



Tiempo de Seguros EL VIAJE

BUENOS AIRES
CÓRDOBA
ENTRE RÍOS
MENDOZA
SANTA FE



Seguinos por:

 www.tdselviaje.com.ar  www.tiempodeseguros.com.ar  www.tdsweb.com.ar

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



estamos en tu trabajo

Hoy, somos cada vez más los que tenemos que trabajar desde nuestras casas.
Por eso desarrollamos la cobertura ideal para este momento tan especial que estamos viviendo.

**No solo protegiendo tu vida y tus equipos informáticos,
sino también a tu grupo familiar.**

IDEAL PARA **EMPRESAS O AUTÓNOMOS.**



**SANCOR
SEGUROS**

**HOME
OFFICE**

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



SSN SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN



DIRECTORES:

- Fernando Gabriel Tornato
- Marcelo Eduardo Deve

Colaboran en esta edición:

- | | | |
|---|--------------------------------|-----------------------------|
| - Arq. Alberto Durán | - Ing. Fabián Pons | - Dr. Gustavo Bosco |
| - Asociación de Liquidadores y Peritos en Seguros | - Lic. Daniel González Girardi | - Dr. Juan Ignacio Perucchi |
| - Dr. Gustavo Yusti | - Lic. Roberto Mecca | - Dr. Alberto Alvarellos |
| - Estudio Lea (Leza, Escriña y Asociados) | - Selling Point | - Lic. Sebastián Vergé |
| - Ing. Ernesto Bodenheimer y Asoc. | - Rubén Quilindro | - Dr. Martín Diego Pirota |

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 4343 2121.

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 • 7° EDICIÓN DE "EL VIAJE DE TIEMPO DE SEGUROS"
- 7 • HÉCTOR MARTÍNEZ SOSA Y CÍA. S.A.
- 10 • ARIEL SILVA ASESORES DE SEGUROS S.A.
- 13 • LA EQUITATIVA SEGUROS
- 16 • LA DOCTRINA DE LA APARIENCIA Y EL PRODUCTOR ASESOR DE SEGUROS (DR. ALBERTO ALVARELLOS)
- 18 • LIBRA COMPAÑÍA DE SEGUROS
- 21 • DAÑOS EN MAQUINARIAS EN EL MERCADO LATINOAMERICANO (ING. ERNESTO BODENHEIMER)
- 26 • AFIANZADORA LATINOAMERICANA
- 28 • "EL CALCULADOR" CUMPLE 20 AÑOS (ESTUDIO LEZA, ESCRÍÑA Y ASOCIADOS S.A.)
- 30 • RS4 NEUMÁTICOS Y SERVICIOS S.A.
- 32 • CRV GROUP
- 34 • DE P.A.S. 3.0 A ANALISTA DE RIESGOS Y EMOCIONES ASEGURABLES 4.0 (LIC. DANIEL GONZÁLEZ GIRARDI)
- 36 • VICTORIA SEGUROS
- 38 • GLOBAL SOLUTION BROKER S.A.
- 41 • MGP BROKER
- 43 • EL SEGURO DE INCENDIO EN NUESTRO PAÍS (LIC. ROBERTO MECCA)
- 46 • CIO BROKER DE SEGUROS
- 48 • LA OBLIGATORIEDAD DEL ASEGURAMIENTO EN EL MERCADO LOCAL PARA BUQUES COMERCIALES (DR. GUSTAVO YUSTI)
- 50 • CUBUS BROKER DE SEGUROS
- 52 • S&C BROKER DE SEGUROS
- 54 • LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE, EL SANTO GRIAL DE LA FIDELIZACIÓN (ING. EDUARDO GALEAZZI)
- 56 • CUAL ES LA MEJOR MANERA DE ASEGURAR (ARQ. ALBERTO DURÁN)
- 58 • AUSPICIANTES DE LA 7° EDICIÓN DE "EL VIAJE DE TIEMPO DE SEGUROS"
- 60 • FICHAS TÉCNICAS AUSPICIANTES
- 66 • GESTIÓN SEGUROS
- 68 • INVAI BROKER
- 70 • LO QUE LA PANDEMIA NOS DEJÓ (ING. FABIÁN PONS)
- 72 • LA PROBLEMÁTICA DEL FRAUDE EN LA ACTIVIDAD ASEGURADORA (DR. JUAN IGNACIO PERUCCHI)
- 74 • GONZÁLEZ – SANTOIANNI Y ASOCIADOS
- 76 • ORGANIZACIÓN SALGADO
- 78 • INCENDIO DE EDIFICIO CON REPETICIÓN POR SUBROGACIÓN DE DERECHOS (ARQ. ALBERTO DURÁN)
- 80 • MAJOSEG RED DE PRODUCTORES DE SEGUROS
- 82 • ANÁLISIS DE RIESGOS A DISTANCIA (ESTUDIO LEZA, ESCRÍÑA Y ASOCIADOS S.A.)
- 84 • NATIVA SEGUROS
- 86 • EL DEBER DE SALVAMENTO Y EL DEBER DE PREVENCIÓN EN EL CÓDIGO CIVIL Y COMERCIAL (DR. GUSTAVO BOSCO)
- 90 • APORTES PARA UN CORRECTO ASEGURAMIENTO (RUBÉN QUILINDRO)
- 92 • COBERTURA DE RESPONSABILIDAD CIVIL CRUZADA (ING. ERNESTO BODENHEIMER)
- 94 • SEGURO 365
- 96 • ARM SERVICES
- 98 • VARESE BROKERS
- 100 • EL PRODUCTOR Y LA MARCA PERSONAL (LIC. SEBASTIÁN VERGÉ)
- 104 • COVID-19: LA CUARENTENA Y EL DEBER DE NO DAÑAR A OTRO (DR. MARTÍN PIROTA)
- 106 • ACTUALIDAD DE LA ASOCIACIÓN ARGENTINA DE LIQUIDADORES Y PERITOS DE SEGUROS (ARQ. ALBERTO DURÁN, PRESIDENTE)
- 108 • NO SOLO DE SUEÑOS VIVE EL HOMBRE (SELLING POINT)
- 109 • IKÉ ASISTENCIA

