gestión y Administración de carteras de Productores del Grupo Sancor Seguros.



Av. Luis María Campos 1301 - (1426) CABA
Tel: 2091-5078 / Cel: 11-3302-3458



Mail: info@crvbroker.com.ar



MARÍA CAROLINA APPELLA D'MARÍA (GENERAL BELGRANO)



MARÍA SUSANA ESPÓSITO (CHASCOMÚS)



MARIANO BRACHO Y FLORENCIA RIVOLTA (SALTO)



MAXI VIVOT (CONCEPCIÓN DEL URUGUAY)

INFLACIÓN, FALTA DE DÓLARES Y EL CLIENTE



POR: ING. FABIÁN PONS, PRESIDENTE DE OVILAM (OBSERVATORIO VIAL LATINOAMERICANO)

Los problemas económicos golpean a todas las industrias del país. La actividad aseguradora no es una excepción. Principalmente el seguro automotor

La falta de dólares en el mercado hizo que entraran en “faltante” gran cantidad de repuestos. Esto impide que se puedan realizar las reparaciones de los vehículos, el malhumor de los clientes, las amenazas de acciones legales, etc. A esto se le suma la “falta de precios” ya que aquellos que tienen las piezas muchas veces prefieren no venderlas o bien lo hacen a precios exorbitantes para cubrirse al momento de la recompra.

Ante esta situación la solución, justificable por cierto, es indemnizar. Pero acá aparece un segundo inconveniente para el cliente... ¿Cuándo voy a recibir mi dinero? Con la inflación reinante, las altas tasas de interés y las distintas formas de colocación de activos financieros, sin duda la figurita difícil de cualquier empresa es el gerente financiero. Cada día ganado en la dilación del pago a proveedores o asegurados son ganancias para la empresa.

En realidad, esto generalmente se convierte en un boomerang. El cliente recibe su indemnización muchas veces, mal y tarde. Cuando la plata no le alcanza busca que esta rinda y algunos caen en la tentación de recurrir a medios “non sanctos” para adquirir repuestos que van desde el contrabando hasta la compra en desarmaderos no legales. El negocio fácil hace que aumente el robo de vehículos y esta historia tantas veces repetidas ya sabemos cómo termina. ¡Ni hablar de las calidades de la reparación! Ante la falta de productos importados y a sus altos precios si se los encuentra, se recurre a lo que pueda aparecer en el mercado. Por otro lado, la falta de mano de obra preparada para realizar reparaciones de calidad es más que preocupante. Encontrar un buen chapista o un buen pintor es casi milagroso.

De lo anterior se desprende que la calidad del parque automotor se va degradando lentamente, pero esos vehículos siguen asegurados y en el próximo siniestro las consecuencias probablemente sean más graves. También es cierto que las crisis económicas reducen la cantidad de vehículos asegurados. Ante la disyuntiva de pagar la cuota del seguro o la cuenta del supermercado, lo segundo es lo primero. Por otro lado, comienza la aparición de autos vetustos que estaban arrumbados y se los ve renunciando

como el Ave Fénix. A la hora de circular no sólo no cuentan con seguro, tampoco tienen VTV, luces, cubiertas en condiciones, etc. Por lo tanto, si alguien choca con alguno de esos despojos mecánicos va a tener que recurrir a su propio bolsillo para pagar el arreglo y así continúa moviéndose el círculo vicioso en el que estamos inmersos.

Pero la inflación y el negocio financiero llevan implícitos otros males y tal vez el más importante sea la falta de desarrollo de soluciones técnicas. Esas soluciones no solo pasan por una nueva APP para vender más, o darle una herramienta snobista al PAS, sino también como ser más eficiente internamente. ¿Vale la pena en este clima inflacionario de casi el 100% anual preocuparse por el “negocio técnico”? Pulir detalles en esa área lleva mucho esfuerzo y dedicación para obtener pequeños resultados sostenibles en el tiempo. Conseguir bajar 3% los gastos siniestros es todo un esfuerzo que queda opacado, en estos tiempos, por una inteligente colocación financiera. Lo que hay que entender que esa “despreocupación por lo técnico” tarde o temprano se paga. Se paga en imagen, en competitividad, en atraso cuando viene la temporada de vacas gordas. Pero mientras tanto vamos zafando. Verbo, este último, que nos ha generado tantos males.

La falta de preocupación por lo técnico también ha sido una de las principales debilidades de la industria aseguradora en su poder de lobby bien entendido. Muchas industrias se adaptan a las condiciones del mercado, pero la mayoría siempre mantiene un ojo atento a las tecnologías que las afectan. El mundo está viviendo cambios impresionantes que van desde el uso de combustibles alternativos, nuevos diseños de vehículos, el uso de nuevos materiales, la innovación de sistemas de seguridad, etc. ¿Está la industria aseguradora argentina preparada para poder pedir esos cambios en nuestro parque automotor?, ¿Se analiza como la beneficiaria o la perjudicada la fabricación o importación de vehículos a nuestro mercado?

Para citar solo un ejemplo, la incorporación del Control de Estabilidad (ESP o ESC) en los nuevos vehículos que se lanzan al mercado se demoró 11 años respecto a lo sucedido en Europa o en Estados Unidos. Recién se incorporó en enero de 2022 cuando en aquellas latitudes se hizo en el año 2011. Lo más terrible del caso fue que en la Argentina estaba previsto que este dispositivo electrónico que solo cuesta u\$s 70 estuviera presente en todos los nuevos vehículos en enero de 2018. Sin embargo, los sucesivos gobiernos decidieron postergar esta obligatoriedad a pedido de las terminales automotrices. Tengamos en cuenta que el Control de Estabilidad, según datos europeos, ayudó a reducir en un 30% los siniestros en carreteras. ¿Cuánto le costó a la industria aseguradora y al país en general, en términos sociales y económicos, esas



ING. FABIÁN PONS, PRESIDENTE DEL OBSERVATORIO VIAL LATINOAMERICANO (OVILAM)

postergaciones? ¿Cuál fue la reacción del mercado asegurador ante esas decisiones? La falta de atención a lo técnico aún en una realidad inflacionaria directa o indirectamente se paga. Se necesita un mercado asegurador fuerte que equilibre la balanza en los intereses contrapuestos de otras industrias. No sólo por lo económico, sino también por lo social.

**Avanzar
con actitud
es ir siempre
por más.**



Somos una compañía que busca darte en todos los ramos productos disruptivos e innovadores para vos y tus clientes.

Más oportunidades, más negocios.

Somos **actitud que avanza.**
libraseguros.com.ar

LIBRA
Compañía de Seguros

Nº de inscripción en SSN
0852

Atención al asegurado
0800-666-8400

Organismo de control
www.argentina.gob.ar/ssn

 **SSN** | SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN

DE LA PANDEMIA A UNA NUEVA NORMALIDAD

MAGIS
CONSULTORES EN SEGUROS

LOS PROBLEMAS ECONÓMICOS GOLPEAN A TODAS LAS INDUSTRIAS DEL PAÍS. LA ACTIVIDAD ASEGURADORA NO ES UNA EXCEPCIÓN. PRINCIPALMENTE EL SEGURO AUTOMOTOR

El 11 de Marzo de 2020 la Organización Mundial de la Salud declaró el brote del nuevo coronavirus como pandemia, en nuestro País se empezó a hablar mucho a y a entender poco; se veía como un tema lejano, tan lejano se veía que la máxima autoridad del área de Salud, llegó a decir, que acá no iba a llegar y después que ya estaba ingresando, que se podía curar con un té, pero llegó no se curaba con un té y marcó un antes y después en la vida de todos nosotros.

El día 19 de Marzo de ese año a través de un DNU estábamos en ASPO, Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio.

Las Aseguradoras y los Productores Asesores de Seguros de un día para otro, debimos adecuarnos a una situación que esperábamos ni imaginábamos, el trabajo remoto se convirtió en la única alternativa viable para sostener la continuidad de las empresas.

Esta situación se extendió en el tiempo mucho más allá de lo que se estimó y anunció inicialmente; el home office, fue la única forma posible de seguir adelante, para nosotros, para las Aseguradoras.

En los primeros tiempos con el País prácticamente paralizado, hubo un descenso importante de la siniestralidad en todos los ramos, especialmente en "Automotores" por una mínima circulación de vehículos, dejando solo el funcionamiento de la actividad esencial, esto dio un poco de tiempo para la adaptación forzada a la "nueva realidad".

Durante ese tiempo los PAS y nuestros colaboradores, redoblamos esfuerzos, para mantener un contacto fluido con los Asegurados, mejoramos tecnología y agregamos medios de contacto, me queda la sensación que muchas Aseguradoras, mantuvieron un nivel de servicio y de respuesta aceptable, a otras les costó más entender la gravedad de lo que sucedía, y a todos por igual, nos costó comprender cuanto iba a durar.

Veo con asombro en el mercado asegurador, que aún perduran algunas prácticas y formas de trabajo que fueron necesarias para la primera etapa, pero que ya bien podría retomarse el ritmo de y forma de trabajo anterior a la pandemia.

No entiendo cuando hoy en día todavía hay liquidadores (no todos por supuesto) que al ser designados en un siniestro, su primer acción es solicitar fotos de lo dañado y eleva el informe a la Compañía sin haber

ido nunca a hacer una inspección presencial, especialmente en los casos complejos y esto nos obliga a intervenir a nosotros para cumplir con lo requerido, contestar las objeciones, ampliar la información, para no demorar la liquidación.

En pocos días cumplo cuarenta y cinco años en esta actividad, por lo que son pocos los operadores que conozco y me gusta pedir y cambiar opiniones y experiencias, cuando consulto sobre el motivo por el que se mantienen "protocolos de servicios" propios del peor momento del ASPO, unos contestan que es necesario seguir manteniendo los cuidados, es cierto, se puede retomar el ritmo normal, manteniendo los cuidados necesarios; otros me responden que es una cuestión de reducción de costos u honorarios, a los que piensan que la reducción de costos en la evaluación de daños es el camino, creo que se equivocan, por quedan expuestos a pagar de más, lo que afecta el resultado y se traslada al precio, o de menos lo que genera un conflicto que evitable tanto con el Asegurado, como con el PAS.

Algo similar está pasando con el tema de las inspecciones previas, antes de la pandemia ya venían siendo transferidas a los PAS, y ese proceso se aceleró. Muchas empresas sostienen que el home es una modalidad, que "llegó para quedarse", y no lo dudo, es muy elegida por muchos trabajadores de Argentina, ha generado un gran cambio en los hábitos de los colaboradores.

En nuestra actividad, hoy, el lado B del trabajo remoto es una realidad a la cual se enfrentan las empresas y según leí en un Newsletter que me envía con frecuencia Bayton Group; de hecho, una de las principales complejidades que ha generado es la dificultad para encontrar el equilibrio entre la vida personal y la vida profesional. Para muchas personas, la sensación de estar trabajando todo el día y no poder cortar con la jornada laboral se hizo presente, llevándolas a un agotamiento físico y mental que impacta sustancialmente en su desempeño. Llegó el momento de dar vuelta la página, pasamos este momento de excepcionalidad

y de grandes incertidumbres con mucho esfuerzo, pero de manera exitosa, ahora es el momento de poner el foco en el mayor problema actual, que es el desafío de revisar de manera constante las Sumas Aseguradas de nuestra cartera, para proteger a nuestros Asegurados de posibles infraseguros que afecten su patrimonio en un eventual siniestro.

Me siento orgulloso de la actividad que desempeñamos, somos solucionadores de

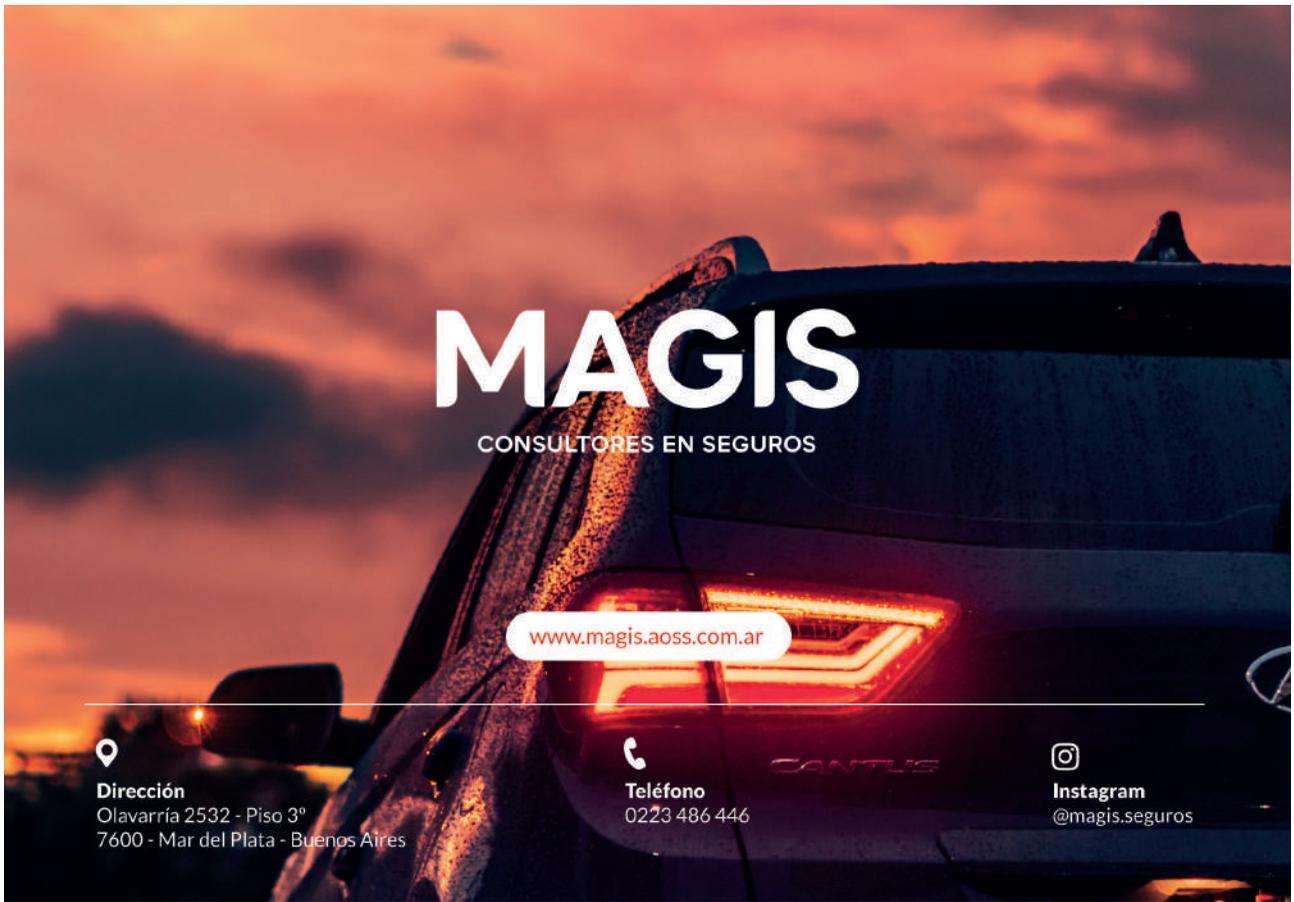


DANIEL RIERA

problemas, somos el eslabón principal entre el Asegurado y la Aseguradora, tenemos una participación activa y con responsabilidad en dar un asesoramiento profesional y cada detalle que contribuya al objetivo de dar una respuesta responsable, sea un pequeño siniestro o asegurarnos de las renovaciones con la sumas aseguradas bien actualizadas.

Bienvenida sea la nueva tecnología, pero no perdamos el hábito del contacto "presencial", o llamado telefónico Asegurado, para mantenerlo informado de los cambios, de la necesidad de actualizar o cambiar su cobertura, y no olvidemos siempre preguntar cómo está la situación en su actividad, genera empatía y siempre aprendemos algo nuevo.

Por Daniel Riera, cotitular de Magis Consultores en Seguros



Dirección
Olavarría 2532 - Piso 3°
7600 - Mar del Plata - Buenos Aires



Teléfono
0223 486 446



Instagram
@magis.seguros



NÉSTOR BERNAZZA (CORONEL BRANDSEN)



NICOLÁS HERRERO Y ANDRÉS VILLANI (SAN MIGUEL DEL MONTE)



NILO MORETTI (LEZAMA)



NORMA BEATRIZ JAIME Y ALFREDO GARRI (SAN ANDRÉS DE GILES)

IKÉ ASISTENCIA

IKÉ ASISTENCIA OFRECE A LOS PRODUCTORES ASESORES DE SEGUROS (PAS) COMERCIALIZAR SUS SERVICIOS DE ALTA CALIDAD Y GENERAR NUEVOS INGRESOS AL MISMO TIEMPO A TRAVÉS DE UNA PLATAFORMA DIGITAL RÁPIDA Y FÁCIL.



El servicio de asistencias inmediatas creció bajo el paraguas de la industria de los seguros, pero en la actualidad, como actividad independiente, suma millones de clientes en Argentina, que disponen activamente de servicios de asistencia para momentos críticos. Conversamos con Pablo Sotelo, Gerente Comercial de la firma.

TDS: ¿CUÁL ES LA PROPUESTA PUNTUAL DE IKÉ ASISTENCIA PARA LOS PAS?

PS: Mejorar el servicio a los asegurados, generar nuevos ingresos para los PAS y fidelizar a sus asegurados con un producto de alta calidad.

La asistencia es un producto que el asegurado necesita, por lo que el PAS puede ver esa carencia y generar una cartera importante, independientemente de las pólizas y las compañías con las cuales trabaja.

Además, dado el alto grado de relacionamiento y el conocimiento que tienen de los asegurados, permite pensar y ofrecerles nuevos tipos de planes de asistencias –por ejemplo, para la familia, la mascota, hogar, electrodomésticos, electrónicos, bicicleta, auto, motos, viajes, tecnológica, entre otras, como así aumentar las coberturas incorporando más kilómetros de remolque a lo que ofrece en la póliza.

TDS: ¿CÓMO ES LA PLATAFORMA DIGITAL QUE UTILIZAN LOS PAS?

PS: Rápida y fácil.

Nuestra plataforma digital cuenta con una landing personalizada para cada productor, donde su cartera de clientes puede, de forma autogestionada, seleccionar la o las asistencias que quiera adquirir, yendo la comisión directamente al productor.

Por otra parte, cuenta con un backoffice donde el PAS va a poder visualizar sus comisiones, gestionar ventas directas sin recurrir a la landing y tener a disposición todas las herramientas para facilitar la comercialización de los productos de asistencia.

Además, el Productor puede solicitar la creación de productos adaptados a su cartera de asegurados. En este caso, se dise-

ñan asistencias a medida que luego serán gestionadas a través de la plataforma.

TDS: ¿LA ASISTENCIA PUEDE TOMARSE COMO UN PRODUCTO INDEPENDIENTE?

PS: Debemos entender que la asistencia es un producto con peso propio y altamente tangible para el asegurado.

Hemos vivido en esta etapa de pandemia una valoración significativa de los servicios. Tanto los digitales como las prestaciones en el hogar han sido muy requeridos y valorados.

TDS: ¿SE PUEDE ADAPTAR LA OFERTA DE PRODUCTOS PARA CADA PAS?

PS: Podemos desarrollar propuestas específicas de acuerdo con las necesidades del PAS incluyendo productos viales u otras asistencias.

Cabe destacar que el PAS puede volcar una cartera o realizar la venta uno a uno de las diferentes asistencias que ofrece a través de nuestra web.

TDS: ¿CUÁL ES EL BENEFICIO DE CONTRATAR IKÉ ASISTENCIA PARA LA FLOTA ASEGURADA?

PS: El PAS al contratar el servicio de Iké Asistencia para la flota asegurada logra que el asegurado reciba un servicio de excelencia.

Al disminuir las quejas de los asegurados, podrán aumentar su fidelidad y generar oportunidades para comercializar más productos.

TDS: ¿CUÁL ES LA RELACIÓN DE IKÉ ASISTENCIA CON LAS GRÚAS?

PS: En Iké Asistencia estamos comprometidos en superar las expectativas. Para garantizar la calidad de servicio acordamos pagar a las empresas de grúas en mejores plazos y condiciones que el mercado.

Además, en nuestro Centro de Atención Telefónica (CAT) contamos con una dotación de operadores experimentados que generan un alto nivel de sinergia con nuestros socios prestadores.

TDS: ¿POR QUÉ IKÉ ASISTENCIA HACE FOCO EN LA CALIDAD?

PS: El principal foco de Iké es la excelencia en la calidad de los servicios. El 98% de los usuarios que utilizaron los servicios viales, lo recomendarían a otros y más del 96% calificó la asistencia recibida como satisfactoria o excelente.

Sin estos estándares de calidad hubiese sido muy complejo responder satisfactoriamente en estos meses de pandemia. Iké Asistencia estuvo operativo al 100% e incluso se destacó en el mercado por mantener la calidad en el servicio.

Para Iké la tasa de uso es un índice de con-



PABLO SOTELO

fianza, que la gente nos use no significa que tuvo un siniestro, significa que nos confía la tranquilidad de reparar algo de su hogar o acarrear su auto sin demoras, como la Garantía de 90 minutos que otorgamos.



Tecnología de punta para las oficinas virtuales de los PAS

Ahora nuestros PAS tienen a su alcance la posibilidad de comprar equipos de última generación al costo de una notebook promedio y financiada por RUS gracias a una alianza estratégica entre RUS, IBM/Kyndryl, Dell y VMWare.

- Equipos 2 en 1 (computadora + tablet) con pantalla táctil Full HD.
- Calidad y potencia en los componentes.
- Facilidad para acceder a herramientas de software específicos para la actividad.
- Flexibilidad para usarlo en cualquier actividad, aún cuando se trate de diferentes aseguradoras.
- Plataforma de seguridad y asistencia remota.
- Entrega y post venta.
- Conectividad en todo momento y lugar (Wi-Fi + 4G).

Conocé más en www.pasdigital.ar

 **RUS**[®] DIGITAL

Nº de inscripción SSN
0360

Atención al asegurado
0800-666-8400

www.argentina.gob.ar/ssn

 **SSN** SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

UNA ORGANIZACIÓN DE SEGUROS DE FEDERACIÓN PATRONAL SEGUROS S.A. CON MÁS DE 30 AÑOS DE EXPERIENCIA EN EL MERCADO ASEGURADOR, CUYA BASE SE ENCUENTRA EN SAN RAFAEL, PROVINCIA DE MENDOZA, Y DANDO ALCANCE OPERATIVO EN EL SUR DE LA ESA PROVINCIA EN LAS LOCALIDADES DE GENERAL ALVEAR, BOWEN, MALARGÜE Y SAN RAFAEL.

TDS: ¿QUIÉNES LO INTEGRAN, CÓMO NACIÓ Y CUÁL ES EL OBJETIVO DEL GRUPO MGR?

MGR: El Grupo MGR está conformado por Rodrigo Etchevers, Maximiliano Pérez y Guillermo Ippólito, colegas y amigos que llevamos con nuestros respectivos grupos más de 30 años en el mercado de seguros, administrando carteras de productores asesores de seguros y con exclusividad en Federación Patronal Seguros S.A.

Cada uno de nosotros, dirige su Organización y entre todos administramos más de 350 productores.

Si bien el Grupo MGR comienza a gestarse en forma definitiva y con nombre propio a finales del año 2020, la idea del proyecto nació mucho antes en una de las tantas reuniones que manteníamos con asiduidad, donde compartíamos experiencias y proyectos en común.

Siempre hicimos un balance cada uno de nosotros dentro de los grupos económicos que administramos, y de esa manera comparamos de un año a otro los crecimientos, las incorporaciones, las prácticas aplicadas y sus funcionamientos. Pero en el año 2020, un año particular para nuestra profesión y la actividad económica toda, realizar un balance comparativo era muy difícil, quizás podemos decir que volvimos al ejercicio n° 1, ya que arrancábamos de cero, a contar una nueva historia y a transitar un nuevo camino, cargado de incertidumbre y sobrado de una necesidad de aprendizajes que, sin ningún GPS que nos oriente el rumbo, empezamos a modificar nuestros esquemas de trabajo.

Fue de mucha ayuda la compañía, que con una rápida acción tecnológica, hizo que nos adaptáramos rápidamente a las necesidades del PAS y del asegurado.

Hoy, podemos contar esta historia, pero si a principios de marzo del 2020 nos preguntaban sobre el final del año, la respuesta hubiese sido muy diferente a la que contamos en diciembre cuando nos dimos vuelta y miramos el camino recorrido.

Por supuesto que en todo balance, hay aspectos que remarcar, y uno de los más importantes fue el rol del PAS dentro del mercado, ya que en un año donde vincu-

larse fue complicado y diferente de cómo veníamos acostumbrados, vimos como el PAS fue determinante en la contratación de la póliza.

Casi finalizando el año, nos dimos cuenta del papel que ocupó en nuestra actividad el vertiginoso avance tecnológico, que gracias a él pudimos seguir desarrollando y creciendo en nuestra actividad como organizadores de seguros. Cuando la expresión Home Office era una de las más usadas en nuestro vocabulario, contar con tecnología, nos permitió a distancia, poder cumplir con éxito nuestros proyectos.

Si bien antes de la pandemia utilizábamos la tecnología, gran parte de las patas operativas de nuestra actividad eran presenciales y mecánicas. La compañía, nosotros y los PAS, nos fuimos convirtiendo en “discípulos de Darwin” y esa adaptación al nuevo medio de tecnología total, se convirtió en nuestro pilar fundamental para desarrollar la actividad.

De este resultado, nace el Grupo MGR, cuya finalidad es aplicar un servicio al PAS adaptado a las nuevas formas de trabajo, donde la capacitación, el soporte, profesionalismo y el apoyo constante al PAS, sea la herramienta necesaria y más importante para llevar adelante la actividad de intermediación.

Con un arduo trabajo en el verano del 2021, analizando esquemas operativos, distribución de tareas, gestionando herramientas de trabajo a distancia y haciendo un estudio de mercado exhaustivo, se realizó allá por abril del mismo año, el lanzamiento y desembarco en el sur de la provincia de Mendoza del Grupo MGR de la mano de Federación Patronal.

Iniciamos la actividad enarbolando la bandera de la aseguradora, la cual nos apoyaba y respaldaba la trayectoria que MGR tenía dentro de la misma. Fue un año de

contactos e incorporaciones, de desarrollo, pero por sobre todas las cosas, de afianzamiento, de recabar necesidades de nuevos productos, situaciones de mercado, análisis de costos y mostrar a la geografía toda del sur, el potencial del equipo que está detrás de MGR y las alianzas estratégicas que podíamos formar junto a los productores que se iban incorporando.

Federación Patronal Seguros S.A., la cual se encontraba presente en todas las localidades que abarca MGR, nos brindó apoyo logístico, técnico y comercial desde la Agencia Mendoza para poder darle forma al proyecto.



Hoy, con casi año y medio de recorrido, nos pone muy feliz el resultado obtenido, con productores comprometidos, identificados y muy consolidados con la compañía y el grupo, lo cual nos alienta y motiva a seguir desarrollando la zona.

MGR cuenta hoy con una estructura de más de 15 personas capacitadas al servicio de los productores. Estamos seguros de cuál es el camino a seguir, conocemos la actividad, sabemos de las necesidades del colega productor, y queremos ayudar a que cada uno de los PAS que forman parte



LA PERSEVERANCIA SEGUROS

CRECEMOS
EN **TODO EL PAÍS**
CRECEMOS EN
BENEFICIOS



¿Sos PAS? Sumate a LPS.
creces vos, crecemos juntos,



Nº de inscripción en SSN
0157

Atención al asegurado
0800-666-8400

Organismo de control
www.argentina.gob.ar/ssn



SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN

de este grupo, sea un profesional identificado en la zona, que sepa que cuenta con un grupo que desde el apoyo técnico y comercial, lo acompaña en su labor diaria para seguir creciendo.

TDS: ¿CÓMO VE MGR EL MERCADO ACTUAL Y QUÉ ESTRATEGIA DESARROLLARÍA PARA ENFRENTARLO?

MGR: Hoy nos encontramos en un mercado asegurador muy revolucionado; estamos transitando una coyuntura a nivel país muy complicada, con un desgobierno de tarifas, tasas, limitaciones de cobertura, falta de repuestos y situación económica

general.

Creemos que hoy más que nunca, tenemos que trabajar muy profesionalmente, ir en busca de las necesidades del asegurado, generar conciencia y transformarla en póliza.

Consideramos que en la zona que nos encontramos, tenemos un mercado con un campo de acción muy amplio, nuestro compromiso desde MGR, es brindar al PAS las herramientas necesarias para trabajar, ayudarlo a preparar el terreno, dar soporte administrativo y técnico, y por

sobre todas las cosas, seguir afianzando un vínculo profesional, donde creemos que es la ruta más corta para llegar al éxito.

El objetivo es lograr que los asegurados cuando piensen en la necesidad de un seguro, piensen en su productor, eso se logra afianzando la relación y siendo profesional, pero para eso necesitamos capacitarnos de manera constante y estar apoyados. Ése es el objetivo primario del Grupo MGR: *que el productor sepa que cuenta con Nosotros para todo el desarrollo de su actividad.*

ORGANIZACIÓN PEVERELLI-CAPUTTO

UNA ORGANIZACIÓN CON 20 AÑOS DE TRAYECTORIA, NACIDA EN LA CIUDAD DE BUENOS AIRES, CON PRESENCIA EN EL INTERIOR Y UN MERCADO DESARROLLO FEDERAL

Conversamos con Tomás Peverelli, co titular de la Organización Peverelli-Caputto, para conocer más de su origen, lo realizado a lo largo de su historia y los planes a futuro.

TDS: ¿CUÁNDO COMENZARON EN LA ACTIVIDAD DE SEGUROS?

TP: Estamos en el mundo del seguro desde hace más de 20 años y juntos, en este emprendimiento familiar que es Peverelli-Caputto, desde hace poco más de 15 años.

TDS: ¿EN DÓNDE CUENTAN HOY CON OFICINAS?

TP: Tenemos oficinas en CABA y en las localidades de Rawson, Castilla, Carmen de Areco, Balcarce y Mar del Plata, todas ellas en Provincia de Buenos Aires.

TDS: ¿TIENEN PREVISTO EXPANDIRSE AÚN MÁS?

TP: Por supuesto. Nos encontramos alineados con lo que consideramos nuestra visión del negocio y nuestra misión en la actividad, y la idea es seguir expandiéndonos en todo el país, acompañando a los P.A.S. en su labor diaria como profesionales.

TDS: ¿CON QUÉ COMPAÑÍAS OPERAN?

TP: Actualmente nos acompañan más de 20 compañías de todo el país, que utilizamos dependiendo de la zona en donde realizamos la comercialización. Mencionamos a Federación Patronal; Allianz; Mercantil Andina; Río Uruguay Seguros; HDI; La Equitativa; Seguros Rivadavia;

Provincia Seguros; Sura; Intégrity y Meridional, entre otras.

TDS: ¿CUÁL ES EL APOYO QUE LES BRINDAN A LOS P.A.S. QUE FORMAN PARTE DE LA ORGANIZACIÓN?

TP: Al P.A.S. que opera con nuestra organización le brindamos capacitaciones, reuniones, tenemos un canal de YouTube con tutoriales para capacitarlos; tienen la atención de una ejecutiva de cuentas a disposición en los diferentes sectores, como también la debida atención y acompañamiento en todo lo referido a siniestros de sus asegurados.

Dado que la firma tiene un departamento de análisis de riesgos, el mismo se encuentra a disposición para disipar las dudas y ponerse al servicio de aquellos que lo requieran.

Nuestra página web tiene la facilidad de poder pinchar en la ubicación en donde se encuentre el P.A.S. y al instante poder comunicarnos con él y poder brindarle solución al seguro que necesita realizar a través de nuestro respaldo.

También los acompañamos publicitariamente; tenemos un grupo de WhatsApp en donde todos los días compartimos novedades.

TDS: ¿EN RESUMEN, CUAL CREEN QUE ES EL DIFERENCIAL DE VUESTRA ORGANIZACIÓN DE CARA AL PRODUCTOR?

TP: Sin dudar es acompañar al P.A.S. hablando el mismo idioma. Conocemos



tanto la Capital Federal como el interior del país; sabemos que cada lugar merece una atención diferente. El cliente es diferente y es el productor quien debe adaptarse a la idiosincrasia de cada lugar.

TDS: ¿CUÁLES SON LOS PRINCIPALES VALORES DE ESTA ORGANIZACIÓN?



Oficina de Atención Rawson
LUNES a VIERNES
9 a 12 / 17 a 19:30
SABADOS
9 a 12
11 4044-6336
Av CHACABUCCO y SAN MARTIN

Oficina de Atención
Provincia Net
LUNES a VIERNES
9 a 12
11 2384-620044
Av CHACABUCCO y SAN MARTIN

TP: El trabajo en equipo, la actitud de servicio, el profesionalismo, la integridad, el compromiso y la solidaridad, todo ello en un marco de responsabilidad y confianza. Competimos pero de manera honesta; somos éticos y respetuosos de nuestros clientes, colaboradores, productores y compañías con las que operamos.

TDS: ¿Y LUEGO DE 20 AÑOS, CUÁLES CONSIDERAN QUE HAN SIDO SUS LOGROS EN LA ACTIVIDAD COMO ORGANIZADORES DE SEGUROS?

TP: El haber conformado una extensa red de productores a quienes les brindamos nuestro asesoramiento profesional, nuestro apoyo comercial y el haber conseguido

POTENCIAR SU NEGOCIO.

TDS: ¿CÓMO PUEDE UN PRODUCTOR CONTACTAR A LA ORGANIZACIÓN SI ASÍ LO DESEA?

Tenemos distintos medios para ello:
WhatsApp:
115577-9901/02/03
Página Web WWW.
PEVERELICAPUTTO.COM.AR
Canal de YouTube y Redes Sociales



LA IMPORTANCIA DEL PERITO LIQUIDADOR

Hace tiempo que en nuestra Asociación nos venimos preguntando si estaremos haciendo las cosas bien, porque a pesar de estar convencidos de la importancia del rol del Perito Liquidador en el mercado de Seguros no hemos logrado que las Aseguradoras reconozcan que nuestra intervención no es un gasto sino una inversión, una manera de jerarquizar la más trascendente de las contraprestaciones que se esperan de una póliza de Seguros que es la respuesta eficiente a la hora de un siniestro. También nos cuestionamos si el hecho de no haber alcanzado tal trascendencia pueda ser nuestra responsabilidad, por no haber sabido darle a una profesión tan específica el rango de visibilidad y el reconocimiento que entendemos merece.

El punto es no quedarnos en el facilismo de culpar a la poca conciencia asegurativa que caracteriza a nuestra sociedad, la difícil coyuntura económica que obliga a masificar y emparejar hacia abajo en desmedro de la calidad y excelencia, la no valoración por parte de los demás actores del mercado, etc.

Sin embargo, los que tenemos muchos más años de los que nos gustaría sabemos muy bien que estos aspectos los hemos enfrentado desde siempre. No recuerdo en los últimos 40 años haber atravesado etapas radiantes, aunque sí con mejor performance económica, pero sí creo estar en lo cierto si digo que nuestra labor era más respetada, como lo eran todas las opiniones técnicas y en especial las de profesionales calificados.

Es muy cierto que el mundo en gral. y nuestro medio en particular han experi-

mentado profundos procesos de cambio, y en cuya “evolución” se han dejado de lado una serie de valores antes fundamentales que hoy parecieran estar asociados con la sistematización, la respuesta inmediata, la dinámica del servicio, la atención al cliente, la estadística, etc.; todos conceptos altamente valiosos pero que considero nos han hecho perder de vista un par de baluartes innegociables que deberían ser la capacitación y/o la formación técnica, y la empatía con el Asegurado.

Queda claro que si medimos la satisfacción desde el punto de vista de quien padeció un siniestro, la mejor opción estaría representada por el pago retributivo de la pérdida en consonancia con su reclamo y en el menor tiempo posible. Sin perjuicio de ello, planteado desde la óptica de la Aseguradora, considero que el parámetro de medición debería estar fundado en el cumplimiento objetivo de una atención ágil, técnica y eficiente con ajuste a las condiciones del contrato de Seguro; respuesta que solo se podría brindar a través de la intervención de Peritos Liquidadores idóneos y profesionales.

A modo de ejemplo me permito señalar que avalar el pago de un siniestro a “simple vista” y/o con el solo “visado” de papeles es tan sencillo como poco profesional, y en verdad solo deja conforme a una de las partes. El desafío es practicar una liquidación en tiempo y forma, con el correspondiente ajuste técnico en base a las coberturas del contrato, y aún cuando arroja un resultado indemnizatorio inferior al esperado por el Asegurado poder culminar la gestión con un apretón de manos.



Así lo aprendí de quien fuera mi maestro y siempre intento explicarlo a los que se inician en esta hermosa profesión y a quienes nos toca formar.

Por eso la importancia del Perito Liquidador, en un rol que es esencial para el óptimo funcionamiento de la actividad aseguradora, y más precisamente al desempeñar un papel protagónico en el momento más traumático para el Asegurado que es cuando enfrenta un siniestro. Asimismo y en simultáneo, se da una situación igualmente crucial para el PAS, que debe acompañar y demostrar en los hechos que su asesoramiento estuvo a la altura, y por sobre todo para la Aseguradora, que tiene que responder con la solvencia esperada y respaldado en la confianza e idoneidad de ambos actores que hasta entonces han sido sus representantes.

Tal vez estemos equivocados al pensar que en verdad somos “socios estratégicos” de las Aseguradoras, porque una “sociedad” como tal implica partes equiparables, y la realidad demuestra que la abismal asimetría entre quienes prestamos este servicio y quienes lo demandan es tan contundente que hace muy difícil tender puentes de entendimiento con cierto marco de igualdad. En resumidas cuentas, no es hora de capitular sino de insistir en nuestra prédica de que el mejor servicio siempre estará asociado con las habilidades, el conocimiento técnico y la aplicación de mayores recursos para la gestión de liquidación, y que apostar a ello será un incentivo para jerarquizar el ejercicio profesional.-

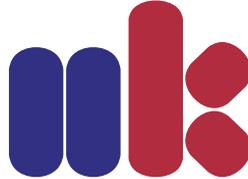
Allianz



**FEDERACION PATRONAL
SEGUROS S.A.**



**martínez
sosa**
asesores
de seguros



unibroker
asistencia
aseguradora



**SANCOR
SEGUROS**



**SEGUROS
RIVADAVIA**

 **GALENO**
SEGUROS

**Grupo
San Cristóbal**

 **GRUPO ASEGURADOR**
La segunda

LO PRIMERO SOS VOS



LA EQUITATIVA
COMPAÑÍA DE SEGUROS

LIBRA
Compañía de Seguros

 **RUS**[®]
RIO URUGUAY SEGUROS

 **LPS**
**LA PERSEVERANCIA
SEGUROS**

SPONSORS PLATA



SPONSORS ESPECIALES



AUSPICIOS



SPONSORS PLATINO



ALLIANZ ARGENTINA COMPAÑÍA DE SEGUROS S.A.

Domicilio: Av. Corrientes 299 (C1043AAC) CABA.
Teléfonos: (011) 4320-3800 / 01
Página Web: www.allianz.com.ar



FEDERACIÓN PATRONAL SEGUROS S.A.

Domicilio: Av. 51 N° 770 - (B1900AWP) - La Plata - PBA.
Teléfonos: (0221)429-0200
Página web: www.fedpat.com.ar



GRUPO SANCOR SEGUROS

Domicilio: Ruta Nacional n° 34 Km. 257
(2322) SUNCHALES - SANTA FE -
Teléfonos: (03493) 428-5000
Página web: www.sancorseguros.com.ar



HÉCTOR MARTÍNEZ SOSA S.A.

Domicilio: Av. del Libertador 174 - (B1638BEN) - Vicente López - PBA
Teléfonos: (011) 4849-9200
Página web: www.unibroker.com.ar



SEGUROS BERNARDINO RIVADAVIA COOP. LTDA

Domicilio: Av. 7 N 755 (B1900TFV) La Plata - PBA.
Teléfonos: (0221)513-3200
Página web: www.seguosrivadavia.com

SPONSORS ORO



GALENO SEGUROS S.A.

Domicilio: Elvira Rawson de Dellepiane 150 - Piso 1
(C1107DBD) CABA.
Teléfonos: (011)4348-1100/ 1300
Página web: www.galenoseguros.com.ar



GRUPO ASEGURADOR LA SEGUNDA

Dirección: Brig. Gral. Juan Manuel de Rosas 957 -
(S2000CCE) - Rosario - Pcia. de Santa Fe
Teléfono: (0341) 420-1000
Página Web: www.lasegunda.com.ar



SAN CRISTÓBAL SEGUROS

Domicilio: Italia 646 - (2000) Rosario - Santa Fe.
Teléfono: (0341) 4202000.
Página web: www.sancristobalseguros.com.ar



LA EQUITATIVA DEL PLATA S.A. DE SEGUROS

Domicilio: Carlos Pellegrini 1069 (1009) CABA.
Teléfonos: 5070-3000
Página web : www.laequitativa.com.ar



LA PERSEVERANCIA SEGUROS S.A.

Domicilio: Colón 99 esq. Betolaza - Tres Arroyos (B7500) - Pcia. de Buenos Aires
Teléfonos: (02983) 43-0780
Página web: www.lps.com.ar



LIBRA COMPAÑÍA ARGENTINA DE SEGUROS S.A.

Domicilio: Olazábal 1515 Piso 11 Of. 1103 - (1428), CABA.
Teléfono: 0800-888-5427
Página web: <https://www.libraseguros.com.ar/>



RÍO URUGUAY COOPERATIVA DE SEGUROS LTDA.

Domicilio: Congreso de Tucumán N° 21 -(E3260FTA)
Concepción del Uruguay -ENTRE RIOS
Teléfonos: (03442)420-200
Página web: www.riouruguay.com.ar

SPONSORS PLATA



AFIANZADORA LATINOAMERICANA S.A.

Domicilio: 25 de Mayo 81 - Piso 4 ° (C1002ABA) - CABA.
Teléfonos: (011)4331-2320
Página web: www.afianzadora.com.ar



ATM SEGUROS

Domicilio: Florida 833 - (C1005AAQ) - CABA
Teléfono: 0810-345-0491
Página Web: www.atmseguros.com.ar



COLÓN COMPAÑÍA DE SEGUROS S.A.