7º EDICIÓN DE “EL VIAJE DE TIEMPO DE SEGUROS”

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

En marzo del 2014, con un recorrido de más de 8.000 kms. a través de 8 provincias, se inició la primera edición de “El Viaje de Tiempo de Seguros”, que rápidamente se transformó en un auténtico evento sobre ruedas y una experiencia distinta e innovadora para el mercado asegurador.

A lo largo de sus 6 ediciones recorrimos más de 40.000 kms. de ruta y estuvimos en más de 100 localidades de 21 provincias, realizando cerca de 400 entrevistas presenciales en oficinas de colegas productores, agencias o sucursales de compañías aseguradoras; además, durante las mismas, realizamos desde el interior 22 transmisiones en vivo de nuestro programa.

Con grandes expectativas planeamos para este 2020 la 7º edición, de nuevo con un extenso recorrido, donde llegaríamos por primera vez a muchas localidades, con colegas ansiosos de conocernos en persona y recibirnos para compartir sus historias y experiencias, pero todos sabemos lo que ocurrió...una impiadosa pandemia importada llegó para afectar la vida de todos nosotros. Pensamos y repensamos mucho qué hacer, pero fue gracias al inestimable

apoyo de nuestros sponsors que apostaron e insistieron en que no importaba cuándo se iniciase el recorrido, si no que -por tratarse el nuestro de un negocio de personas- iba a ser más que necesario el mantener esa tradición del encuentro cara a cara, el hablarse mano a mano y no por un chat o videoconferencia. Apenas iniciamos los contactos, los colegas de distintas localidades a visitar nos contaron que nos esperaban con mucha ansiedad, y aunque por el momento haya que evitar los abrazos o el placer de compartir un mate, los podríamos visitar y conocernos mutuamente. Fue así que rediseñamos el recorrido que planeamos originalmente, para llegar a muchos de los principales centros económicos de nuestro país para así reflejar en directo la realidad económica que está dejando esta cuarentena y cómo poco a poco se vuelve a retomar una actividad tan importante para la realidad económica de todo país, como es el seguro.

Solo hubo que esperar el levantamiento de algunas restricciones y es por eso que a partir de diciembre de este triste año volveremos a recorrer unos 10.000 kms. de ruta, visitando 5 provincias y

más de 20 ciudades, para realizar unas 100 entrevistas presenciales y varias emisiones desde distintas localidades del interior.

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 las cámaras a bordo que equipan el móvil con el cual realizaremos esta travesía.