Domicilio: Alicia Moreau de Justo 170 Pisos 3° y 4° -
(C1107AAD) - CABA
Teléfono: 0810-222-6566
Página Web: www.colonseguros.com.ar



IKÉ ASISTENCIA ARGENTINA S.A.

Domicilio: Manuel Ugarte N° 1674 - Piso 4° - (1428) CABA.
Teléfonos: (011) 4136-0600
Página web: www.ikeasistencia.com.ar



INTÉGRITY SEGUROS S.A

Domicilio: Av. Paseo Colón 357 - (C1063ACD) - CABA
Teléfono: (011) 4104-0000
Página Web: www.integrityseguros.com.ar



MAPFRE ARGENTINA SEGUROS S.A.

Domicilio: Alférez Hipólito Bouchard 4191 - Piso 7
(B1605BNA) Munro - PBA.
Teléfonos: (011)4756-1211
Página Web: www.mapfre.com.ar



PREVINCA SEGUROS S.A.

Domicilio: Junín 191 Piso 10° - (S2013DJC) - Rosario - Pcia. de Santa Fe
Teléfono: (0341) 527-4727
Página web: www.previncaseguros.com.ar



RS 4 NEUMÁTICOS Y SERVICIOS

Domicilio: Av. Andres Rolón N° 338 (B1642BIQ) San Isidro - PBA.
Teléfonos: (011)4859-1200
Página web: www.rs4neumaticos.com.ar

SPONSORS ESPECIALES



CARUSO COMPAÑÍA ARGENTINA DE SEGUROS S.A.

Domicilio: Av. Corrientes 617 - (C1043AAG) - CABA
Teléfono: 0810-222-3535
Página Web: www.carusoseguros.com.ar



DIGNA SEGUROS S.A.

Domicilio: Lugones 4239 - (C1430 EDG) - CABA
Teléfono: (011) 7543-9144
Página Web: www.digna.com.ar



F.A.P.A.S.A

Domicilio: Chacabuco 77 Piso 3° - (C1069AAA) - CABA
Teléfono: (011) 4343-0003
Página Web: www.fapasa.org.ar



LA HOLANDO SUDAMERICANA S.A.

Domicilio: Sarmiento 309 - (C1041AAG) CABA.
Teléfonos: 4321-7600
Página web: www.holansud.com.ar



MGP BROKER

Domicilio: Reconquista 617 9° Piso - CABA
Teléfonos: 0810-345-6342
Página Web: <http://www.mgpbroker.com.ar/>



VICTORIA SEGUROS S.A.

Domicilio: Florida N° 556 - (C1005AAL)- CABA.
Teléfonos: 4322-1100
Página web: www.victoria.com.ar

AUSPICIOS



AAPAS - ASOC. ARGENTINA DE PRODUCTORES DE SEGUROS

Domicilio: Bolívar 332 Piso 4°- (C1066AAH) - CABA
Teléfono: (011) 5263-3018
Página web : www.aapas.org.ar



ADMIRALTY SERVICES S.A.
ABOGADOS - LIQUIDADORES DE AVERÍAS

ALS ADMIRALTY SERVICES

Domicilio: Alicia Moreau de Justo 740 - Piso 2 Of 212
Puerto Madero (1107) CABA.
Teléfonos: 4331-4324
Página web : www.admiraltylaw.com.ar



CIO BROKER DE SEGUROS

Domicilio: Leandro N. Alem 2902 (7600) Mar del Plata - PBA.
Teléfonos: 0810-333-8343
Página web : www.cioseguros.com.ar

CRV / group

CRV GROUP S.A.

Domicilio: Av. Luis M. Campos 1301 (1426) CABA
Teléfonos: 011-5365-5555
Página web: www.crvgroup.com.ar



CUBUS BROKER DE SEGUROS

Domicilio: Cordoba 2531 Entrepiso - (2000) Rosario
Pcia. De Santa Fe
Teléfonos: 0341 - 4466700
Página web : www.cubusbroker.com.ar



Global Solution Broker S.A.
Innovación en Servicios al Productor de Seguros

GLOBAL SOLUTION

Domicilio: Tucuman 840 - Piso 4 - (1049) CABA.
Teléfonos: 5352-5252
Página web : www.gsbroker.com.ar



González-Santoianni Asoc.
Asesores de Seguros | Mat. 864 SSN

GONZÁLEZ-SANTOIANNI ASOC.

Domicilio: Vuelta de Obligado 2596 piso 5 CP1428 CABA.
Teléfonos: (011) 4781-1891 / 4788-3025 / whatsapp: +54 9 11 6236-5147
Página web: www.gonzalezsantoianni.com.ar



MGR ORGANIZADOR DE SEGUROS

Domicilio: 25 de Mayo 1258 - (M5500EUZ) - Mendoza - Pcia. de Mendoza
Teléfonos: (011) 15-5654-1512 / 15-5000-6686
Página web: www.grupomgr.com.ar

IBA LATINOAMÉRICA

Domicilio: Viamonte 332 Piso 3º Of. 24 - (C1053ABH) - CABA
Teléfono: (011) 5272-4437
Página web: www.iba-latinoamerica.com



LEZA, ESCRINA Y ASOCIADOS S.A.

Domicilio: Zavalía Nº 2125 (1428) CABA.
Teléfonos: (011) 4786-7000
Página web: www.lea-global.com



MAGIS CONSULTORES EN SEGUROS

Domicilio: Olavarría 2530 - (B7600ELH) Mar del Plata - PBA
Teléfonos: (0223) 486 4446
Página web : www.magis.com.ar



MAJOSEG

Domicilio: Av. Corrientes 457 - Piso 6 - (1043) CABA.
Teléfonos: (011) 4326-3876/ 77 / 78
Página web : comercial@majoseg.com.ar



MG PERITAJES

Domicilio: Dr. Favalaro 924 - (E3100) - Paraná - Pcia. de Entre Rios
Teléfono: (03434) 52-2042
Página web : www.mgperitajes.com.ar



MIW BROKER DE ASISTENCIAS AL VIAJERO

Domicilio: Del Barco Centenera 837 - (B1642DOC) - San Isidro - PBA
Teléfono: 15-5576-7899
www.instagram.com/miwbroker



NASSIVERA LANZA
ANÁLISIS NEUROLINGÜÍSTICO DE INCIDENTES
LIQUIDACIONES DE SINIESTROS

NASSIVERA LANZA

Domicilio: Entre Ríos 2187 Piso 4º - (B7600EDM) - Mar del Plata - PBA
Teléfono: (0223) 492-1745
Página Web: www.nassiveralanza.com



NEWLEADERS CONSULTORES EN SEGUROS

Domicilio: Viamonte 454 Piso 7º Of. 13/14 - (C1053ABJ) - CABA
Teléfono: (011) 4516-0506
Página Web: www.newleaders.com.ar



PEVERELLI-CAPUTTO ASESORES DE SEGUROS

Domicilio: Av. Chacabuco y San Martín - (B6734BHA) Rawson - PBA
Teléfono: (011) 5577-9901/02/03
Página Web: peverellicaputto.com.ar



S & C BROKER DE SEGUROS

Domicilio: Camila O´Gorman 412 - Piso 18 - Puerto Madero - (1107) CABA.
Teléfonos: 5263-7500
Página web: www.scbrokerdeseguros.com



SOFTEAM

Domicilio: Calle 4 N° 505-599 - (B1906DVK) - Tolosa - PBA
Teléfonos: (0221) 504-9900
Página Web: www.softeam.com.ar

¿EL CLIENTE EN EL CENTRO? ¡EL CLIENTE EN EL CENTRO!



LOS GRANDES OBJETIVOS PARA BRINDAR UN SERVICIO INNOVADOR Y DE CALIDAD ESTÁN ENUNCIADOS Y HAY GRAN COINCIDENCIA SOBRE ELLOS. SIN EMBARGO, EL CAMINO A RECORRER PARA LOGRARLO SUELE SER ESPINOSO Y OBLIGA A MARCHAS Y CONTRAMARCHAS.

Existe una marcada coincidencia sobre los objetivos a alcanzar para una mejor atención de los clientes.

Podemos expresarlos con muchas frases o ideas, como la del título de esta nota o ser más explícitos. Podemos ensayar algo como lo siguiente, que palabras más o menos, resume el pensar de la gran mayoría de los profesionales con los que habitualmente intercambiamos opiniones:

Alcanzar la satisfacción del cliente mediante una experiencia y calidad de atención de alto nivel, con el fin de fidelizar y que valore el servicio prestado, que simultáneamente debe brindarse con precio y rentabilidad que haga el negocio conveniente y sostenible.

Esta podría muy bien ser la misión que sintetice la razón de ser de cualquier productor, broker de Seguros u Organización de Seguros. También de una aseguradora. Por supuesto, existen diversos caminos para lograr esos objetivos. Debemos aceptar como hecho de la realidad que el conjunto de metas a alcanzar para “entrar a la cancha y no ir al descenso” se ha ido elevando.

Si nos centramos en el productor de seguros -aunque la misma idea aplica a todos los actores del mercado asegurador-, podemos decir que años antes era suficiente su conocimiento de seguros, un maletín con las condiciones y elementos de cotización de las empresas representadas y la inteligencia de tocar las puertas apropiadas, para así tener un desarrollo comercial exitoso.

Si bien ese modelo no ha desaparecido y tiene su cuota de relativa efectividad, es

claro que es cada vez menos eficiente. Y debemos recordar que la realidad, desde siempre pero en un nuevo escenario, viene marcada por la expectativa del cliente, no por lo que el profesional presume. Sentir que se da un buen servicio no vale si el cliente no piensa lo mismo.

El conjunto de expectativas de las nuevas generaciones, además de la empatía y buen asesoramiento que son condición esencial; incluye medios modernos de comunicación, practicidad, altos niveles de efectividad, contacto personal cuando es necesario. Es decir que el trato personal no puede desaparecer.

Si tengo que resumir esa expectativa del cliente moderno como un factor clave de éxito, sin duda digo: el cliente quiere recibir un servicio de calidad y que respeten su tiempo y su dinero. El orden de prioridad de los factores no me animo a afirmarlo, pero si puedo afirmar que el crecimiento de la valoración del tiempo personal en los jóvenes, que desean mucho más disfrutar que hacer trámites, es un cambio evidente en cualquier análisis de las claves de éxito.

Los clientes modernos no hacen cola, no hacen varios llamados para obtener una respuesta; comparan rápido y deciden rápido. La fidelidad solo es el resultado de que, en ese ciclo de comparación, nuestra propuesta de servicio gane una vez más. Peso tiene, obviamente, lo que se haya hecho bien antes; pero no es el único parámetro que se tendrá en cuenta.

Es importante responder la pregunta ¿Quién es el cliente? En el caso de un productor serán los asegurados; pero en el caso de un Organizador serán sus pro-

ductores y el nivel de satisfacción de ellos vendrá de la mano de en qué medida se los ayuda a desarrollar su negocio y alcanzar la satisfacción de sus propios asegurados. Está claro hoy que “saber, el maletín y buenos zapatos” ya no es suficiente. Se requieren medios digitales para hacer más simple la vida al cliente, para lograr resolver un cada vez mayor número de accio-



ING. EDUARDO GALEAZZI, DIRECTOR DE SOFTEAM SISTEMAS

nes on-line, manteniendo la posibilidad de un contacto directo cuando el cliente considera que eso es necesario. También para ser más eficientes y mantener los niveles de rentabilidad que hagan viable el negocio en un escenario donde la competencia, la bendita macroeconomía y la lucha de precios no permiten los márgenes de antaño. Y eso, indefectiblemente, requiere poder atender más clientes que antes, y a su vez, mejorando los niveles de atención. Eso solo puede lograrse con tecnología. El “ser digital” del cliente, debe ser acompañado por el “ser digital” del asesor.

egaleazzi@softeam.com.ar



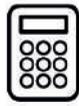
SOLUCIONES INFORMÁTICAS INTEGRALES PARA BROKERS, ORGANIZACIONES, PRODUCTORES-ASESORES DE SEGUROS



administración



interfases con aseguradoras



cotización on line



portal de servicios para asegurados y productores



libros y rúbrica



boletín para asegurados

Soluciones prácticas para un mundo complejo



tel. +54 221 4273637 / comercial@softeam.com.ar / la plata / buenos aires / argentina
softeam.com.ar | cotiweb.com.ar | bienseguro.com.ar



ORG. GONZÁLEZ- BARRAGÁN (AZUL)



ORG. MICHELI-GANDOLFI (PERGAMINO)



ORG. ZARRAGOICOECHEA (SALADILLO)



ORGANIZACIÓN MANZOLIDO (LOBOS)

QUÉ LARGO FUE EL CAMINO, PERO HE LLEGADO AL LUGAR QUE YO QUERÍA

CÓMO HACEMOS LO QUE HACEMOS

Como Liquidador de siniestros y especialista en el control del fraude en Seguros, planifiqué acciones hace mucho tiempo cuando conocí la Programación Neurolingüística por el año 1998. Tracé un camino con objetivos que se fueron cumpliendo, partiendo de un estado actual a un estado deseado. Hoy este estado deseado me ubica en una maduración de mi profesión que es donde quería llegar.

En la línea de tiempo entre el estado actual y el estado deseado, fueron apareciendo las tendencias del mercado y con toda la experiencia acumulada en más de 30 años, en julio de 2019 fundamos *Nassivera.Tech, una Startup enfocada en Neurociencias, Seguros y Tecnología*. Nuestro modelo de negocio digital se fortaleció con nuevas herramientas y disciplinas como el Coaching Ontológico. Aquí es donde junto con la PNL potenciamos nuestro modelo de trabajo y nos destacamos en la manera particular de hacer las cosas. Luego vino la pandemia y todo cambió, pero estamos ya preparados.

Los mecanismos de control del fraude se fueron potenciando con el uso de la tecnología y la Inteligencia Artificial. Nos sumamos al cambio y fortalecimos la mayor tecnología humana con la Programación Neurolingüística y el Coaching Ontológico que es una rama especial que se orienta al “Ser” y al “Lenguaje” y entendemos

que este lenguaje, además de describir las cosas o *describir un siniestro*, también hace que sucedan cosas. El lenguaje es acción y crea nuevas realidades. Es así que somos especialistas en “Entrevistas de investigación y análisis cognitivo”.

Los seres humanos somos contadores de historias, de las más variadas, por medio del lenguaje y en alguna oportunidad ocurre el imprevisto siniestro que a veces, no es tan imprevisto. Ahí entra al juego Nassivera.Tech con un modelo de gestión novedoso. Esas historias se transforman en conversaciones donde por medio de ese lenguaje, contruimos nuevas realidades, escuchamos las afirmaciones, declaraciones y juicios del cliente, indagamos en el lenguaje. Si la situación no fue vivida, podemos saberlo y actuar en consecuencia.

Nuestro equipo, con un modelo de trabajo virtual y digital, llega al cliente por medio del teléfono y es ahí donde se viven todos los postulados del Coaching Ontológico: “*Interpretamos a los seres humanos como seres lingüísticos*”, “*Interpretamos al lenguaje como generativo*” e “*Interpretamos que los seres humanos se crean a sí mismos en el lenguaje y a través de él*”.

Por lo tanto, “*no sabemos como las cosas son, solo sabemos cómo las observamos o como las interpretamos. Vivimos en mundos interpretativos*”. “*No sólo actuamos de acuerdo a cómo somos (y lo hacemos), también somos de acuerdo a cómo actuamos. La acción genera ser. Uno deviene de acuerdo a lo que hace*”.

De esta manera, al investigar un siniestro, de cualquier rama, llegamos al cliente para conversar y de este encuentro devienen situaciones que muchas veces no tienen que ver con la indemnización del reclamo al detectar una falsa denuncia. Este trabajo es digital/virtual y algu-



NASSIVERA LANZA

ANÁLISIS NEUROLINGÜÍSTICO DE INCIDENTES
LIQUIDACIONES DE SINIESTROS

nas veces se complementa con trabajo de campo. Toda investigación siempre parten de conocer la narrativa de la persona involucrada, los testigos y resguardar la evidencia digital. Estos procedimientos requieren de un conocimiento amplio de todo el ecosistema, sabiendo cómo fue cambiando el usuario que actualmente en la red 3.0 pasa a ser “*Prosumidor*”



JOSE LUIS NASSIVERA LANZA

ya que no solo consume contenido, si no que lo producen. Las generaciones de consumidores fue cambiando y aparecen nuevos jugadores en esta red a los cuales tenemos que llegar de todas las formas posibles para poder investigar un siniestro. Al hacerlo debemos conocer muy bien el “riesgo asegurado”. Hacer preguntas adecuadas y saber cómo funcionan las cosas. Podemos conversar sobre eventos con maquinarias, automóviles, celulares, notebook, instrumentos profesionales y toda una gama de bienes que son factibles de sufrir un siniestro.

La investigación de siniestros debe acompañar estos cambios de la tecnología y en



Ilustración 1: Crédito de la imagen: Escuela Argentina de PNL y Coaching.

especial saber cómo compartir los contenidos multimedia, hipertextuales y transmedia donde una investigación comienza en un informe en pdf, el audio se comparte en un servidor, puede seguir en la red y al hacerlo esta misma investigación se puede actualizar en tiempo real. El contenido es el protagonista de la nueva información. El investigador digital debe conocer cómo hacer blog por ejemplo en la aplicación wordpress, llegar al consumidor de esos resultados de manera distinta. Nosotros lo hacemos mediante “podcast”, contamos una historia, la historia del cliente. Todo se resguarda para reutilizarse por largo tiempo, por eso, lo que se dijo, se dijo y ahí está ese audio para probarlo. En el trabajo de campo hay que tener presente la “investigación móvil” al mejor estilo de un periodista, entrevistar, grabar, obtener fotos, videos y todo ese contenido compartirlo en tiempo real.

El Coaching Ontológico nos permite, por medio de preguntas, cambiar el “observador” que está siendo el cliente hasta ese momento y descubrir lo que no está a la vista y se quiere ocultar. Al lograr cambiar de observador, podemos llegar al momento de la detección de una falsa denuncia, total o parcial y concluir la gestión de manera no traumática.

Hasta aquí hablamos de la persona que su-

fre un evento con su póliza de seguros y falta el protagonista principal: la persona que se dedica a la detección de fraudes, el investigador, liquidador o empleado de una aseguradora. Aquí entendemos que el éxito de una empresa se produce cuando hay un cambio transformacional en sus miembros. Este cambio lo proponemos analizando los “*condicionantes de la acción humana*”: El modelo O.S.A.R. (Observador, Sistema, Acciones y Resultado). Comenzando por analizar los resultados que estamos obteniendo y si no estamos conformes, podemos modificarlos. Aquí es donde el Coaching Ontológico aporta una nueva mirada.

Se inspira en el pragmatismo filosófico norteamericano, corriente filosófica que busca no distanciar la filosofía de la práctica, no quedarse en lo académico y ver que valor tiene un planteamiento distinto.

Comienza dando prioridad a los resultados, como vivimos en función de los resultados, no en función de los conocimientos y las intenciones, si no de los resultados. Honramos los resultados. Es el criterio fundamental que me va orientando. La transformación es un resultado, el éxito en la detección de fraudes es un resultado; en definitiva, la felicidad es un resultado.

Si son tan importantes los resultados nos tenemos que preguntar qué genera esos resultados. Hay uno que nos compete directamente: “*Las acciones que tomamos*”. La acción es lo que produce los resultados que obtenemos.

¿Cuáles son los factores que intervienen en las acciones que condicionan los resultados?:

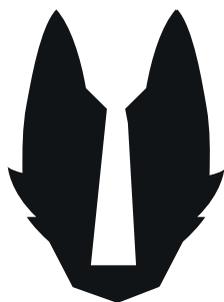
Visibles:

1. Las predisposiciones biológicas: sólo podemos hacer lo que la biología nos permite.
2. Capacidad de adquirir competencias nuevas, de aprender de otros
3. Los instrumentos, la tecnología que usamos.
4. Los factores emocionales que acompañan mi actuar, desde qué emoción encaro las acciones
5. La forma particular de cómo hago lo que hago. Lo hago a mi manera, lo hago distinto al resto y esto incide en los resultados.

No visibles:

1. El observador que somos.
2. Los sistemas en los que nos hemos desenvuelto.

Mientras termina de leer este artículo, ¿cómo están sus emociones?



NASSIVERA.TECH

SEGURIDAD GLOBAL, LÓGICA Y ESTRATÉGICA
LIQUIDADORES DE SINIESTROS Y AVERÍAS

jose@nassivera.tech - www.nassivera.tech

LA COBERTURA DE ROBO EN EL TRANSPORTE TERRESTRE DE MERCADERÍAS

Por el Dr. Gustavo Pablo YUSTI (*)

El principio de responsabilidad del transportador terrestre de mercaderías se encuentra consagrado por el Código Civil y Comercial de la Nación Argentina, y como se ha dicho regula los hechos generadores de responsabilidad del transportador, pero de igual modo contempla ciertos casos donde el transportador puede exculparse eximiéndose de responsabilidad ante daños o pérdidas.

En especial los hechos eximentes de responsabilidad están dados por la responsabilidad del cargador. En ese sentido el régimen legal dispone que “El cargador debe declarar el contenido de la carga, identificar los bultos externamente, presentar la carga con embalaje adecuado, indicar el destino y el destinatario, y entregar al transportista la documentación requerida para realizarlo. Si se requieren documentos especiales, el cargador debe entregarlos al porteador al mismo tiempo que las cosas a transportar.”

De igual modo es responsabilidad del cargador ... los daños que sufran el transportista, otros cargadores o terceros, que deriven de la omisión o la inexactitud de las indicaciones o de la falta de entrega o de la irregularidad de la documentación. En materia de culpa del cargador o de un tercero. Si el transporte no pudo ser iniciado o completado o la entrega no puede ser efectuada por el hecho del cargador, o de un portador legitimado del segundo ejemplar de la carta de porte o de la guía, o del destinatario, el transportista tiene derecho al precio o a una parte proporcional de éste, según sea el caso, y al reembolso de los gastos adicionales en que haya incurrido.

Para el transporte con reexpedición de las cosas, si el transportista se obliga a entregar la carga a otro porteador y no acepta una carta de porte hasta un destino diferente al de tal entrega, se presume que

sus responsabilidades como transportista concluyen con ella, sin otras obligaciones adicionales que la de emplear una razonable diligencia en la contratación del transportista siguiente.

Párrafo aparte merece el caso de **robo de los bienes transportados**. En la Argentina es frecuente la pérdida de mercaderías como consecuencia del robo por delincuentes portando armas de fuego mientras el medio transportador de la carga se dirige por las rutas o vías desde el punto de origen al de destino de los efectos. Esta modalidad delictiva se conoce como piratería del asfalto. Estos hechos de robo eran en el pasado considerados como eximentes de responsabilidad en favor del transportista como de FUERZA MAYOR.



DR. GUSTAVO PABLO YUSTI, SOCIO SENIOR EN ALS ADMIRALTY SERVICES S.A.

Recordamos que para que proceda un eximente de responsabilidad fundado en la fuerza mayor, el hecho debe haber resultado IMPREVISIBLE o siendo PREVISIBLE ha sido INEVITABLE por

el sujeto pasivo de responsabilidad. Sin embargo, y dada la asiduidad en la ocurrencia de estos hechos, los tribunales argentinos finalmente han entendido dejaba de ser un hecho imprevisible (me refiero al robo bajo la modalidad de piratería del asfalto), y por tanto debería este para poder eximirse de la responsabilidad, probar debidamente que habría tomado las medidas necesarias para prevenir el ROBO de modo que pueda exonerarse de la responsabilidad. Las medidas necesarias para prevenir el hecho delictivo, excedían con simplemente contratar un vehículo de custodia por seguimiento, sino que debe de haber tomado las medidas de seguridad en su logística, manejo de la información, rutas y desvíos, detenciones programadas, y principalmente evaluación de las medidas de seguridad en función del riesgo ha que se encontraba expuesto el viaje y transporte de la mercadería a su riesgo y cargo (rutas – horarios – tipo de mercadería – valor de la carga – choferes designados – etc.).

La tecnología evoluciona las normas, es una frase frecuentemente escuchada en el marco del derecho del transporte en general. La evolución de los vehículos de transporte cualquiera sea el medio del que se trate ha generado la necesidad de modificar las normas de modo que pueda adecuarse a las nuevas relaciones jurídicas. En materia de seguros, por supuesto la modificación de los riesgos a que se encuentran expuestos los vehículos de transporte y su carga, también generan la necesidad de adecuar las coberturas que se ofrecen.

Los riesgos que a que se encuentran expuestos los transportes de cosas se ven directamente afectados por las nuevas tecnologías, en especial las que hacen al control y seguimiento permanente y constante de los medios transportadores y su carga, que permiten dar mayor trazabilidad a la logística y control de los viajes.

Es así que hace algunos años con la apa-

rición de nuevas tecnologías, los sujetos involucrados en la cadena del transporte han involucrado empresas especializadas en el control y como se ha dado en llamar gerenciamiento de la seguridad en el transporte. Estos controles han actuado de modo preventivo disuadiendo algunos eventos dañosos, e incluso de manera efectiva recuperando por ejemplo cargamentos sustraídos en casos de robos. La eficacia practica del uso de estas nuevas tecnologías de control y seguimiento se han dispuesto incluso como cargas en los contratos de seguros, exigiendo a los asegurados protejan su cumplimiento.

En ese sentido, es que los aseguradores han involucrado como garantía o condición de cobertura para el caso de otorgar la ampliación al robo de la mercadería transportada ciertas cláusulas de custodia por seguimiento armado de personas físicas, pero agregando a esa carga la utilización de medios satelitales o electrónicos de seguimiento. Si bien existen clausulas tipo como para el mercado de seguros argentino, por supuesto como suele ocurrir con estas condiciones particulares de cobertura, se han ido adaptando conforme el avance de las tecnologías y a medida de cada cobertura específicamente brindada por el asegurador.

Pero es importante destacar que no solo han colaborado estas nuevas tecnologías en los casos de robo de mercadería en transito, sino que también son de gran utilidad para el control de rutas, detenciones, asistencia mecánica, condiciones

de carga y estiba, control de sistemas de temperatura controlado, carga y descarga, entre otros.

Actualmente el mercado de seguros en la Argentina ofrece amplias coberturas para el transporte de mercaderías vía terrestre. Sin embargo, y pese a la experiencia que han adquirido los aseguradores en las ultimas décadas en las operaciones logísticas, realmente el riesgo mas importante y frecuente a que se encuentran expuestas las cargas transportadas sigue siendo la perdida de la carga por Robo, bajo la modalidad conocida como piratería del asfalto. En ese sentido, y de acuerdo con la opinión de los tribunales argentinos, entienden que el robo de mercaderías bajo esa modalidad, principalmente por su frecuencia, ha dejado de ser un hecho imprevisible para los transportistas, y por tanto para eximirse de su responsabilidad cuando ocurre un caso como el que mencionamos, deben de demostrar haber tomado los recaudos necesarios para proteger la mercadería. Es así que han tomado desde fines del siglo pasado, gran relevancia los medios físicos y electrónicos para el control y seguimiento de las cargas transportadas. Los aseguradores, se han hecho eco de esa situación y han profundizado la exigencia de esos medios de seguimiento de la mercadería como la carga mas importante prevista en la póliza de seguros. Este control lo han transferido a empresas especializadas en esa tarea.

Consecuentemente lo que en un primer momento era un complemento de la póliza

de seguros, se han transformado actualmente en la principal preocupación de los transportistas y dadores de carga, quedando entonces el contrato de seguros o la póliza, como un complemento de los controles de riesgo (estas empresas que se han denominado especialmente gerenciadores o administradores de riesgo). Las primas o costo de los seguros entonces se han visto diezmados en términos económicos por las enormes sumas de dinero que los sujetos involucrados en el transporte se han visto obligados a erogar para cubrir sus necesidades de seguridad por seguimiento, debido a estas empresas que en la practica gerencian o administran los riesgos (riesgos que al final del día, son las aseguradoras quienes terminan indemnizando).

Es así como en opinión del suscripto el gran desafío que tienen las empresas aseguradoras argentinas y especialmente los intermediarios asesores en la propuesta y confección del contrato de seguros, es la de involucrarse directamente con la administración del riesgo, utilizando las nuevas tecnologías y sus amplios conocimientos en el mercado involucrándose directamente en manejo del negocio propio que es propio del sector asegurador, fidelizando la relación con los asegurados e incrementando las primas de su cartera.

() Abogado, especialista en Derecho de Transportes, titular de ALS Admiralty Services S.A.*



ADMIRALTY SERVICES S.A.

ABOGADOS - LIQUIDADORES DE AVERÍAS

LAWYERS - MARINE SURVEYORS & LOSS ADJUSTERS

www.admiraltylaw.com.ar

MAJOSEG RED DE PRODUCTORES



MAJOSEG

RED DE PRODUCTORES DE SEGUROS

Visitamos las renovadas oficinas de Majo-seg y allí conversamos con José Luis Lorenzo (Presidente) y Mario José Campos (Vicepresidente).

JLL: UN PLACER COMO SIEMPRE Y MUY CONTENTOS DE PODER CONVERSAR CON USTEDES EN EL AÑO DE LOS 20 AÑOS DE VIDA DE ESTA ORGANIZACIÓN QUE TANTO QUEREMOS.

MJC: Estamos muy contentos de llegar a un mojón de 20 años, que no es poco.

TDS: COINCIDIMOS CON ELLO Y JUSTAMENTE EN ESTOS 20 AÑOS DE LA EMPRESA VEMOS ESTAS RENOVADAS OFICINAS, QUE SE VEN MUY LINDAS; COMENCEMOS POR CONOCER CÓMO SE GESTÓ MAJOSEG.

JLL: Por mucho tiempo ambos fuimos funcionarios de seguros; en algún momento decidimos ver si podíamos hacer algo que tantas veces vimos con amigos nuestros, el crear una organización de seguros y un día nos decidimos y nos lanzamos. Tuvimos una empresa -la Mercantil Andina-, que nos dio una mano muy grande, se formó esto y gracias a Dios pudimos crecer año a año, despacito pero constantemente y llegamos a lo que somos hoy, una linda organización de 20 años de vida, que sigue teniendo a casi todos los productores que empezaron con nosotros y mucha gente nueva que se va acoplando más que nada por efecto del boca a boca.

TDS: MARIO, UNA COSA ES SER EMPLEADO DE UNA COMPAÑÍA Y OTRA MUY DIFERENTE ES ESTAR AL FRENTE DE UNA ORGANIZACIÓN JUNTO CON JOSÉ LUIS. ¿CÓMO FUERON ESOS COMIENZOS?

MJC: Fueron buenos; yo en mi recorrido tenía una trayectoria de índole administrativa, técnica y entonces fue relativamente fácil organizarnos e interactuar con la compañía que nos apoyó del inicio y que sigue siendo al día de hoy nuestra principal aseguradora.

Nosotros tenemos una forma estable de proceder. Tenemos empleados que tienen 18/19 años de antigüedad, es decir que nos acompañaron casi desde sus inicios y también tenemos muchos productores que nos acompañan desde nuestro comienzo.

TDS: ES TODO UN LOGRO Y HACE 2 DÉCADAS ERA TODO MUY DIFEREN-

TE A LO QUE OCURRE HOY, EN DONDE HAY UNA GRAN CANTIDAD DE ORGANIZACIONES DE SEGUROS. ¿QUÉ CREÉS QUE DISTINGUE A MAJOSEG Y POR QUÉ EL PRODUCTOR TODAVÍA LOS SIGUE ELIGIENDO COMO SU ORGANIZADOR?

JLL: Mientras fuimos funcionarios, promovimos organizaciones; de hecho en Mercantil Andina empezamos a armar organizaciones que luego funcionaron excelentemente bien.

Cuando yo digo organización hablo de gente que atiende a los productores en forma global y le soluciona sus problemas con las compañías. No es solamente vincular productores, sino atenderlos en todo sentido de la palabra.

Así lo hicimos desde el primer día, y nuestros productores están tranquilos que cuando tienen un problema nos transmiten ese problema y le buscamos la solución, la mejor solución, lo más rápidamente posible y así lo seguimos haciendo; gracias a eso y al boca a boca, cada vez se va acoplando más gente a la organización, pero nunca buscamos cantidad, siempre buscamos calidad de productores.

TDS: MARIO, VOS ESTÁS MÁS EN LA PARTE ADMINISTRATIVA Y EN ESTOS 20 AÑOS CAMBIARON ABSOLUTAMENTE TODOS LOS PROCESOS. SI RECORDÁS CÓMO ERAN AQUELLOS PROCESOS, COMPARADO CON ESTA FORMA DE LLEVARLA AHORA, CONTANOS LOS PRO Y LOS CONTRA QUE ENCONTRARÁS.

MJC: Yo creo que hubo una evolución inmensa, más que nada en el aprendizaje. Antes existía una interacción con la aseguradora que al productor lo obligaba a trabajar de una manera.

Yo creo que lo que nosotros hacíamos era que el productor, que no estaba muy formado en sistema, le hacíamos la traducción y le procesábamos la operación para que él no sintiera su falta de conocimiento. Nosotros teníamos bastante conocimiento de esa época y creo que nos mantuvimos bastante agiornados hasta la actualidad.

TDS: ¿COINCIDEN CON NOSOTROS CON QUE AQUELLOS QUE VIVIERON ESA ÉPOCA TIENEN UN PLUS QUE ES HABER HECHO LAS COSAS DE UNA MANERA MUCHO MÁS ARTESANAL, CON LO CUAL AHORA CON LA TECNOLOGÍA SE TE FACILITA TODO?

MJC: Totalmente. Siempre digo cuando se te corta la luz, que antes no existía la computadora y todo lo hacíamos a mano.

TDS: JOSÉ LUIS COMENTANOS EN QUÉ REGIONES ATIENDE MAJOSEG, PORQUE TIENEN PRODUCTORES ACÁ EN CAPITAL Y EN GRAN BUENOS AIRES, PERO TAMBIÉN PRESENCIA EN EL INTERIOR DEL PAÍS.

JLL: Sí. La gran mayoría de nuestros productores están en Capital Federal, Gran Buenos Aires y provincia de Buenos Aires,



JOSÉ LUIS LORENZO Y MARIO JOSÉ CAMPOS

allí se encuentra nuestra área fuerte de trabajo, pero también tenemos una creciente cantidad de productores en el interior del país, que son atendidos por las agencias de las compañías con las que trabajamos, principalmente Mercantil Andina.

TDS: ESO NO INVALIDA QUE SI APARECE UN PRODUCTOR Y DICE: "QUIERO TRABAJAR CON MAJOSEG", PORQUE ME LOS RECOMENDARON COMO UNA ORGANIZACIÓN QUE ATIENDE MUY BIEN AL PRODUCTOR Y SE ENCUENTRA EN ALGUNA PROVINCIA, LO PUEDEN HACER.

JLL: Sí, de hecho tenemos productores que se atienden en las agencias de Mercantil Andina en muchas provincias y sólo nos llaman si tienen algún problema, que no ocurre gracias a Dios muy a menudo.

TDS: ¿QUÉ NOTÁS DE DIFERENTE EN EL POST PANDEMIA A ESTA FECHA? ¿CÓMO VES A TU ORGANIZACIÓN, SUS EMPLEADOS, LOS CLIENTES Y LOS PRODUCTORES?

P.A.S. INTERIOR

PARA TODAS LAS PYMEs.

SI HAY GANAS DE CRECER, AFIANZADORA ESTÁ AHÍ.

No importa en qué provincia o ciudad tengas tu empresa, nuestros P.A.S. están siempre cerca tuyo para asesorarte y brindarte el seguro que necesitás para mirar tranquilo hacia el futuro.



AFIANZADORA
SEGUROS DE CAUCIÓN

JLL: Cuando empezó la pandemia en marzo del 2020 fue todo un terremoto mental que nos llevó más de un mes el solucionarlo, salir a comprar teléfonos y notebooks, hablar con los empleados y ver cómo nos movíamos; realmente pensamos que iba a ser mucho más difícil, pero lo logramos superar.

De a poco nos fuimos acostumbrando y empezamos a trabajar en forma personalizada dentro de la oficina, y de hecho, hace ya más de seis meses que estamos trabajando en la oficina y los productores empezaron a concurrir. Les agrada venir, a veces no por trabajo, sino porque vienen a tomar un café, a charlar, a consultar una cobertura. Es un poco el lugar de reunión, como era antes de la pandemia, para que se junten en algún día de la semana y se conocen entre ellos. Eso nos agrada mucho y nos pone muy contentos.

TDS: ¿Y DEL LADO DEL CLIENTE NOTÁS QUE CAMBIÓ, QUE ESTÁ MÁS DEMANDANTE, QUE TIENE MÁS OFERTA Y POR ESO PIDE Y EXIGE MÁS?

JLL: El cliente está muy demandante. Primero demanda precio, después la velocidad de respuesta de los siniestros, que a veces es más rápido de lo que uno puede contestar, no sé, en el día pretenden que le solucionemos los problemas, que no siempre es posible. Después no comprenden que el País ha cambiado, que hay falta de repuestos, que hay problemas con algunos insumos y se ha complicado un poco la atención de los siniestros... sí, está muchísimo más demandante y tiene mucho más acceso a las ofertas por Internet.

TDS: ¿MARIO, CÓMO VES AL PRODUCTOR? ¿LO VES QUE ESTÁ RETOMANDO EL RITMO DE VENTAS O NOTÁS QUE ESTÁ UN POCO ALETARGADO, TRABAJANDO A DEMANDA?

MJC: No, yo creo que el productor está alerta primero en mantener su cliente, darle presencia, porque la pandemia te aisló de ese trato cotidiano que adorna la relación técnico comercial.

TDS: O SEA QUE HOY DE ALGUNA MANERA HAY QUE RECONSTRUIR ESE VÍNCULO.

MJC: Exacto, pero creo que lo van logrando porque nosotros la devolución que tenemos de los productores es que ya están visitando a sus clientes. Tenemos el agravante de la falta de insumos en siniestros. Un tema que antes vos lo liquidabas en dos visitas hoy te lleva cinco u ocho y no consiguen los repuestos, con lo cual no le pueden poner valor y la persona que está afectada necesita que le arreglen el auto,

pero eso es común a todo el mercado, esperamos que se solucione.

TDS: YA LO CREO, NO SOLO TENÉS QUE HACER UNA VISITA, DESPUÉS CONSEGUIR LOS REPUESTOS Y CUANDO LOS CONSEGUISTE A VECES HAY QUE REAJUSTAR EL PRESUPUESTO PASADO PORQUE CAMBIARON LOS VALORES.

MJC: Sí, que trabajar en alta inflación; nosotros ya somos grandes, lo hemos vivido y es muy complicado. Se está notando fuerte cuando tenés un siniestro de robo o de daños, que tardan tiempo en solucionarse, y del taller ya te piden ajustar los valores porque ni siquiera la gente a veces cuando tarda más de un mes y medio o dos meses, puede reponer el vehículo que le robaron. Este es un momento complicado.

TDS: ¿CÓMO VES ESTE MOMENTO



DE MERCADO? ¿NOTÁS QUE HAY OPORTUNIDADES DE NEGOCIO, CREÉS QUE LA TECNOLOGÍA VA A CORRER DEL CENTRO DE LA ESCENA DEL PRODUCTOR?

MJC: Mirá, hoy la gente busca precios y nosotros le ofrecemos costos que no son el más barato, pero es muy bueno comparado con el servicio que le brindamos con las compañías que trabajamos. Hay mucha volatilidad, así como algunos se van de las compañías que trabajamos, hay muchos vienen.

La póliza mensual, que con hiperinflación es una póliza necesaria para mantener ajustados los valores, hace que sea más volátil el cambio de compañía. Y tener acceso tan rápidamente a 20, 30, 40 ofertas de costos de seguro en una sola maquina y en unos minutos, hace que la gente busque más precio. El problema de esto es que vos te das cuenta en qué compañía estás y quién te atiende, qué productor, qué organizador y qué empresa, cuando tuviste un siniestro. Antes de eso, son to-

das iguales.

TDS: ¿MARIO, CÓMO IMAGINÁS A MAJOSEG POR LOS PRÓXIMOS 20 AÑOS? ¿DÓNDE LO VES INSTALADO? ¿CREÉS QUE HAY RECAMBIO DENTRO DE LA EMPRESA, DIGAMOS A NIVEL HIJO, SEGUIDORES?

MJC: Cuando está tan revuelta la organización institucional de un país, no tenés horizonte, entonces nunca hay que programar a largo plazo cuando no podés ver el mediano plazo, entonces hay que ir paso por paso.

Respecto a la consulta sí hay seguidores; yo tengo mi hijo que se dedica parcialmente porque él tiene una actividad propia y acá también está el hijo de José Luis, que él sí se está dedicando bastante y está manejando bastante la organización. Igual a veces la continuidad no tenés que pensarla en lo sanguíneo, sino en gente que le

interese seguir...este negocio está organizado como para no perder nunca vigencia.

TDS: MAJOSEG ES UN NOMBRE INSTALADO EN EL MERCADO POR SU BUENA ATENCIÓN. ¿CREEN PODER SEGUIR POR ESE CAMINO, ATENDIENDO BIEN AL PRODUCTOR Y DÁNDOLE SOLUCIONES COMO MERECE?

JLL: Creo que sí, incluso creo que día a día mejoramos. Siempre tratamos de encontrar los defectos para poder subsanarlos y escuchándote a vos qué vamos a hacer dentro de 20 años, espero que estemos mejor que ahora. Sí vamos a seguir con las mismas ganas que tenemos hoy; nunca cambiaron. Crecer en forma constante, tranquilos, ordenados y tratando siempre de dar el mejor servicio. Acá todos los empleados se desesperan por solucionar los problemas de sus productores y lo estamos logrando cada día un poquito mejor.

NUEVO

Seguro de Hogar Premium

Elegí un Seguro de Hogar Integral con más coberturas y beneficios.

Nuevas Coberturas:



RC Hechos Privados

Incluye razas peligrosas de perros.



Objetos Específicos fuera del domicilio

(Con declaración del bien).
Cobertura de bicicleta y monopatín eléctrico.



Extensión de cobertura a vivienda de vacaciones.