Quedan todos invitados a sumarse a este viaje que tiene mucho de aventura, sueños y pasión por lo que hacemos. Muy pronto llegaremos a tu región a bordo de un vehículo identificado con las marcas de aquellas empresas que nos apoyan en este evento y será una ocasión para que todos estemos un poco más cerca.





GALENO

**TODAS LAS COBERTURAS EN
PLANES MÉDICOS Y SEGUROS
QUE TUS CLIENTES NECESITAN**

Bríndale a tus clientes toda la protección y el cuidado que necesitan, a través de los mejores planes de cobertura médica y una amplia gama de seguros.

Todo con el respaldo de GALENO SOLUTIONS, un programa de soluciones tecnológicas de vanguardia que permiten una gestión ágil y eficaz.

Planes Médicos – Seguros de ART – Seguros de Vida (obligatorios y optativos)
Accidentes Personales – Seguros de Autos y Flotas – Seguros Integrales
Seguros de Todo Riesgo Operativo – Seguros de Caucción



www.galenoseguros.com.ar / www.e-galeno.com.ar

Servicios al Productor:
0800-333-7784

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

HÉCTOR MARTÍNEZ SOSA Y CÍA S.A.



DESARROLLO HACIA EL INTERIOR DEL PAÍS Y MÁRKETING DIGITAL EN APOYO DE LOS P.A.S.

BREVE RESEÑA DE LA EMPRESA

Hector Martínez Sosa y Cía. S.A. es una sociedad que el año que viene cumplirá 50 años en el mercado asegurador.

A los cinco años de su fundación y con la necesidad de atender algunos clientes, nos establecimos en Tierra del Fuego siendo los primeros Productores Asesores en esa Provincia, que en aquel momento era denominado Territorio de la Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur.

Desde aquel momento estamos trabajando en la Isla, en Río Grande y Ushuaia con oficinas propias y estructuras en ambas que nos fueron posicionando a lo largo de los años como referentes de la Provincia, con un equipo muy profesional y dedicado.

En el año 92 creamos Unibroker Asistencia Aseguradora con el fin de darle acercarlos a Productores chicos y medianos la posibilidad de operar con las aseguradoras grandes del mercado, dándoles la posibilidad de operar con todas ellas brindándoles toda la atención general en cuanto a Producción, Sinistros, Cobranzas, etc., donde un solo ejecutivo los asistiera independientemente de la/s compañía/s con la/s que trabajara a través nuestro.

Esto, que hoy parece un modelo bastante utilizado por muchas aseguradoras, en aquel momento era muy difícil explicarle al Productor que cobraría la misma comisión que trabajando en directo, y más aún que las compañías entendieran que nuestro trabajo lo debían pagar ellas, ya que lo que nosotros estábamos haciendo era quitándoles gastos fijos y convirtiéndolos en variables, con lo cual el arranque fue muy difícil, pero con los años este modelo se impuso en el mercado.

Actualmente contamos con una red de más de 450 productores que operan con nosotros toda la cartera, una parte o alguna aseguradora en especial, y tenemos la suerte de contar con algunos de ellos desde el origen de Unibroker.

Hace casi dos años entendimos que podíamos replicar este modelo en Río Grande y

en Ushuaia, buscando socios con los cuales compartiéramos los valores, y fue así que arrancamos en ambas ciudades, y pasamos de ser competencia para ellos a ser socios y potenciarnos con el fin de hacer más y mejores negocios

PANDEMIA Y ROL DEL PRODUCTOR EN LA MISMA

En el mes de marzo cuando el Gobierno decreta el ASPO, creo que la mayoría coincidirá en que fueron momentos de incertidumbre, porque casi de un día para el otro debíamos irnos a las casas, prácticamente dejando todos los papeles de trabajo en la oficina, y si bien creíamos que teníamos las herramientas para afrontarlo, no sabíamos cómo iba a resultar.

Si bien por distintas situaciones con algunos habíamos experimentado a lo largo de los últimos 3 años la experiencia del home office, y aunque la gente de Río Grande y Ushuaia ya llevaban una semana en esta modalidad, ya que el ASPO en la Provincia fue decretado antes que en el AMBA, entendíamos que una cosa era algunos, y otra muy distinta era todos, pero honestamente resultó ser una muy buena experiencia.

Al principio probando las conexiones en la nube de la mayoría, y otros a través del es-

nieron las famosas fake news y los pedidos de rebajas y toda esta historia que ya conocemos donde realmente hubo que trabajar mucho, casi te diría sin horarios ni días hábiles, y donde cada compañía brindó herramientas para defendernos, algunas de gran ayuda y otras no tanto, pero fueron semanas estresantes para todos.