Accidentes Personales para el personal doméstico.

- Servicio de Asistencias para el Hogar
- Servicio de Asistencias para Mascotas
- Club de Beneficios Colón

Para más información comunicate con tu Productor Asesor de Seguros o llámanos al 0810 222 6566.



📍 Alicia Moreau de Justo 170 C1107AAD - CABA - Argentina | ✉ comercialpas@colonseguros.com.ar | 🌐 www.colonseguros.com.ar | 📱 / colonseguros

Cobertura de Seguros brindada por Colón Compañía de Seguros S.A. Los servicios de asistencia son prestados por Colón Servicios y Asistencias S.A. El presente anuncio no constituye ni podrá considerarse una formal oferta de seguro sino una simple invitación a solicitar la cobertura referida en el presente folleto o publicidad. Reservándose Colón Compañía de Seguros S.A. la facultad de aceptar o rechazar la solicitud de seguro en base a su sólo criterio.

Nº de inscripción en SSN
0861

Atención al asegurado
0800-666-8400

Organismo de control

www.argentina.gob.ar/ssn



SINIESTROS EN COBERTURAS DE SEGURO TÉCNICO

Cuando me propusieron escribir un artículo sobre algún tema relacionado con siniestros lo primero que pensé fue a qué tipo de evento referirme. Habitualmente suelo elegir los que más me gustan y en los que acostumbro trabajar, ej. Incendio, Seguro Técnico, Rotura de Maquinarias, Seguros de Ingeniería, Todo Riesgo Construcción, T.R.O y RC de obras, que saben ser los más entretenidos por su envergadura y/o complejidad.

Sin embargo, a poco de comenzar el mapeo mental, me pareció que en lugar de abordar un ejemplo ilustrativo de cualquiera de tales ejemplos en particular sería más interesante plantear algunas de las vicisitudes y/o singularidades con que es común enfrentarnos a la hora de liquidar esta clase de siniestros.

Empecemos por las falencias en los textos de las pólizas, por lo cual siempre sugiero a los PAS que revisen si el contrato emitido se condice con su solicitud. Tengamos en cuenta que las discrepancias pueden obedecer a un defecto en la emisión, de sencilla corrección, pero a veces reflejan errores en la suscripción, lo cual es más difícil revertir.

Es corriente que el domicilio del Tomador no sea el mismo que el del riesgo asegurado. El primero es fundamental a los efectos de cualquier comunicación formal e interrupción de plazos, y más aún ante la posibilidad de un rechazo. El segundo es esencial para el amparo de la ubicación siniestrada, que debe indicar el N° catastral, y que si no identifica ninguna excepción y/o un interés asegurable específico, se entenderá que el riesgo se extiende a todo lo implantado y/o contenido en el referido domicilio.

Otro aspecto a constatar es la adecuada mención de la condición fiscal, no solo del CUIT. No perdamos de vista que la gestión de ajuste en términos económicos deberá plantearse de manera diferente si se trata de un Consumidor Final, Monotributista y/o IVA Exento, o bien un Responsable Inscripto. Obviamente de ello dependerá la determinación de Daños, del Valor a Riesgo y, consecuentemente, de la Indemnización a que hu-

biere lugar.

Por cierto las precauciones al respecto habrán de ser mayores cuando se trata de pólizas más complejas que involucran a diversos Rubros y coberturas, que requieren de precisión en el texto para definir la medida de la prestación (prorrata y/o PRA), los Deducibles si los hubiera, y las Sumas Aseguradas para cada Rubro y/o sub límite de interés.

También es importante tomar debida cuenta de los informes de Inspección previos a la suscripción, cuyas recomendaciones suelen ser incorporadas en el texto de la pólizas en literal transcripción, y a veces con algunas modificaciones que podrían alterar su espíritu y/o concepto, al punto de figurar como condiciones particulares que podrían supeditar coberturas, estableciendo limitaciones, penalidades y/o hasta su eventual nulidad.

Si bien los anteriores son solo algunos ejemplos ilustrativos de la problemática que he querido abordar, insisto en la importancia de que el PAS lleve a cabo una rigurosa lectura del producto que vendió, máxime en esta época post pandemia en que la suscripción se ha tornado más laxa y flexible, con lo cual es imperativo verificar que la póliza suscrita se compadezca en un todo con el riesgo que se pretendió asegurar, fundamentalmente para evitar sorpresas y controversias a la hora de un siniestro.

Idéntico planteo es válido para las Aseguradoras, en la medida que la póliza en cuestión será una copia de la cual el Asegurado – Tomador tiene en su poder, por lo que nada de lo que haya quedado mal expresado y/o escrito en el texto del contrato podría ser oponible al derecho a resarcimiento invocado por quien enfrenta un siniestro que técnicamente asume amparado por las garantías del

contrato, y espera de su Asegurador una respuesta a la altura de sus expectativas.

Del mismo modo y como contrapartida, la no inclusión de una cláusula adicional tomada en amparo de determinada cobertura que se pretende operativa conllevaría la declinación del siniestro, y más aún cuando la carencia de tal cláusula específica existente entre las disponibles habrá de sostener el “casual de liberación” y la argumentación del rechazo.

Por lo tanto, es esencial que todas las partes involucradas tengan en claro qué es lo que se ampara y lo que no, y cuál



ARQ. ALBERTO DURÁN, TITULAR DE CONSULTORA MONTSERRAT S.A.

les son las condiciones que dan sustento a uno u otro extremo para proceder en sintonía.

En síntesis, como habrán visto hasta aquí el tema es interesante y ofrece un sinnúmero de aspectos atractivos para el análisis, cuyo desarrollo demandaría un tiempo que hoy me es limitado. Por lo tanto y para dar cierre a la idea vuelvo sobre la importancia de saber anticiparse a los hechos, lo cual requiere del mayor profesionalismo y esfuerzo previo para estar tranquilos cuando llega el “momento de la verdad”.

¿Sos Productor de Seguros? Intēgrity te está buscando

Cuando te sumás a nuestra red de Productores,
te sumás a más.

- Contamos con **más de 20 productos** y una cartera de coberturas para todo tipo de riesgos.
- Te ofrecemos el mejor **equipo técnico y comercial** para que juntos encuentren la cobertura que tu cliente necesita.
- Llevamos de viaje a más de 50 Productores todos los años con el **programa de incentivo Intēgrity Champions**.
- Sumamos a más de 200 productores en cada una de las **capacitaciones** del programa anual **Intēgrity Academy**.
- **Pagamos en tiempo y forma tus comisiones** sin excepción, y si tenés que cobrar un día feriado ¡te la adelantamos!

Hoy, más de 2000
Productores confían
en Intēgrity Seguros.
Sé parte vos también.

Escribinos a quieroserpas@integrityseguros.com.ar o ingresá a www.integrityseguros.com.ar/productores y solicitá tu alta.



Nº de inscripción en SSN
720

Atención al asegurado
0800-666-8400

Organismo de control
www.argentina.gob.ar/ssn



LA ERA POST PANDEMIA



REINVENTAR, MODERNIZAR, ACTUALIZAR Y SOBRE TODO APROVECHAR AL MÁXIMO NUESTRA EXPERIENCIA

La pandemia que hemos pasado como sociedad, de una manera u otra, nos ha enriquecido en conocimientos tecnológicos. La mayoría de las personas hemos aprendido a utilizar las herramientas de video llamadas, conferencias por streaming, nuevas redes sociales y demás plataformas que antes eran impensadas a la hora de realizar una expansión de negocios.

Si nos ponemos a pensar en cómo estábamos trabajando pre-pandemia y como desarrollamos nuestra actividad hoy, la palabra que nos hace más sentido es Resiliencia. Hemos podido, no solo sostener nuestro negocio, sino también crecer.

Sin dejar de lado nuestra misión y visión como eje fundamental del trabajo diario, entendimos que debíamos prepararnos para un cambio radical en la forma de comercializar nuestros productos y administrar las diferentes carteras. Escuchamos al mercado, a nuestros productores y decidimos ir por más.

Es así como comenzamos en el año 2020 una formación en habilidades blandas, project management, procesos, plazos y demás para todo el equipo Cubus. Hoy, en el año 2022, ya estamos accionando como un equipo de alto rendimiento para dar respuesta a las exigencias de nuestros Productores Asesores de todo el país. Trabajamos de manera organizada, honesta y certera.

Para concluir este proceso, nos reinventamos modernizando nuestra marca, cambiando logos, colores y diseño por uno más fresco, moderno y flexible. También sostenemos las charlas y capacitaciones virtuales, que nos permiten estar cerca de nuestros socios estratégicos. Constantemente realizamos capacitaciones en diversas ramas y tópicos, buscamos que los Productores Asesores y Organi-

zadores tengan la mejor calidad de servicios que necesitan sus clientes con una asesoría honesta y clara. Convocamos a las diferentes Aseguradoras para que nos acompañen en estos talleres con el fin de dar mayor respaldo, profesionalismo y confianza.

En sintonía con estos cambios, mudamos nuestras oficinas de CABA, a un edificio corporativo donde contamos con más comodidades y superficie, ya que a partir de la apertura armamos un espacio pensado en aquellos colegas que han dejado sus oficinas en pandemia y hoy se replantean, (por diversos motivos), la necesidad de contar con una. Este espacio se encuentra especialmente diseñado para que tengan todo lo necesario para el desarrollo de su actividad, escritorios, sala de reuniones, sala de capacitaciones, internet de alta velocidad, y la presencia de personas altamente competentes para asesorar y acompañar cualquier negocia-



EMANUEL CALVO, FUNDADOR Y TITULAR DE CUBUS BROKER DE SEGUROS

ción en el rubro. Así mismo, este sitio está habilitado también para cualquier Productor Asesor que necesite un lugar de trabajo en CABA. Todos aquellos que



forman parte de la red Cubus disponen de esta oficina para trabajar durante sus visitas a la capital. Solo precisan avisar para reservarles un escritorio.

En la fase de expansión, tomamos el desafío de seguir creciendo también en oficinas propias a través de representantes exclusivos de nuestra marca, buscamos los perfiles de Profesionales comprometidos con ideas y valores similares a los nuestros. Este año incorporamos al equipo, un representante en la ciudad de Posadas, Provincia de Misiones, para el desarrollo territorial de todo el NEA. Proyectamos inaugurar oficinas propias en dicha ciudad con la misma modalidad que CABA. Apostamos de manera muy fuerte a esta región, nos encontramos en pleno desarrollo y avance sobre nuevos negocios.

Con la imagen completamente fresca, salimos nuevamente a la ruta para re-conectar personalmente a los Profesionales

del seguro que nos acompañan. Este año 2022 reiniciamos en Febrero las visitas presenciales a toda la red, esto se reflejó en tres viajes al NEA (Chaco, Formosa, Corrientes, Misiones, Corrientes y Entre Ríos), dos viajes al Sur (Provincia de Bs. As., La Pampa, Neuquén y Río Negro), y un viaje a Cuyo, (Mendoza y San Juan). En la primavera de este 2022 vamos a visitar a nuestros amigos del NOA (Catamarca, Salta, Jujuy, Tucumán y Santiago del Estero)

Esto nos dio un salto de calidad en la atención que nos permitió poder seguir creciendo a pasos firmes, logramos afinidad y cercanía con toda la red. Revisamos y re-acordamos según nuevos proyectos, proponiéndonos nuevos desafíos y horizontes.

En este 2022 abrimos a nuestra comunidad de profesionales talleres orientados a ventas, PNL y liderazgo, con el fin de otorgarles más y mejores herramientas

para el desarrollo de la actividad en cada zona. A partir de esto, observamos un incremento sustancial en sus carteras con una diversificación de riesgos muy clara. Nuestro aporte al mercado es profesionalizar cada vez más a los Productores Asesores, es por eso que ya proyectamos continuar con estas capacitaciones durante el año 2023.

Hoy vemos que somos un gran equipo de trabajo con un foco claro, donde nuestro objetivo principal es crear conciencia, que los Asegurados comprendan la finalidad del seguro y los Productores Asesores sean profesionales altamente capacitados. Desde Cubus buscamos crecer de forma sostenida con honestidad y compromiso, por eso apostamos al desarrollo de este rubro, estamos listos para evolucionar y trascender.

Por Emanuel Calvo, Fundador y Titular de CUBUS Broker de Seguros



El broker de seguros ideal para vos.

CUBUSBROKER.COM.AR



INFO@CUBUSBROKER.COM.AR

SINIESTRO DE PÉRDIDA DE BENEFICIOS



ESTIMADOS AMIGOS, EN ESTOS DÍAS ESTUVE HACIENDO UN AJUSTE DE PÉRDIDAS DE BENEFICIOS, DONDE ESTABAN INVOLUCRADAS CASI 70 SUCURSALES, QUE RESULTARON AFECTADAS POR UN MISMO SINIESTRO.

Este ajuste, requirió mucho análisis y por ende mucho tiempo para llegar al ajuste. Todas estas ubicaciones, si bien pertenecían a la misma empresa, presentaban distintas particularidades y requerían información diferenciada, ya que cada una de ellas se desenvolvía de manera independiente como unidades de negocios individuales.

Si bien la cobertura de “Pérdida de Beneficios”, es imaginada como un tema “tabú”, debido a que se requiere mucha información y tiempo de análisis, considerando que conceptualmente no es tan compleja. Como comento habitualmente, cuando debemos encarar un análisis de este tipo, no tenemos demasiado conocimiento del desenvolvimiento de la empresa, pero con el transcurso de la evaluación lo vamos incorporando y aumentando, hasta llegar a un nivel que nos permite elaborar un ajuste de pérdidas, con óptimo respaldo informativo.

Por tal razón, y en base al trabajo que he mencionado, se me ocurrió que, en general, con algunos ajustes en los términos y condiciones de las pólizas, la cobertura de “Pérdida de Beneficios” podría tener un alcance más masivo.

A esta altura de mi comentario, paso a desarrollar mi idea, aunque por favor no piensen que me he vuelto loco o incurro en contradicciones.

Se trata de algo muy simple, y que en la práctica podría evitar que ante un siniestro que provoque daños materiales, se siga deteriorando el patrimonio de cualquier industria y/o PyMe, que además, podría repercutir negativamente en las personas que trabajan, al punto de sufrir despidos como consecuencia del evento sufrido.

Como he explicado anteriormente, propongo explorar la posibilidad de implementación de coberturas más focalizadas, como por ejemplo una de GASTOS FIJOS y MAYORES COSTOS OPERATIVOS (detallados específicamente en los contratos de seguros), desechando toda otra variante y/o gastos que actualmente pudieran contemplar las coberturas de “Pérdida de Beneficios” que se comercializan

en el mercado e incluyen por ejemplo, los “Beneficios Netos” y otras cuestiones, que complejizan más los análisis y precisan de mayores aportes documentales, provocando más tiempo de análisis para concluir el ajuste final.

Conocemos que, indudablemente, las empresas de mayor envergadura continuarán optando por la cobertura tradicional, pero pudiera haber otras que decidan elegir otra más reducida, que igualmente le permita proteger adecuadamente el patrimonio. Esto, en una situación de pérdidas importantes para su negocio y/o industria, permitiría a los empresarios hasta decidir positivamente la continuidad de su negocio.

Lógicamente, las nuevas coberturas, deben requerir siempre un análisis adecuado para establecer las particularidades de cada negocio, y también las primas correspondientes.

Deben requerir, entonces, un análisis de factibilidad y de sumas aseguradas, con información muy puntual sobre documentación de respaldo, tiempo de posible interrupción, tipo de comercio y/o industria, cantidad de personas que trabajan, alquileres, etc., como así también el costo acorde con el riesgo asumido.

El análisis deberá abarcar las posibilidades de que la Cobertura, pueda ser comercializada de manera simple y concreta. Se que una cobertura con alguna similitud en sus características se ha ofrecido en plaza, como adicional de cobertura para productos de venta masiva, comúnmente mencionados como “enlatados”, pero entiendo que esto debe ser algo diferente como una cobertura específica con un análisis y sumas asegurada individual.

Confío en que esta idea pueda ser de utilidad y abra un camino para todos los amigos que se desarrollan en la actividad de Seguros, sea cual fuere su función, ya que todas son importantes, aportando soluciones a los desafíos de todos los días.



RUBÉN QUILINDRO, COUNTRY MANAGER

Agradezco a Tiempo de Seguros por la actividad comunicacional que realiza y que es muy importante, compartiendo todos los conocimientos y experiencias que nos transmiten los actores y personalidades de la industria.

Adicionalmente me gustaría enunciar el objetivo de Crawford and Company, que entiendo también es el de todos los que estamos en esta actividad,

“Ayudando a restaurar vidas y comunidades”

Por Rubén Quilindro, Country Manager - Crawford & Company



Mucho más que el seguro N°1 en motos

En el sector de motos marcamos la diferencia, somos la Compañía número 1 del mercado con los mejores beneficios y las más grandes prestaciones. Ahora, con la misma seriedad y respaldo además de tu moto cuidamos tu auto.

atmseguros.com.ar

0810 345 0492

ATM
SEGUROS

Para mayor información, **consultá a tu Productor Asesor de Seguros.**

N° de inscripción en SSN
0812

Atención al asegurado
0800-666-8400

Organismo de control

www.argentina.gob.ar/ssn

 **SSN** | SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

MG PERITAJES DE SEGUROS



En 2016 luego de un profundo análisis del mercado asegurador de esa actualidad, nació: **MG Peritajes de Seguros**, con el objetivo principal de brindar un servicio de excelencia en Peritajes y Liquidación de Seguros a todos los actores implicados en el sector, para lo cual hemos conformado un equipo de trabajo interdisciplinario integrado por profesionales altamente calificados y personal idóneo en el proceso de inspección, determinación de la ocurrencia del hecho, valuación, ajuste de la pérdida y cierre favorable de siniestros logrando así mantener en equilibrio y constante crecimiento la relación Compañía Aseguradora – PAS – Asegurado.

Contamos con personal propio en 11 provincias argentinas los cuales se especializan en las resoluciones de casos de siniestros de ramas varias. Además, a partir del 2022 contamos con corresponsalías en varios departamentos de la República Oriental del Uruguay, donde también prestamos servicios para Aseguradoras con base en Argentina y otras extranjeras. Nuestras estratégicas ubicaciones y la excelente relación que mantenemos con las Aseguradoras que poseen una importante cartera de Seguros Agrarios, nos ha permitido intervenir en una gran cantidad de casos, muchos de ellos de magnitud, donde se vieron afectadas Plantas de Silos a causa de Incendios, H.V.C.T., Granizo sobre

silos bolsas, o combustión espontánea de oleaginosas, lo cual nos ha brindado una vasta especialización en el rubro, así como también en el ramo de Transporte Terrestre y Marítimo, debido a la gran actividad agro-portuaria de las zonas donde se ubican nuestros socios colaboradores. En lo atinente al ramo cascos tanto de placer como integrales, en éstos seis años hemos resuelto eficientemente numerosos casos, los cuales los cuales nos han aportado una voluminosa experiencia en dichos ramos, siendo el Estudio de la región con profusa práctica tanto en la Inspección como en la Liquidación de Siniestros. Como es nuestra intención contribuir a la excelencia operativa de todas las Aseguradoras, la totalidad de los siniestros que se procesan en nuestro Estudio y sus corresponsalías, cuentan en sus Informes Finales, anexo el Certificado del Sistema Fénix de la Asociación Argentina de Liquidadores y Peritos de Seguros, lo cual nos valoriza como profesionales comprometidos en la detección de fraudes, anomalías e irregularidades en los casos en los cuales intervenimos.

Estamos atravesando un momento histórico a nivel global que es la post pandemia. De la cual aprendimos, muchas veces de la manera más extrema, a cuidarnos entre todos. Desde **MG Peritajes** continuamos a diario precavidos cuidados tanto para

nuestro personal como para los PAS y Asegurados con los cuales tomamos contacto personal en muchos de los casos. Brindamos una alternativa especial que permite al Asegurado que sea de ries-



MARIANO GAUTO

go o se encuentre impedido físicamente realizar su declaración en forma remota y obteniendo los formularios necesarios para dicho trámite, así como también firmar el requerimiento de documentación de manera digital, acortando tiempos en el proceso de liquidación. Con orgullo podemos exponer, incluso de manera estadística, que el 100% de los casos en los cuales hemos intervenido en éstos seis años de vida se han cerrado de manera satisfactoria para todas las partes involucradas, obtenemos de las Aseguradoras que nos contratan las más altas calificaciones en estándares de calidad de servicio y atención, lo que nos mantiene además, con la obligación diaria de nutrirnos y redoblar nuestro compromiso de profesionalismo en la noble actividad de Liquidación de Siniestros y Averías.



DESDE SIEMPRE, CUIDANDO LO QUE TE IMPORTA

Este es **nuestro propósito**. Estar siempre a tu lado acompañándote en cada paso para que avances con tranquilidad, contribuyendo al desarrollo de una sociedad más sostenible y solidaria.

Con nuestros **valores** de siempre para seguir siendo tu **aseguradora de confianza**.



 **MAPFRE**
Cuidamos lo que te importa

www.mapfre.com.ar



/mapfre.ar



@mapfre_ar



mapfre



MapfreArgentina

Nº de inscripción en SSN
213 y 699

Atención al asegurado
0800-666-8400

Organismo de control
www.argentina.gob.ar/ssn



SSN | SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN

MIRADA HOLÍSTICA PARA LA DETERMINACIÓN DE LAS SUMAS ASEGURADAS EN CONTEXTOS INFLACIONARIOS Y CONVULSIONADOS



INTRODUCCIÓN

El contexto inflacionario, las variaciones de los valores de los bienes, la variación de los niveles de actividad durante la vigencia de la póliza, el contexto internacional (guerra, costo de los commodities, inflación internacional inusual, efecto post pandemia, etc.), entre otros factores, son algunas de las situaciones por las cuales los asegurados están deberían revisar las sumas aseguradas periódicamente (la frecuencia sugerida es de al menos una vez al año).

Si bien en los seguros de propiedad las sumas aseguradas son fijadas por los asegurados, la responsabilidad de mantenerlas actualizadas recae sobre toda la cadena de valor que integra el mercado (aseguradores, asesores / corredores, analistas de riesgo, ajustadores y asegurados).

SOBRE LAS SUMAS ASEGURADAS EN EDIFICIOS U OBRAS CIVILES

Con el objetivo de entender la variación de los valores a lo largo de los años, desde el año 2000, en LEA (*Leza, Escriña y Asociados S.A.*) elaboramos anualmente una encuesta que apunta a responder las siguientes preguntas: ¿Qué nivel de actualización tienen las sumas aseguradas de incendio en Argentina? ¿Cuál ha sido la evolución en los últimos años?

La información que se brinda a continuación surge del análisis de 100 informes de inspección realizados durante los 12 meses del 2021, para 19 compañías de seguros y abarca distintas carteras, actividades y provincias.

Cada informe de inspección realizado por LEA contiene un cuadro que compara las sumas aseguradas informadas por las compañías de seguros, con el valor de reposición a nuevo de los edificios estimados por nuestros ingenieros y técnicos.

La muestra de donde hemos obtenido los resultados está constituida por un 42% de establecimientos ubicados en CABA y GBA0, y un 58% de riesgos en el interior del país (incluyendo el resto de la Provincia de Buenos Aires).

El 40% de los riesgos considerados en 2021 tienen menos de 3.000 m², el 30% tienen entre 3.000 y 10.000 m², y el 20% tienen más de 10.000 m².

RESULTADO DE LA ENCUESTA 2021

La encuesta 2021 concluye que los edificios se encuentran asegurados (en promedio) al 63% de su valor de reconstrucción a nuevo. Partiendo de la base que la mayor parte de los siniestros en edificios son parciales, y que la reconstrucción implica utilizar materiales nuevos, se puede advertir la desprotección que este nivel de cobertura significa para muchos asegurados.

El infraseguro es menor en los Asegurados con superficies cubiertas superiores a 10.000 m² (promedio de 31,6%) mientras que alcanza su máximo para los asegurados con superficies cubiertas entre 3.000 y 10.000 m² (40,1%).

El infraseguro promedio es mayor en los asegurados que han fijado sus sumas en pesos (39%) frente a aquellos que la han fijado en dólares (27%).

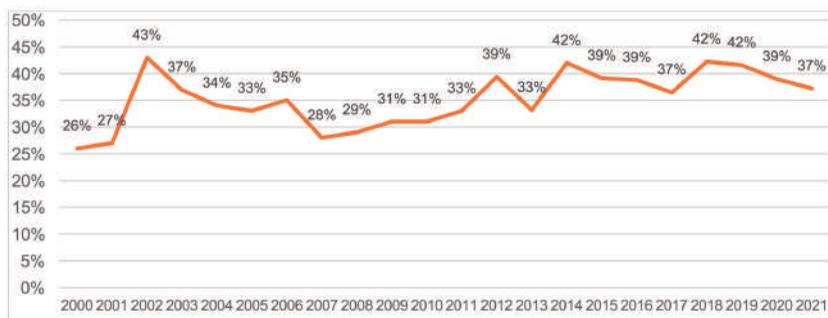


ING. GUSTAVO SPINETTA

DIRECTOR ESTUDIO LEZA, ESCRINA & ASOCIADOS

EVOLUCIÓN DEL INFRASEGURO EN EDIFICIOS ENTRE 2000 - 2021

LEA ha medido la evolución del infraseguro desde el año 2000, período en el cual la medición ha oscilado entre el 26 y 43%. Los valores mínimos se han alcanzado luego de varios años de baja inflación y los valores más altos en períodos posteriores a las devaluaciones (2002, 2014 y 2019).



Si bien la encuesta de 2021 es auspiciosa porque muestra un nuevo descenso, hay que destacar que el valor de infraseguro es aún muy alto; en sólo 8 de los 21 años analizados, el valor de infraseguro ha sido más alto que el actual.

SOBRE LAS SUMAS ASEGURADAS EN MÁQUINAS Y EQUIPOS

La determinación del valor de reposición de máquinas y equipos presenta otras dificultades pues la diversidad de equipos, de tecnologías, procedencia de estos bienes, entre otras situaciones, obligan a diseñar formulas polinómicas de índices para medir la evolución de los precios en el mercado local.

A pesar de lo anterior, es posible analizar índices locales e internacionales que per-

miten intuir la evolución de los costos a través del tiempo; es por ello que en esta sección lo haremos a partir de la estructura de costos que conforman a estas máquinas y equipos

La **materialidad de los equipos industriales** es, sin duda, uno de los rubros de mayor incidencia en el costo de fabricación de máquinas y equipos. Un gran porcentaje de los equipos industriales está conformado por acero, aluminio, cobre y plásticos, empleando combustibles (líquidos o gaseosos) para su transformación y transporte; es por ello que analizando la evolución de los costos de las materias primas primarias, en conjunto con la variación del precio del barril de petróleo, podría explicarse entre un 30-60 % de la evolución de los costos de los equipos (la variación de los porcentajes en

la estructura de costos depende de la complejidad del equipo: cuanto más compleja es su fabricación, la incidencia de la materia prima en el costo final es menor).

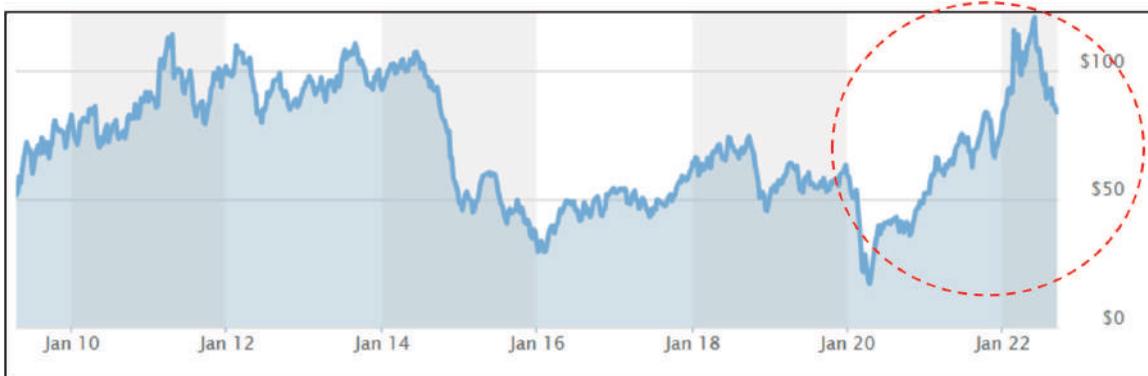
Los índices internacionales demuestran que la evolución del costo de los materiales, especialmente después de la pandemia, se han incrementado significativamente alcanzando valores máximos en comparación con los registrados en las últimas dos décadas. En los últimos dos años el incremento del valor de estas ha sido mayor al 50% respecto de los valores prepandemia. Aun cuando algunos materiales están experimentando una baja en el segundo trimestre del 2022 hasta el momento no se ha visto reflejado en una reducción de los costes de producción de los equipos (esta baja no es generalizada).



Fuente: Bureau of Labor Statistics (ID Acero: WPU10 y ID Cobre: PCU3314203314209)



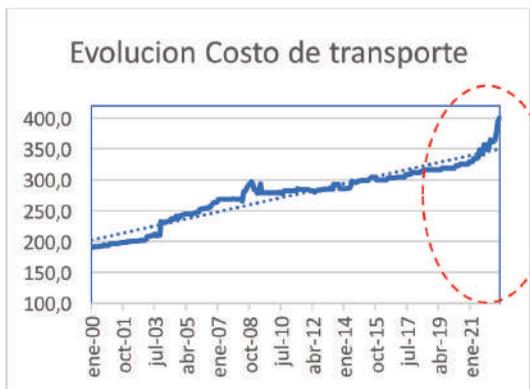
Fuente: Bureau of Labor Statistics (ID Aluminio: ID: PCU3325103325107y ID Plásticos: PCU325211325211)



Variación del Crude Oil WTI en la última década. Desde enero de 2020 hasta enero 2022, el valor se triplica, lo cual impacta en la producción de combustibles necesarios para la producción de máquinas y herramientas

Otro elemento para analizar en la estructura de costos de adquisición de máquinas y equipos es el *costo del transporte*, desde su puerto de origen hasta el lugar destino. Al igual que los materiales, analizado en el párrafo precedente, luego de la pandemia esta varia-

ble ha experimentado un incremento exponencial de los costes. La incidencia del transporte, sobre el valor total del equipo, tienen un peso ponderado promedio del orden de un 5% a un 15% del valor del equipo (con los precios actuales).



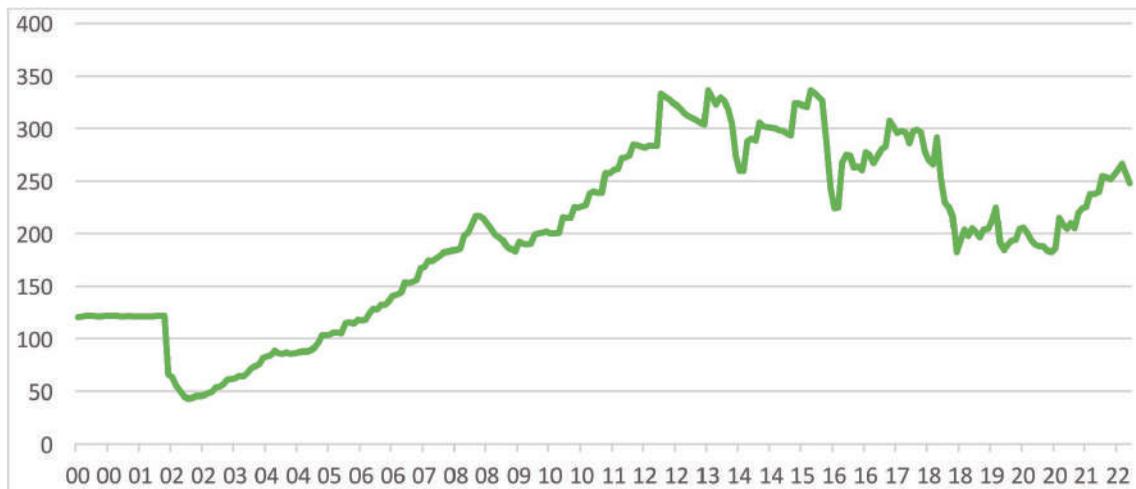
Fuente: Bureau of Labor Statistics (ID transporte:PCU3325103325107). Incluye variación en el tiempo de costos de transporte marítimo y aéreo.



Fuente: Freightos Baltic Index (FBX): Global Container Freight Index. Mide el variación del costo de contenedores en los últimos 3 años. El valor prepandemia era debajo de los usd 2.000; mientras que en septiembre de 2021 alcanzó, casi, los usd 11.500.

Finalmente, otro componente al analizar la estructura de costos de los equipos esta asociado a la *inflación Argentina y a la inflación internacional, de acuerdo al origen de fabricación de la maquinaria* (en muchos casos también puede ser de Argentina). Si bien la Argentina, en los últimos 20 años, ha experimentado índices inflacionarios superiores a la media mundial, al igual que lo sucedido en otros rubros, en la pandemia y post pandemia se ha evidenciado un significativo incremento de la inflación y esto afecta directamente al costo de reposición de estos equipos. El siguiente gráfico demuestra la inflación en la Argentina en los

últimos 20 años. Del mismo se desprende que los valores en dólares al *tipo de cambio Banco Central de la República Argentina* (en definitiva es el valor el cual se adoptará para la indemnización de equipos asegurados en dólares) han aumentado 2,5 veces desde el año 2.000; es decir que la inflación en dólares en Argentina es un 45% superior a la inflación, también en dólares y en el mismo período, que en el resto del mundo (una parte se explica por variaciones asociadas al tipo de cambio BCRA). Esta misma comparación la hemos realizado, para el mismo período, en pesos argentinos donde la variación es de, aproximadamente, 24 veces respecto del año 2000.



Fuente: Índice nivel general Cámara Argentina de la Construcción. No se han utilizado los indicadores emitidos por el INDEC dado que entre el período del 2007 y 2015 se declaró la emergencia estadística y los valores no representan la realidad de la variación inflacionaria de la época

Asimismo, incluimos un análisis de la inflación de los países o regiones que mayor influencia tienen en la fabricación de máquinas y equipos que son importados a la Argentina. En los últimos 10 años se percibe una inflación estable de entre 2 y 3 % en Estados Unidos, Europa y China y un salto significativo desde la pandemia con

inflación en torno al 8-10% (salvo en el caso de China que se mantuvo estable). En tanto a los países de Latinoamérica, que mayor influencia tienen en la importación de estos productos en nuestro país, la inflación promedio es entre 4 y 6 %, con un salto similar de inflación desde la pandemia



Encontrá el seguro que mejor se adapte a vos entre una amplia gama de coberturas y empresas.

#NosImporta

ENCONTRANOS EN:

PUERTO MADERO / CABA / BAHÍA BLANCA / CÓRDOBA / SAN FERNANDO / PARQUE LELOIR

www.scbrokerdeseguros.com

 Camila O'Gorman 412 - Piso 18 / +54 11 5263 7500

 @scbrokerdeseguros

 /SCBrokerDeSeguros



Nº de inscripción en SSN
1250

Atención al asegurado
0800-666-8400

Organismo de control
www.argentina.gob.ar/ssn

 **SSN** | SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

IPCA Europa últimos años

periodo	inflación
agosto 2022	9,141 %
agosto 2021	2,956 %
agosto 2020	-0,171 %
agosto 2019	1,010 %
agosto 2018	2,081 %
agosto 2017	1,545 %
agosto 2016	0,220 %
agosto 2015	0,280 %
agosto 2014	0,362 %
agosto 2013	1,334 %

IPC US últimos años

periodo	inflación
agosto 2022	8,263 %
agosto 2021	5,251 %
agosto 2020	1,310 %
agosto 2019	1,750 %
agosto 2018	2,699 %
agosto 2017	1,939 %
agosto 2016	1,063 %
agosto 2015	0,195 %
agosto 2014	1,700 %
agosto 2013	1,518 %

IPC CN últimos años

periodo	inflación
agosto 2022	2,485 %
agosto 2021	0,642 %
agosto 2020	2,388 %
agosto 2019	2,833 %
agosto 2018	2,319 %
agosto 2017	1,770 %
agosto 2016	1,295 %
agosto 2015	2,033 %
agosto 2014	1,903 %
agosto 2013	2,515 %

IPC BR últimos años

periodo	inflación
julio 2022	10,069 %
julio 2021	8,995 %
julio 2020	2,306 %
julio 2019	3,222 %
julio 2018	4,485 %
julio 2017	2,712 %
julio 2016	8,736 %
julio 2015	9,558 %
julio 2014	6,502 %
julio 2013	6,271 %

IPC MX últimos años

periodo	inflación
agosto 2022	8,695 %
agosto 2021	5,592 %
agosto 2020	4,048 %
agosto 2019	3,162 %
agosto 2018	4,905 %
agosto 2017	6,663 %
agosto 2016	2,727 %
agosto 2015	2,587 %
agosto 2014	4,150 %
agosto 2013	3,457 %

Referencias:

- US – Estados Unidos
- CN - China
- BR – Brasil
- Mx – México

Fuente: www.global-rates.com

Conclusiones de acuerdo a la información analizada: Hemos procedido a elaborar una fórmula polinómica, de acuerdo a una estructura de costos antes mencionada, que incluye todos los índices analizados, con el objetivo de evaluar la variación del costo de reposición de máquinas y equipos desde enero de 2020 (prepandemia) hasta agosto de 2022.

El resultado obtenido, para este rubro dentro de este período, es un incremento del 35,8 % del costo de reposición, en dólares, para el mercado Argentino. Es índice solo debe ser utilizado a los efectos de obtener un valor referencial de variación. De ninguna manera podrá considerarse como suficiente para establecer las sumas aseguradas de equipos, dentro de este período, pues incluye simplificaciones asociadas a la complejidad y origen de los equipos y a las actividades industriales asociadas. También se deberá tener en cuenta que en la medida que la brecha entre el dólar MEP y el dólar con tasa de cambio según Banco Central de la República Argentina (BCRA) aumente, o se reduzca, impacta en este índice en forma inversa (casi en lo inmediato).

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En relación a la suma asegurada en edificios, el mercado ha actualizado parcialmen-

te el alto nivel de infraseguro alcanzado en 2018/19, parte de esta corrección se debe a que un mayor porcentaje de riesgos pasaron a asegurarse en moneda extranjera (dólares) y al importante trabajo realizado por los Productores Asesores de Seguros.

Importantes siniestros ocurridos en los últimos años (con alto infraseguro) han ayudado a tomar consciencia de la tarea de actualización de las sumas aseguradas, conducta que se observa en los grandes riesgos.

Las pólizas en dólares reflejan la variación del dólar oficial (BCRA), el cual ha tenido un aumento (en pesos) de 22% a lo largo de 2021 mientras que el costo de la construcción aumentó 48,5% (55,3% materiales y 41,5% mano de obra); es decir que los asegurados en dólares debieran actualizar sus pólizas un 21% respecto del valor asegurado 12 meses atrás. Los asegurados en pesos deben hacerlo en aproximadamente 50% (más precisamente el 48,5%).

En tanto en relación a **rubro de máquinas y equipos**, gran parte de estas son importadas, sin embargo, mantener la maquinaria asegurada al valor de origen (en moneda extranjera) no es suficiente ya que en 2021 se ha producido la inflación más alta en 30 años (8 % en Estados Unidos y 10% en zona Euro). El valor de reposición a nue-

vo de la maquinaria importada ha tenido un aumento promedio de 22% entre enero de 2021 y enero del 2022 (en la Argentina a dólar con Tasa de Cambio BCRA) y deberá monitorearse frecuentemente en la medida que se mantenga la brecha cambiaria en la Argentina entre el dólar MEP y el dólar BCRA.

Algunas **herramientas y métodos que proponemos** para lidiar con el infraseguro en el diseño de coberturas:

- Fijar las sumas aseguradas, incluso para comercios y viviendas, utilizando dólares como moneda. Esto corrige gran parte de los desvíos mencionados.

- En cada una de las renovaciones efectuar el cálculo de valor de reposición de los edificios, de las maquinarias y de las mercaderías (sugerimos discriminar estos rubros en las pólizas pues utilizan índices de actualización diferentes). Para ello existen algunas herramientas disponibles en el mercado como El Calculador LEA, el Certificado de Valor LEA, índices expuestos por la Cámara Argentina de la Construcción (CAC), indicadores del INDEC, entre otros.

- Es conveniente realizar, al menos cada 4 años, una valoración por un profesional competente que emite un informe certifica-

do, lo que constituye un importante soporte para una práctica profesional de Administración de Riesgos. No obstante sugerimos revisar las sumas aseguradas con una frecuencia de 6 meses, teniendo en cuenta el contexto actual local e internacional.

- El contexto inflacionario, las variaciones de los valores de los bienes y los niveles de actividad durante la vigencia de la póliza nos llevan a analizar cláusulas que apuntan a evitar el infraseguro, tales como la "Cláusula Swing", (también llamada de "Oscilación de valores") o las cláusulas de "Ajuste automático" de suma asegurada o incluso de suma asegurada y límites de indemnización (en caso de que sean diferentes). Mayor detalle sobre el funcionamiento de estas cláusulas puede buscarse dentro de nuestro sitio web (www.lea-global.com).

- La determinación del "valor de reposición" de una maquinaria que se ha dejado de fabricar presenta las dificultades propias por carecer de un proveedor al cual se pueda solicitar su cotización. En la práctica, el asegurado no admite suscribir la póliza a valor de una máquina nueva (más cara que la máquina en uso) porque considera que, en caso de un siniestro total, no sería indemnizado en consecuencia. Es por ello por lo que existen alternativas posibles para ajustar los condicionados de las pólizas:

1. Asegurar la maquinaria a valor actual (depreciado), es decir el valor a nuevo menos la depreciación por antigüedad, uso, estado y obsolescencia tecnológica. En este caso las reparaciones parciales tendrán una depreciación proporcional a la relación entre el valor asegurado y el valor de reposición de una máquina nueva.
2. Asegurar la maquinaria a valor actual (depreciado), aunque puede ser oportuno eximir de la aplicación de la regla proporcional en las reparaciones parciales (por ejemplo, reparaciones menores del 30% del valor asegurado), situación que debiera ser contemplada en la prima del seguro.

EL CALCULADOR

Ver calculador de: 

EDIFICIOS INDUSTRIALES

Estimación del valor de reconstrucción nuevo, mínimos y máximos, de un edificio tipo Industrial en base a la cantidad de metros cuadrados cubiertos.