De todas formas creemos que esta situación nos puso en el centro de la escena, porque si recuerdan casi todas las fake news sugerían

“ACTUALMENTE CONTAMOS CON UNA RED DE MÁS DE 450 PRODUCTORES QUE OPERAN CON NOSOTROS”

que le pidas a tu Productor la rebaja de la póliza, y en todos los medios aconsejaban esto, con lo cual y aunque esto haya sido una carga muy grande, ponía a los Clientes que tenían un Productor en un lugar de privilegio con respecto a los que tenían contratado su seguro a través de un Banco o en directo, ya que hemos visto infinidad de casos donde ni siquiera los atendían telefónicamente. Creemos que, si de esto se puede sacar algo positivo, es que se Revalorizo la función del Productor Asesor de Seguros.

FUTURO DEL PRODUCTOR ASESOR DE SEGUROS

Nosotros vemos que el modelo del Productor Asesor de Seguros es un modelo muy afianzado en nuestro País, e independientemente de las distintas formas de comercializar que se van dando en la actualidad, no creemos que esto se dé masivamente, ya que como comentáramos anteriormente, el Cliente necesita del asesoramiento y de la asistencia permanente que solo el Productor de Seguros actualmente puede brindarle.

Si lo que pensamos es que se va a tener que profesionalizar más, o apoyarse en estructuras profesionales que le permitan acceder a riesgos y coberturas no convencionales, es por ese motivo que desde hace años estamos trabajando, para darle un soporte técnico con Profesionales del mercado puestos a su disposición, que nos permita crecer con una composición de cartera mucho más homogénea.

Por otro lado, creemos también que este es el momento para elegir las Compañías con las que deberíamos trabajar, es el momento



GUILLERMO ALONSO Y HÉCTOR MARTÍNEZ SOSA

critorio remoto, y el resultado fue muy bueno, y acá tenemos que agradecer mucho a nuestra gente de sistemas que nos asistieron permanentemente.

Una vez resuelto esto y con el poco movimiento de la primera semana, se nos vi-

de poner el foco en aquellas que realmente privilegian el canal del Productor Asesor de Seguros.

A raíz de esto decidimos participar de la Comisión de Sociedades de AAPAS, donde están los principales Brokers de origen Nacional y cuya acción inicial fue juntarnos con los Ceos de las Aseguradoras que entendemos son las que privilegian al Productor Asesor de seguros, y en ese camino estamos yendo, con muy buena recepción. Esta comisión si bien está compuesta por Brokers, en la gran mayoría de Ellos (como en nuestro caso) somos Organizaciones de Productores de Seguros que sumamos entre todos unos 8.000 aproximadamente, lo que nos permite tener más representatividad a la hora de juntarnos con las Compañías.

PROYECTOS PARA EL AÑO QUE VIENE

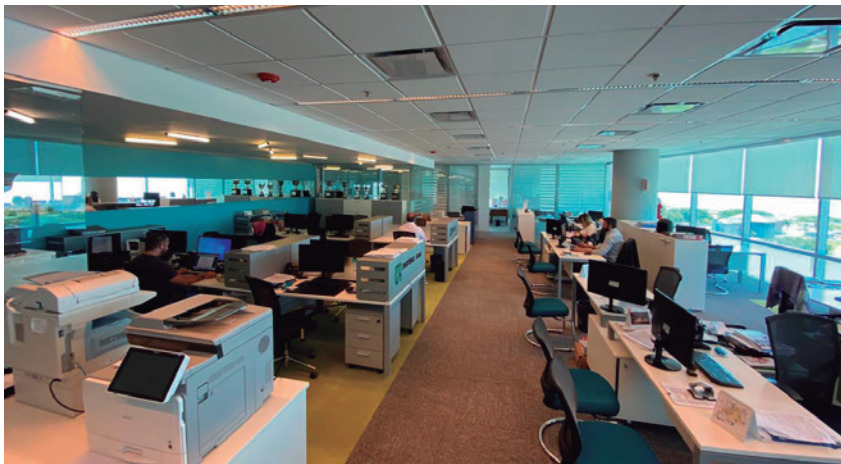
Durante los primeros meses del año que viene estaremos encarando el desarrollo para el interior del País que es una asignatura pendiente, si bien actualmente tenemos algunos Productores Amigos con los que trabajamos en Puerto Madryn, en Rosario y algún lugar más, la idea es ir entrando en algunas ciudades puntuales, para lo cual al igual que nos pasó en Tierra del Fuego, tendremos que buscar los socios correctos, fundamentalmente aquellos que como dijéramos, compartan nuestros valores.