Tipo de estructura 

Grado de división 

Altura (m)

Zona 

Superficie (m2)

Moneda



Desde 1974

Ingeniería de riesgos

LEA

Cuanto más aleatorio es el riesgo que usted asume, más necesita nuestro **INFORME COMPARATIVO**.

LEA compara el resultado de la inspección con otros riesgos de similar actividad, utilizando la base de datos del mercado de seguros más actualizada y completa de toda la región.



www.lea-global.com





Consultores
Leza, Escriña y Asociados S.A.
en Ingeniería de Riesgos
y Valuaciones



ESTE ES EL MOMENTO IDEAL PARA QUE EL TÁNDEM ORGANIZADOR/PAS DÉ UN SALTO DE CALIDAD Y EFICIENCIA EN SU GESTIÓN

EL ESCENARIO DE NEGOCIOS ACTUAL ABRE UNA OPORTUNIDAD EXCELENTE PARA LA PROFESIONALIZACIÓN DEL PRODUCTOR ASESOR DE SEGUROS, Y EN ESTO ES FUNDAMENTAL LA LABOR DE SU ORGANIZADOR ALIADO.

newleaders
CONSULTORES EN SEGUROS

Pasada la etapa más crítica de la reciente pandemia llegamos a imaginar que el escenario económico y de actividad comercial iba a ir acercándose lentamente a escenarios similares a los de su período inmediato anterior. Comenzamos a asumir una forma de trabajo diferente, donde lo presencial dejó paso a la actividad virtual y en remoto, donde el contacto cara a cara se convirtió en una rareza, y donde adoptamos con rapidez algunas herramientas tecnológicas que pasaron a ser clave en nuestro día a día.

Diferentes actores del mercado, especialmente compañías, apuntaron sus cañones a mejorar sus herramientas tecnológicas, reducir sus costos operativos, hacer más eficientes sus procesos y acercarlos a sus canales aliados “toneladas” de información de producto, habilidades comerciales y de gestión, y un sin número de recetas para “salir exitosamente de la tormenta”. Mientras tanto, las y los productores asesores de seguros comenzaron a entender mucho más claramente la importancia de la fidelización de sus clientes como base de su supervivencia.

El contexto actual no es de pandemia, no es de aislamiento estricto, mucho menos de paralización comercial, pero sí nos está mostrando de una forma cruda la llegada de nuevas reglas de juego con las que debemos comenzar a movernos sin demora: compañías más pequeñas y eficientes, enorme competencia de precios en productos masivos, competidores nuevos ya instalados en el mercado sumados a los agentes institorios ya existentes, y todo esto en un mercado que no ha crecido en tamaño.

Se acabó el tiempo del desorden, de la prueba y error diarios y de la táctica sin estrategia. La profesionalización del PAS es más una obligación que un deseo. Sin embargo, como suele suceder con todo proceso de mejora, se puede hacer difícil decidir qué tipo de acciones tomar o con

cuál de ellas comenzar. Por otro lado, el día a día en nuestra profesión tiene mucho trabajo administrativo y habitualmente tenemos poco tiempo para reflexionar, analizar, decidir, planificar y accionar. Nos ocupa mayormente lo urgente y solemos dejar de lado lo importante.

¿Cómo logramos entonces la deseada “Profesionalización del canal PAS” y que eso se traduzca en crecimiento? Desde nuestra mirada, la respuesta es “trabajando en equipo”, y por eso será de fundamental importancia el papel que desempeñemos los organizadores de seguros.

¿De qué forma? Ayudando al PAS a ser diferente. Las compañías son las mismas, los productos son los mismos, la diferencia está en la alianza PAS/ORGANIZADOR. El trabajo de equipo que logren articular el PAS y su Organización aliada será la clave para que el canal de productores asesores de seguros siga siendo el principal en la comercialización de seguros y comience a crecer sostenidamente.

Desde New Leaders trabajamos los siguientes aspectos que entendemos son la base para generar una sinergia positiva con el equipo de PAS aliados.

Personalización. No es lo mismo dedicarse 100% a ser PAS que tenerlo como actividad secundaria. No es lo mismo tener habilidades naturales de venta a no tenerlas. Tampoco será lo mismo si me llevo bien con la tecnología o si me cuesta mucho adoptarla. Comprender la realidad de negocio y operativa del PAS nos ayuda a identificar más claramente fortalezas y debilidades, para colaborar en definir una estrategia, objetivos, un plan de acciones adecuados y una hoja de ruta de esas acciones.

Cercanía. Cuando el mercado recomienda “estar más cerca de los clientes” nos habla también a nosotros, organizadores. Hemos armado un equipo de colaboradores con diferentes responsabilidades que nos permite establecer un contacto continuo con nuestros productores asesores de seguros aliados desde los diversos sectores de atención, utilizando diferentes canales de comunicación y abriendo espacios para diferente tipo de actividades remotas/presenciales en forma periódica (capacitación, mesas de trabajo, reuniones con compañías, etc.).

Coaching. Cada emprendimiento de negocio es particular, y también lo son las diferentes etapas que debe transitar para llegar al objetivo deseado. Ya no alcanza sólo con conocer de seguros. El modelo tradicional de la venta de seguros va entrando en una etapa de reinención y transformación. En New Leaders entendemos que el



ALVARO OTAZU

mercado actual nos demanda otra mirada, en la que aspectos estratégicos como posicionamiento de marca, diferenciación, gestión de servicio al cliente, eficiencia operativa e inteligencia de negocio son

de importancia crítica para avanzar, paso a paso y en forma efectiva, en el proyecto particular de cada PAS aliado a nuestra organización.



Metodología. Parece que alguien dijo alguna vez que la mejor forma de comer un pastel es de a pedazos y no todo entero. Esta imagen graciosa es muy representativa de lo que entiende New Leaders como punto de partida de un proceso de mejora. Recibimos periódicamente un sinnúmero de recomendaciones de lo que deberíamos hacer para ser exitosos. Hay mucha infor-

mación sobre el QUÉ pero poca información sobre el CÓMO. Desde la organización damos soporte al productor asesor de seguros aliado, aprovechando diversas corrientes, herramientas y métodos existentes que promueven un proceso de mejora continua (canvas, lean, pnl, agilidad).

Innovación. Esta palabra tan utilizada en nuestro mercado desde hace unos años se ha transformado en un enorme desafío para el PAS. En una primera etapa la palabra innovación se mezcló con la palabra digitalización, y en esa mezcla se han invertido muchos esfuerzos y dinero, muchas de ellos sin buenos resultados. Desde New Leaders entendemos que innovar (o “crear un cambio positivo en el estado de cosas existente”) implica una lectura particular de cada PAS, una “auto-mirada” crítica. Nuestra tarea como organización consiste en acompañar al PAS en “identificar qué quiere hacer diferente”, y desde ese lugar proponer diferentes alternativas, en algunos casos capitalizando el valor agregado que ofrecen



OTAZU - LACARIA - MERLO

las nuevas tecnologías aplicadas al mercado de Seguros.

New Leaders es una organización con base en CABA y GBA con más de 300 productores asesores de seguros aliados con los que actualmente trabajamos día a día, y en equipo. Para empezar a conocer más podés visitarnos en www.newleaders.com.ar.

«
En Newleaders te acompañamos
a desarrollar todo tu potencial

**Tenemos la mejor
propuesta para
que tu camino
sea exitoso...**

- ▶ Te ayudamos a pensar la mejor estrategia para tu proyecto y a ponerla en marcha con tu realidad y posibilidades
- ▶ Te brindamos un espacio de seguimiento de tu emprendimiento para generar un proceso de mejora continua
- ▶ Te brindamos una posibilidad única de formarte con profesionales para desarrollar tu emprendimiento
- ▶ Te ofrecemos interacción constante con más de 300 PAS asociados

newleaders
CONSULTORES EN SEGUROS

info@newleaders.com.ar

11 4519 3123

[newleaders.com.ar](https://www.newleaders.com.ar)

Newleaders

Newleaders

Newleaders

0800 000 0430

0000-0000-0000

SSN

MUSEO DEL SEGURO



MUSEO
ARGENTINO
DEL SEGURO

MS: Es un placer volver a ser entrevistados por ustedes; recuerdo que TDS fue el primer medio especializado del mercado de seguros que nos concedió un espacio para presentarnos públicamente, y desde aquel reportaje telefónico y la posterior nota publicada en el News venimos creciendo institucionalmente a un ritmo sostenido.

También considero oportuno agradecerles las continuas menciones que tienen del Museo en el programa, que nos ha permitido conectarnos con una importante cantidad de personas que generosamente se han comunicado para hacernos llegar alguna pieza o documento y que ya integran la nómina de Donantes del Museo.

TDS: ¿CÓMO DESCRIBIRÍAN EN GENERAL LA SITUACIÓN DE LOS MUSEOS?

MS: En la actualidad los museos representan uno de los actores de difusión directa de cultura y deben ser considerados por su importancia con el contacto y la presencia física de estos con el público. Se relacionan a través de las exposiciones, los espacios de promoción cultural, las actividades educativas y las relaciones públicas. Y para lograr su propósito deben cumplir al menos cuatro grandes funciones: adquisición, conservación, investigación y educación.

Al igual que los demás centros y espacios culturales, los museos se están caracterizando como lugares abiertos a la construcción de sentidos y subjetividades y deben estar al servicio de la sociedad. Acompañando los cambios de época, se considera que el rol de los museos debe estar dado por la divulgación de la cultura, la investigación, las publicaciones al respecto y las actividades educativas.

TDS: PRÁCTICAMENTE TODAS LAS ACTIVIDADES VIERON ALTERADAS SUS ACTIVIDADES PRODUCTO DE LA PANDEMIA. ¿CÓMO FUERON PARA LA GESTIÓN DEL MUSEO ESTOS DOS ÚLTIMOS AÑOS?

MS: En un primer momento, y ante el desconocimiento e incertidumbre que teníamos de cuanto podía llegar a durar el aislamiento social obligatorio, nos sentimos mal por tener que postergar o desestimar algunos proyectos que pensábamos realizar durante el año 2020. A medida que transcurrieron algunos meses, y sin

tener un horizonte claro de cuando se podía volver a la presencialidad, decidimos orientar nuestro trabajo a mejorar y ampliar nuestra presencia virtual. El primer paso fue hacer rediseñar por completo la página web institucional y posteriormente iniciar una campaña de comunicación en las redes sociales que hasta la fecha hemos podido mantener.

TDS: ACTUALMENTE, Y MANTENIENDO CIERTOS CUIDADOS, SE PUEDE DECIR QUE SE HA VUELTO A LA NORMALIDAD PRE PANDEMIA. ¿TIENEN PROYECTADA ALGUNA ACTIVIDAD ABIERTA AL PÚBLICO?

MS: Sí, afortunadamente hemos podido recuperar y actualizar una idea que delineamos desde el inicio de nuestras acciones, es el Proyecto de Museo Itinerante. El propósito fundamental es colaborar desde nuestro espacio con la idea de cultura federal, y básicamente consiste en llevar parte de la colección del Museo del Seguro a todas las provincias del país, brindando la posibilidad que muchas más personas puedan acceder a la muestra, compartir sus vivencias y obtener valiosos testimonios. A la vez esta acción presencial, seguramente va a generar la posibilidad de relacionarse con una mayor cantidad de donantes interesados en colaborar para incrementar la colección.

Ya tenemos confirmado nuestro viaje inaugural. El primer fin de semana de Septiembre estuvimos visitando la Comuna de Ramona en la Provincia de Santa Fe, donde gracias a la gestión que realizó nuestro colega Productor Asesor de Seguro Mirko Porporato fuimos invitados por el Presidente Comunal Sr. José Barbero a exponer en el Museo Histórico Comunal. La experiencia vivida en estas jornadas resultó muy reconfortante, hubo mucha interacción con los visitantes a la muestra, y vale mencionar que fueron surgiendo recuerdos y anécdotas fomentados por el recorrido propuesto de las piezas expuestas.

TDS: ¿CUÁL ES LA CANTIDAD DE PIEZAS DE COLECCIÓN QUE TIENEN ACTUALMENTE?

MS: El patrimonio del Museo se compone de más de 3000 piezas, considerando documentos, objetos, libros, revistas y publicaciones del tema seguros y prevención. Y en la página web estamos próximos a tener 2000 artículos incorporados. Entre ellos se destacan originales de Pó-

lizas del año 1900 en adelante, hay documentos aún más antiguos como Acciones de aseguradoras y Certificados de Cober-



tura. En cuanto a los objetos, se destacan las placas de metal que se colocaban en los frentes de las aseguradoras y también de los establecimientos asegurados, las insignias que se ponían en los automóviles asegurados y las medallas conmemorativas. Todo esto complementado por publicaciones, libros y tesis, y artículos de marketing en general.

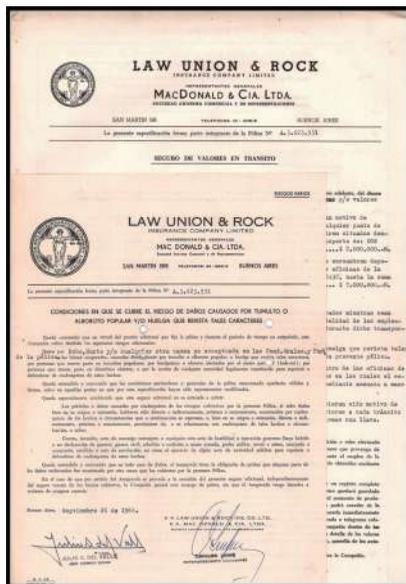
TDS: ¿DE QUÉ MANERA LOGRAN INCREMENTAR LAS PIEZAS DE COLECCIÓN?

MS: En el comienzo de nuestras acciones cuando aún no habíamos logrado consti-

tuirnos formalmente, sólo nos atrevíamos a pedir alguna pieza o documento a los amigos y conocidos del mercado. Todo el resto del patrimonio lo fuimos adquiriendo en ferias de antigüedades o por alguna página de compra-venta.

Con el transcurso del tiempo, al comenzar a consolidarnos como institución, decidimos solicitar donaciones de manera más abiertamente.

Si bien el trabajo es continuo y los resultados no se ven reflejados en forma instantánea, podemos afirmar que el saldo es altamente positivo. Como ejemplo podemos mencionar una importante colección de libros antiguos que recientemente nos ha



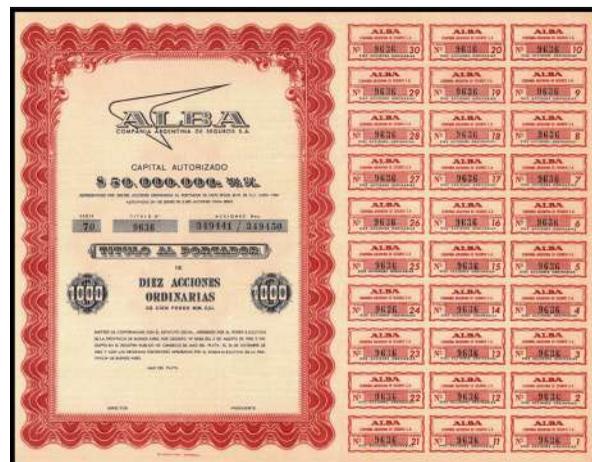
donado la AACCS –Asociación Argentina de Compañías de Seguros- a través de su Director Ejecutivo, Gustavo Trías.

TDS: ¿TIENEN ALGÚN PROYECTO ADICIONAL AL PROPIO DE LA ACTIVIDAD DEL MUSEO?

MS: Estamos trabajando en la realización de acciones tendientes a aumentar la Cultura Aseguradora y el Asesoramiento Profesional, fundamentalmente orientados en la Prevención y la Previsión, difundiendo la importancia de estar bien asegurados con una correcta administración de los riesgos. En este sentido el avance tecnológico y la incorporación de nuevas herramientas que se ha registrado en el último tiempo nos permiten aumentar los canales de comunicación y masificar el acceso a la información.

TDS: PARA FINALIZAR, ALGÚN CONCEPTO QUE QUIERAN DESTACAR.

MS: Recientemente hemos cumplido los primeros cinco años de existencia formal que nos ha permitido relacionarnos abiertamente con los múltiples actores del mercado asegurador. Y si bien paulatinamente se ha comenzado a reconocer la tarea socio cultural que lleva adelante el Museo, permítanos acentuar que resulta fundamental para la gestión el permanente apoyo y colaboración que generosamente recibimos mediante la difusión de nuestras actividades.



Sólo nos resta agradecerles la invitación para estar presentes en este importante espacio de expresión y compartirles nuestras redes:

Nuestra Web:
www.museodelseguro.org.ar

Instagram:
funda.museoargentino-seguro

Facebook:
Fundación Museo Argentino del Seguro

YouTube:
Museo Argentino del Seguro - oficial

JUGUEMOS EN EQUIPO



Hola querido productor/a asesor de seguros, desde AAPAS queremos contarte las acciones realizadas y proyectos en que nuestra gestión está trabajando. Arrancamos el 2021 con la renovación de autoridades, apostando a una comisión joven, dinámica y sobre todas las cosas comprometida con la profesión, poniendo el foco en el productor asesor y particularmente en los socios. Así el 10 de marzo de 2021, bajo los protocolos correspondientes, se llevó a cabo una nueva Asamblea Ordinaria de en la Asociación Argentina de Productores Asesores de Seguros. Entre otros puntos, se designó a los nuevos integrantes de Comisión Directiva, y se aprobaron la Memoria, Balance General, Inventario, Cuenta de Gastos y Recursos e Informe de la Comisión de Fiscalización. Te contamos que nuestras autoridades, cuya mesa ejecutiva quedó conformada por Sebastián Del Brutto (presidente), Nicolás Saurit Román (vicepresidente), Rodrigo Puértolas (secretario), Martín Caeiro (prosecretario), Fabián Lavieri (tesorero) y Andrea Benedetti (protesorera).

Elegimos un perfil de candidatos tomando como base el trabajo que venían realizando los nuevos dirigentes en la Asociación hace ya varios años. Seleccionamos exponentes jóvenes que estaban surgiendo con fuerza, muy activos en las diferentes comisiones y que realizaron un gran trabajo en los cargos directivos que ejercían. Para esta selección se puso el foco en la proactividad y honestidad, en el alto nivel de reputación y el conocimiento de la profesión, para que sean realmente representativos y tengan noción de cómo funciona el mercado.

“Jerarquizar el rol del Productor Asesor de Seguros” es el lema de la nueva conducción. No sólo en favor del PAS, sino para que tenga capilaridad en todo el ecosistema de los seguros apostando a proteger de manera integral a los consumidores.

EXITOSO FORO NACIONAL DEL SEGURO 2022

Realizamos nuestro querido Foro Nacional de Seguros, la temática elegida fue “Hacia un mercado asegurador sostenible”, tuvo la concurrencia de más de 1500 participantes, siendo muy valorada la presencia internacional de los principales referentes extranjeros de Chile, Brasil y España que coincidieron en varios puntos. Estuvieron

presentes Javier Barbera Ferre, Presidente del Consejo Gral. De Colegios de Mediadores de Seguros de España; Leopoldo Briseño Muñoz, Presidente del Colegio de Corredores de Seguros de Chile; Armando Vergilio, Presidente de FENACOR y también tuvimos la grata visita del Superintendente de Brasil; Alexandre Milanese Camillo. También resaltamos la participación de ejecutivos de la SSN, referentes de cámaras y periodistas del sector.

LA PANDEMIA Y LOS NUEVOS DESAFÍOS

Sin lugar a dudas la pandemia dejó profundos cambios y enseñanzas para todas las industrias, y el mercado asegurador tomó nota y se adaptó como pudo. Raudamente, fueron los y las Productores Asesores de Seguros, que dijeron presentes en un contexto muy hostil, resguardando las primas y conteniendo a los asegurados. Las compañías de seguros también hicieron su parte, acomodando paulatinamente sus estructuras y reacomodando sus procesos, al ritmo de una siniestralidad que tuvo su leve baja pero luego un repunte a sus números históricos.

Los tiempos que corren nos indican importantes cambios que obligan a una actualización constante de conocimientos profesionales. El contexto pandémico arrojó como resultado que el universo de los seguros se ha complejizado, han aparecido nuevos jugadores, las tecnologías siguen jugando un rol importante y esto constituye un desafío que debemos abordar entre todos para hacer un mercado sostenible en el tiempo. Hemos finalizado la etapa de considerar a la tecnología como conspiradora del debido ejercicio del asesoramiento y hoy el mercado entendió que es una herramienta aliada para apalancar la figura del PAS, ya que su rol es irremplazable en las relaciones entre personas ya que empatiza, contiene y asesora. Hay que acostumbrarse a convivir con asegurados que optan por un sistema híbrido de atención, ellos deciden como y cuando recibir atención personalizada o utilizar herramientas tecnológicas. Claramente durante la pandemia los segu-

ros de personas han cobrado una mayor participación en el mercado, por eso es vital que los profesionales incorporen a sus carteras la comercialización de seguros de vida y de retiro. La inserción de los seguros de ahorro y planificación financiera en la mentalidad de los consumidores es netamente cultural y por eso es importante que el Asesor de Seguros sea el principal comunicador para unir las partes. Si bien la producción de los mismos sigue en alza debemos anclar el producto en el consumidor. En pandemia no hubo caída en los rescates y eso es un buen signo porque los consumidores confían en este sistema como complemento jubilatorio, el sistema respondió y estuvo a la altura esperada. En materia de riesgos del trabajo es necesario reforzar la liquidez perdida por



el Fondo de Enfermedades Profesionales. Con la irrupción del covid19, el Fondo de Enfermedades Profesionales (FFEP) de las ART pasó a ser deficitario y acumula un fuerte rojo, que tiene que volver a robustecerse.