Por otro lado, también este año también comenzamos a incursionar en riesgos cor-

porativos y seguiremos profundizándolo el año que viene, ya que si bien hace años atrás los trabajábamos, fuimos cambiando la estrategia y descuidando un poco esta área, con lo cual estamos retomando también ese camino.

Otro objetivo clave para el año que viene es el sistema operativo, que, si bien la primera etapa la estamos poniendo en funcionamiento antes de enero, el año que viene va a ser crucial para terminar de tenerlo a pleno y poder tener una herramienta más de gestión que nos permita dar valor agregado.

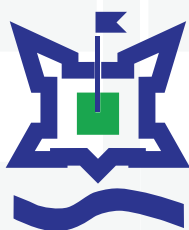
Un punto importante en el que estamos trabajando desde hace casi un año y que arrancaremos fuerte el año que viene, es en el marketing digital, otra herramienta que pondremos al servicio de los Productores para llevarles una solución a un tema donde no todos tienen acceso ni medios para llevarlo a cabo, por eso nuestra idea es entregarles piezas todos los meses con distintas temáticas donde Ellos lo puedan personalizar y usarlas como propias, entre otras acciones.



HÉCTOR MARTÍNEZ SOSA Y CÍA. S.A. UNIBROKER ASISTENCIA ASEGURADORA



NUESTRO ÚLTIMO VIAJE EN FOTOS



UNI BROKER

ASISTENCIA ASEGURADORA

25 Años de Crecimiento Permanente

Administrando la cartera de más de
400 Productores Asesores de
Seguros, generando la ventaja
competitiva de operar con las
compañías líderes del mercado

Llamanos
011 - 4849 - 9200

Avda. del Libertador 174 - Piso 14
Vicente López
Av. Paseo Colón 728 - 7ºB
C.A.B.A.



SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN
www.ssn.gob.ar
0800-666-8400
Persona Jurídica
N° de Matriculación: 00003



ARIEL SILVA ASESORES DE SEGUROS S.A.



FUERTE APOYO Y ACOMPAÑAMIENTO A LOS JÓVENES P.A.S.

Tenemos nuestra Central en Corrientes en Junín 762 Piso 2 Oficina 5 y oficina comercial en Junín 766 en Planta baja.

En **Goya** en Belgrano 1167.

En **Resistencia** – Chaco - en Avda. Paraguay 50

En **Formosa** en Mitre 193.

Como queda a la vista **trabajamos las Provincias de Corrientes, Chaco y Formosa.**

Página web:

www.arielsilvaseguros.com.ar

OFICINA MÓVIL:

Siguiendo nuestra política de innovar permanentemente, presentamos al mercado hace ya dos años una Oficina Móvil Mercedes Benz Sprinter larga dotada con elementos de última generación que nos permite emitir Pólizas en tiempo real en el lugar que estemos y llegar a todos los rincones con las comodidades necesarias. Realmente nos permitió lograr una mayor participación en el mercado regional. Asistimos permanentemente a los principales eventos de aquellas Localidades dónde contamos con un PAS. Esto permite a nuestros productores lograr una mayor interacción con sus mercados.

¿CON CUÁLES COMPAÑÍAS TRABAJAN?

Trabajamos:

- Mercantil andina
- Swiss Medical Seguros
- Experta
- Nación Seguros
- Caja de Seguros
- Previncia

g) Asociart ART

h) Galeno Seguros

i) CNP Seguros

j) San Cristóbal Seguros

“APORTE DE LA CUARENTENA”

Pudimos interpretar, entender y afrontar la realidad adecuándonos a esta impensada modalidad atípica hasta mediados de Marzo. Trabajamos muy fuerte con los PAS. Impulsamos y los capacitamos en el uso de herramientas para gestión no presencial, como los portales y las aplicaciones de las Compañías y nuestra página. Utilizamos las redes sociales. Hubo mucho por hacer en poco tiempo. Las videollamadas y el Zoom estuvieron y aún están a la orden del día.

Tuvimos que adaptarnos y reaccionamos ante al nuevo escenario.