INFLACIÓN Y SEGUROS

La Argentina está entrando en un proceso pre hiper inflacionario y esto impacta en la industria negativamente. Las aseguradoras recaudan primas y el neteo que queda para las reservas, es invertido en el mercado local que otorga tasas de interés empobrecidas. Esta situación conlleva a tener resultados técnicos negativos para pagar siniestros futuros dejando como saldo competencia por precios, generando que sea el propio mercado asegurador que no está respetando las reglas técnicas.

La sensación es que el mercado de seguros corre la inflación desde atrás y hoy volvemos a transitar por un proceso agudo, que



La prevención es el camino para mejorar tu calidad de vida.

Para que disfrutes de lo que realmente importa, estamos nosotros. Por eso, desde Caruso Seguros te ofrecemos en cada Seguro de Vida, soluciones que se adaptan a tu familia; en presente y futuro para cuidarte siempre.

Visítanos en cualquiera de nuestras 39 agencias del país o consultá con tu Productor Asesor de Seguros.

CARUSO
SEGUROS

Tu segura
compañía

0810 222 3535

0800 444 4445

www.carusoseguros.com.ar
Seguinos @ f ln

Nº de inscripción en SSN
0406

Atención al asegurado
0800-666-8400

Organismo de control

www.argentina.gob.ar/ssn

 **SSN** SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

no solo abarca la moneda local sino también el dólar. Es importantísimo tener un plan económico y que la Argentina pueda cumplirlo, porque ello va dar previsibilidad al sistema asegurador. Las cláusulas de ajuste que custodian las sumas aseguradas de los contratos de seguros deben perseguir el objeto social de ubicar al asegurado en la misma instancia a la que tuvo el siniestro. ¿Será momento para desempolvar las cláusulas post siniestro utilizadas en la década del 90?

Desde AAPAS venimos impulsando diferentes acciones tendientes a generar cultura aseguradora para velar por la protección de los consumidores y que esto genere primas nuevas para el mercado.

Entre ellas podemos destacar:

- Hicimos una presentación ante la SSN de un documento aportando soluciones y visualizando distintas problemáticas como ser:

Seguro Obligatorio de RC para embarcaciones de placer. El alto tránsito de embarcaciones de placer trae aparejado numerosos accidentes, siendo algunos fatales. La problemática indica que las embarcaciones que cuentan con seguro, tienen una cobertura de Responsabilidad Civil bastante acotada hasta la suma de la embarcación lo que supone una muy baja protección. La propuesta elevada contempla la obligatoriedad de contratación y sumas acordadas ante los reclamos de terceros.

Seguro Obligatorio de RC Construcción. Una obligatoriedad en CABA, que es imperioso extender a todas las jurisdicciones del país.

Solicitamos fijar y establecer sumas aseguradas eficientes y condiciones contractuales, para su correcta aplicación pendiente en la actividad educativa. La problemática indica que conforme al Código Civil y Comercial art. 1767 “El titular de un establecimiento educativo responde por el daño causado o sufrido por sus alumnos menores de edad cuando se hallen o deban hallarse bajo el control de la autoridad escolar. El establecimiento educativo debe contratar un seguro de responsabilidad civil, de acuerdo a los requisitos que fije la autoridad en materia aseguradora”.

Actualización de suma asegurada de RC Automotor. Los importes en RC Automotor en todas sus aristas, resulta insuficiente ante un siniestro de relevancia, como es el caso de un accidente de tránsito con fallecidos. La cantidad de víctimas fatales no disminuyó, pero sí aumentaron las sentencias que superan ese monto. Esto genera un riesgo económico cierto sobre el patrimonio de los asegurados y víctimas de accidentes de tránsito, que pueden ver

frustrado su legítimo derecho a percibir indemnización.

Libre elección de seguros en los planes de ahorro previo y créditos prendarios. Hace varios años, desde AAPAS venimos luchando para lograr que las administradoras de planes de ahorro permitan la libre elección e intermediación del contrato de seguro, en los bienes que se adjudican a través de los grupos de adherentes a los contratos de ahorro previo para la compra de vehículos y/o maquinarias y/o inmuebles. AAPAS está a favor de la cláusula acreedor prendario y el PAS está en condiciones de cumplir dicho requerimiento. Los precios de los seguros comercializados de manera extorsiva por quienes otorgan los créditos muchísimas veces son muy superiores a los de plaza. La realidad indica que, con el contexto inflacionario los consumidores no llegan a pagar el valor total de la cuota, y no saben, que al no pagar dicha obligación pierden la cobertura financiera, generando un perjuicio económico para esa persona y al grupo, al cual quieren proteger con este sistema. El PAS, que conoce a su asegurado cuando se atrasa, inmediatamente se comunica y lo advierte de la situación. La relación de confianza con el PAS es totalmente distinta, a las administradoras que son totalmente desconocidas por los consumidores.

Solicitamos que los consumidores que tienen su PAS de confianza, lo puedan seguir teniendo si es su voluntad y que este plasmado en la resolución 8/15 de IGJ para que no haya que pedir excepciones, sino, hacer uso de los derechos del código civil y la constitución que son derechos que se posicionan por arriba. Solicitamos compromiso concreto por parte de la SSN y participación en conjunto con la IGJ, a fin de lograr

la transparencia y libertad de acción.

Promover el Seguro va la Escuela como proyecto educativo. “El seguro va a la escuela”, nació como una incipiente idea allá por 2012, en el marco del lanzamiento del PlaNeS -Plan Nacional Estratégico del Seguro (2012-2020). Los propósitos y objetivos del programa eran: Contribuir en la construcción de una ciudadanía plena en los niños y jóvenes argentinos; Fomentar el conocimiento sobre la existencia, función y utilidad de los seguros, desde una mirada centrada en la prevención, que incluye la importancia de la protección y el ahorro que posibilita el seguro; comunicar los derechos y responsabilidades del usuario y/o consumidor del seguro; Dar a conocer el rol de la Superintendencia de Seguros de la Nación. Creemos que algunos de los grandes temas para transmitir conocimientos a nuestros jóvenes deberían ser: Educación y Planificación Financiera desde edades tempranas; importancia del seguro con un rol insustituible dentro de la sociedad – Rol del PAS; Educación y Prevención Vial.

Impulsar y desarrollar una cobertura integral para cuentapropistas. La situación actual del monotributista/autónomo en la Argentina es de mucha incertidumbre, porque su actividad depende de su capacidad para generar sus propios ingresos y en muchos casos, este menosprecia su propia herramienta de trabajo que es su propia vida. Por eso propusimos desarrollar una cobertura obligatoria de accidentes personales para estos trabajadores, que cubra a los/as trabajadores in itinere con los siguientes ítems: Muerte e incapacidad por accidente/Asistencia médico farmacéutica prestacional, similar al sistema que tienen hoy



las prestaciones en especie del sistema de ART/ Cobertura de sepelio y lucro cesante.

Problemática en los Reclamos de Terceros. Debido a la gran demora que sufren los asegurados al momento de presentar un reclamo administrativo en las aseguradoras (salvo algunas pocas excepciones) se percibe la necesidad de buscar una mejora en los tiempos de respuesta a la vez que sea

administrativa implicaría una baja en la judicialización de casos. En este sentido, propusimos desarrollar un software que permita hacer un seguimiento interno entre SSN Y ASEGURADORAS, que funcione como portal de seguimiento de casos con un número único de reclamo. Invitar a las aseguradoras a realizar ofertas fundadas en caso de un ofrecimiento a un tercero con el fin de eliminar ofrecimientos ineficientes

- Participamos de diferentes reuniones de manera colaborativa con Superintendencia y el Ministerio de Economía para la promoción de los microseguros en la Argentina.
- Tuvimos un Ingreso record de socios, relanzando el plan de beneficios AAPAS+, destacando el convenio con el Sindicato de Seguros que consiste en un 20% de descuento sobre la tarifa publicada en los hoteles del Sindicato.
- Presentación por la inscripción en el registro de AI de Mercado Libre. AAPAS hizo dos presentaciones con sólidos argumentos correspondientes para solicitar la no autorización como agente institorio tanto en la SSN como en la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia.
- Lanzamos el CAES (Centro de Altos Estudios del Seguro), con un programa de formación profesional ARPAS Analistas de Riesgos para Productores Asesores de Seguros muy exitoso, comprometido en posicionar al profesional con conocimientos de calidad brindándole herramientas para ampliarse en el mercado asegurador. Dentro del mismo concepto también lanzamos el programa ANPAS Analista de Negocios para Productores Asesores de Seguros, que brinda una gestión integral del negocio desde una perspectiva distinta.
- Relanzamiento de la comisión de Seguridad Vial.



necesaria un monitoreo de parte del órgano regulador que tiene la finalidad de velar por el buen funcionamiento del mercado y derecho de los asegurados. Una mejora en los tiempos de respuesta y resoluciones vía

como ocurre en muchos casos. Eso permitiría que, si la aseguradora hace una oferta infundada, maliciosa, se pueda condenar por ese accionar.



OUTÓN HERMANOS (DOLORES)



PEDRO Y FRANCISCO AMULET (SAN ANDRÉS DE GILES)



RAMÓN FARISANO (RANCHOS)



RODRIGO ETCHEVERS (CAÑUELAS)

EL ROL DEL PAS COMO UN DIFERENCIAL MUY IMPORTANTE



Global Solution Broker S.A.
Innovación en Servicios al Productor de Seguros

El mercado de seguros es un ámbito amplio, de mucha sociabilización desde la atención con clientes asegurados hasta el vínculo comercial con operadores del mercado. Esto conlleva a que el rol del PAS sea único e irremplazable para sostener esta exigencia de vínculo confiable y profesional actuando con mucha responsabilidad a lo largo del desempeño de su actividad. Su rol es clave para alcanzar una óptima intermediación y llegar a distintos segmentos con una propuesta adecuada.

¿QUÉ HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS PONEN A DISPOSICIÓN DEL PAS PARA POTENCIAR LAS VENTAS?

Nuestra principal herramienta para productores del mercado es GLOBALIA, que actualmente está en su versión 2.0. Nuestra plataforma presenta múltiples beneficios para cada agente independiente, tanto Organizadores como PAS. Se puede disponer de campañas de marketing digital dirigidas a clientes actuales y potenciales, desarrollando el canal digital con la posibilidad de tener una landing page (página de aterrizaje) para convertir aquellos visitantes en leads o prospectos de venta, a través de una oferta determinada. O bien el PAS puede tener su propia aplicación de servicio mobile para sus asegurados, identificada con su marca y perfectamente reconocible como suya. Mediante esta app gestiona el vínculo con su cartera de clientes de manera ordenada y eficiente, atiende la creciente demanda del uso de esta vía de comunicación y mejora la propuesta de valor frente al cliente asegurado ya que puede poner un mercado en línea con un solo click y sin ningún tipo de gasto. A COSTO CERO.

La gestión operativa: Cada circuito operativo tanto de PAS, así como de Organizadores, es perfectamente replicable en nuestra plataforma digital GLOBALIA 2.0 y se adapta a la necesidad de cada actor o bien a las características que estos quieran definir para la implementación de sus políticas de administración de su negocio en particular, por encima de nuestra estructura clásica. Cada PAS u

Organizador define como quiere estructurar su operación a través de GLOBALIA. En base a ello nosotros ofrecemos Tecnología Operativa Segura, Sencilla y Adaptable a cada administración. Nosotros garantizamos la formación de cada usuario a través de charlas de inducción al sistema (las que fueren necesarias) y desarrollamos juntos las habilidades para que cada función sea valorada y resuelva los procesos de gestión de forma eficiente. No se trata de un sistema operativo más que ofrece una licencia de uso, un proceso de aprendizaje limitado y un servicio post venta finito. GLOBALIA 2.0 es la interacción permanente e infinita entre GLOBAL SOLUTION BROKER, sus PAS y ORGANIZADORES, a través de acciones colaborativas e inclusivas, que nos permiten brindar una herramienta que concentra el conocimiento de toda la comunidad del mercado asegurador. El beneficio es múltiple, amplio y resuelve todo tipo de expectativas.

¿QUÉ PLANES DE INCENTIVOS COMERCIALES Y BENEFICIOS TIENEN DESARROLLADOS PARA LOS PAS?

Solemos trabajar con los descuentos que ofrecen las Aseguradoras en la promoción de determinadas coberturas o servicios. Pero también sumamos a esto nuestra propia estrategia de incentivos y nuestro plan de beneficios exclusivos. Esto implica que todo aquel que sea usuario activo o muy activo de nuestra plataforma de comunicación GLOBALIA 2.0, que canalice sus necesidades por ella, que cotice y emita sus pólizas a través de ella, que desarrolle la propuesta diferencial de marketing e imagen digital y que utilice nuestro servicio de post venta, dispone de mejores condiciones comerciales que otros que no lo hacen y

percibe un ingreso plus con la utilización de la herramienta. Esto es premiar un canal que consideramos indispensable para consolidarse y crecer en el mercado, pero también es invertir para que ellos adquieran capacidades críticas para asegurar la continuidad de su negocio, acelerar sus esfuerzos de digitalización y diferenciar sus ofertas con el apoyo de todo nuestro equipo profesional.

¿DE QUÉ MANERA APUNTALAN LA FORMACIÓN PROFESIONAL DEL PAS Y EN QUÉ ÁREAS HACEN FOCO LAS CAPACITACIONES?

Si bien entendemos que quizás no exista la vocación desde una temprana edad por ser Productor de Seguros o por desarro-



LUIS FÉLIX - DIRECTOR

llar la actividad, es claro que cada vez que una persona ingresa a esta actividad requiere de una fuerte vocación de servicio y desempeñar con profesionalismo el rol de asesor estratégico para la determinación del resguardo de bienes, personas

o familias. Este rol con marcado perfil social necesita ser reconocido y debe sumar prestigio en quién lo desempeña para ser validado en primer lugar como agente de confianza y en segundo término como a alguien a quién recomendar. Para que todo esto suceda, este agente debe “formarse” cada día. En Global Solution Broker, logramos que esta acción sea consensuada entre ambas partes y tratamos aquellos temas que son de interés para el PAS, más allá de lo que la agenda profesional sugiera para conformar el esquema obligatorio para ejercer la actividad. Por ello es que nuestro programa de capacitación incursiona las áreas de comunicación asertiva, de venta consultiva, de actualización en desarrollos tecnológicos, de revisión de procesos operativos y de administración del negocio, de coberturas y contratos, de marco jurídico regulatorio, de especialización en un ramo en particular o simplemente capacitar en cómo administrar mejor el tiempo en esta actividad. La oferta es variada porque la necesidad de cada PAS es de demanda variada.

PARA FINALIZAR, ¿QUÉ ES LO QUE ESPERA SOBRE EL FUTURO DEL MERCADO ASEGURADOR EN EL CORTO/MEDIANO PLAZO?

El mercado asegurador argentino seguramente acompañe la tendencia del mercado mundial que prevé un fuerte crecimiento de las primas generadas por las llamadas empresas insurtech, a consecuencia de la tecnología de inteligencia artificial tendrá un peso importante en la mejor adecuación del negocio a futuro.

www.gsbroker.com.ar



global-solution-broker



globalsolutionbroker_seguros



Global Solution Broker S.A.



Global Solution Canal - YouTube

Casa Central:

📍 Tucumán 840 Piso 4, Ciudad Aut. de Buenos Aires - (C1049AAR) CABA
 ☎ (+54 9 11) 2667 1521 ✉ comercial@gsbroker.com.ar

Provincias donde opera la compañía:

📍 San Lorenzo 25 piso 8. (X5000JUG) Córdoba Capital
 ☎ (+54 9 11) 3843 2427 ✉ infocordoba@gsbroker.com.ar

📍 Av. Dr. Ramón Carcano 192, (X5152AAO) Villa Carlos Paz
 ☎ (+54 9) 3541 27 2038 ✉ infocordoba@gsbroker.com.ar

📍 Libertad 296, Plottier Neuquén
 ☎ (+54 9 299) 528 8524 ✉ infoneuquen@gsbroker.com.ar

 **Global Solution Broker S.A.**
Innovación en Servicios al Productor de Seguros

Dentro de los 5 BROKERS
+ IMPORTANTES de la Argentina

Con nosotros, cada día + de 450 Productores y Organizadores de Seguros multiplican su rentabilidad.

Estamos dentro de los 5 primeros brokers del mercado con producción 100% de Productores Asesores.
Fuente: Ranking de Brokers, Revista Estrategas (Agosto-Septiembre 2018).

 www.gsbroker.com.ar
 Tucumán 840 piso 4 (C1049AAR)
C.A.B.A. Argentina - Tel. (5411) 5352-5252
  Ayacucho 341 piso 2 (X5000JUG)
Córdoba Capital - Tel. (0351) 570-9157

Seguinos en  

Nº de inscripción en SSN
1077

Atención al asegurado
0800-666-8400

www.argentina.gob.ar/ssn

Organismo de control



SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN



SEBASTIÁN PILONE (CÓRDOBA)



SEGUROS RIVADAVIA CAT PERGAMINO



SILVIA POMPHILE (AZUL)



SILVINA ORDOQUI (RAUCH)





Digna Seguros



Sentirse correspondido

PERSONAS

- Accidentes Personales
- Vida Grupo Familiar
- Fuerzas Policiales
- Bicicleta
- Sepelio
- Combinado Familiar
- Garantía de Alquiler
- Personal Doméstico
- Deporte Amateur
- Conductor



Cotización y Emisión inmediatas



- Vida PyMEs
- Vida Convenio Mercantil
- Sepelio Colectivo
- Turismo
- Transporte de Mercadería



EMPRESAS

Amplia facilidad de contratación

<https://digna.com.ar/>    +54-9-11-3628-9593



Lugones 4239 Piso 6° | C1430EDG | C.A.B.A. | Teléfono: +54 11 7543 9144 | administracion@digna.com.ar
 Delegación Pilar: Ed. Bureau Norte, Piso 2, Gral. Güemes y Ruta Panamericana Km.49,5 Pilar, Bs.As. | Teléfono: (0230)4666250 • admpilar@digna.com.ar

Nro. de inscripción en SSN: 0872 | Atención al asegurado: 0800-666-8400 | Org. de control: www.argentina.gob.ar/ssn





ARMANDO GIOIOSA (LAS FLORES)



EDUARDO ARROYO (GUALEGUAYCHÚ)



DIEGO COLASO (GUALEGUAY)



LAUTARO VIDARTE (MIRAMAR)





Somos una **empresa nacional con respaldo internacional y base en el mercado asegurador desde hace más de 100 años**. Desde entonces, trabajamos todos los días para atender las necesidades de nuestros asegurados, brindando **protección a medida y las mejores soluciones**.

¡MIRÁ TODOS NUESTROS PRODUCTOS!

SEGUROS PATRIMONIALES

 AERONAVEGACIÓN	 CONSORCIO
 EMBARCACIONES COMERCIALES Y DE PLACER	 CAUCIÓN
 AUTOMOTORES	 TRANSPORTES
 RIESGOS AGRÍCOLAS	 RESPONSABILIDAD CIVIL
 HOGAR	 SEGURO TÉCNICO
 COMERCIOS	 INCENDIO

SEGUROS DE PERSONAS

 ACCIDENTES PERSONALES	 ACCIDENTES PERSONALES PLENUS
 COLECTIVOS	 INDIVIDUAL Y DE SALUD
 A.R.T	

Conocé más en www.laholando.com



*Hoy, más que nunca,
queremos que
cuenten con nosotros.*



N° de inscripción en SSN
0409

Atención al asegurado
0800-666-8400

Organismo de control
www.argentina.gob.ar/ssn





ANTONIO Y ALESSANDRA GRASSO (MAR DEL PLATA)



EMILIO GIMÉNEZ (ROSARIO)



CARLOS TAMBUSSI (ZÁRATE)



GRUPO VISRED (CÓRDOBA)



UNA COMPAÑÍA EN MOVIMIENTO
QUE NO TE DA VUELTAS




SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN
www.ssn.gob.ar
0800-666-8400
N° de inscripción SSN: 064

www.victoria.com.ar



JOAQUÍN TELIAS (GUALEGUAY)



JORGE LUIS OLIVERAS (GENERAL BELGRANO)



JUAN IGNACIO MERODIO (MAR DEL PLATA)



MATÍAS PANELO (MAR DEL PLATA)



NORMA VALIENTE (CONC. DEL URUGUAY)



ORGANIZACIÓN BA.TE.GO (OF. PERGAMINO)



ROBERTO DANIEL GALÁN (CHASCOMÚS)



SANDRA BRUNO (LOBOS)



Asegurate con un
líder mundial en seguros

→ www.allianz.com.ar





Desde siempre, un respaldo
más que seguro.

www.fedpat.com.ar



**FEDERACION PATRONAL
SEGUROS S.A.**