Rápidamente brindamos acceso remoto a nuestros agentes para que pudieran afrontar la tarea cotidiana desde sus casas. Hemos logrado que trabajen como si estuvieran en la oficina. Con la misma eficiencia, seguridad y vocación de servicio. Hoy debemos agradecer a la “cuarentena” todo aquello que obligados debimos utilizar, aprender y desarrollar.



ARIEL SILVA, TITULAR DE ARIEL SILVA ASESORES DE SEGUROS SA

¿EN QUÉ LOS PERJUDICÓ LA CUARENTENA?

Los inconvenientes causados por la Cuarentena son comunes a todos en el País y sería reiterativo describirlo.

La situación más compleja que hemos vivido en Chaco y Corrientes fue “PRE-PANDEMIA”. En el Chaco en Enero 2019 y en Corrientes Diciembre 2019 ambos Gobiernos Provinciales Decreto mediante establecieron que absolutamente todos los negocios de seguros corporativos oficiales y de Entes Descentralizados pasen por los Brokers del Banco del Chaco y un privado en Banco de Corrientes. Lo más lamentable es que no hemos visto ningún reclamo formal de las Organizaciones que nos aglutina. Realmente los PAS estamos desprotegidos y sin apoyo. En este contexto estamos trabajando. Este golpe fue sin dudas mucho más fuerte que la Pandemia. Esta situación nos permitió conocer a las Compañías. Aquellas que fueron leales a los PAS de aquellas que por un negocio rápido corrieron a los Bancos y se olvidaron de los PAS.



¿QUÉ OBJETIVOS TIENEN PARA EL SEGUNDO SEMESTRE DE 2020?

Indudablemente la cuarentena y condiciones no deseadas que presento el mercado desde Marzo a la fecha nos llevó a replantear objetivos y prioridades. **Decidimos apoyar con preferencia las acciones y tareas de nuestros PAS.** Muchos del Interior y con recursos limitados los apoyamos en desarrollar tecnología, capacitarlos de manera que puedan cubrir sus necesidades para poder seguir atendiendo adecuadamente.

Ratificamos lo que antes de la Pandemia habíamos decidido de incorporar nuevos PAS y trabajar fuerte con ellos en capacitación y apoyo comercial. **Apuntamos con preferencia a los jóvenes,** apoyándolos no solamente en lograr buenas condiciones económicas sino dando ayudas económicas para atender las necesidades prioritarias y acompañando su gestión comercial inicial. Consideramos esencial estar junto a ellos en la primera etapa que es cuando más necesitan y dudas pueden tener.

¿EN QUÉ SE CONSIDERAN FUERTES?

Nos sentimos fuertes y cómodos en la tarea de incorporar y capacitar a jóvenes PAS. Brindamos el mayor apoyo posible y tratamos de profesionalizar a nuestra fuerza. **Principalmente a aquellos que recién se inician.** Otra fortaleza encontramos en el

respaldo de las Compañías que trabajamos. Todas ellas de primer orden.

FINALMENTE

Atendemos todas las necesidades en materia de Seguros. Fuertemente orientado a apoyar y acompañar a los PAS. Tanto en gestiones comerciales habituales como en aquellas coberturas no tradicionales que cuesta un poquito en el interior por la falta de habitualidad o poca frecuencia. **Estamos impulsando Vida Individual y Vida Colectivo.** Complacidos de alentar a los PAS a incursionar por estas ramas no siempre frecuentadas.

Recientemente hemos cerrado una alianza estratégica con SEGA Consultores cuyos resultados ya lo estamos palpando en todo lo que es Vida Individual.

Invitamos a saber más de nosotros a través de nuestra página web

www.arielsilvaseguros.com.ar
 T.E. fijos 0379 4467744 ó 4464747
asilva@arielsilvaseguros.com.ar
 +54 379 466 7375
jsilva@arielsilvaseguros.com.ar
 +54 379 468 1504
csilva@arielsilvaseguros.com.ar
 +54 379 468 1966



ARIEL SILVA
 ASESORES DE SEGUROS S.R.L.

Más de 18.000 Pólizas individuales de autos y motos.	Más de 373.000 personas aseguradas en Accidentes Personales.	Más de 2000 Establecimientos Educativos atendidos.	Más de 70.000 asegurados en Vida.	Más de 120 comercios asegurados.	Más de 3.800 unidades en Flota aseguradas.
--	--	--	-----------------------------------	----------------------------------	--

Productores Asesores de Seguros

Ariel Silva Asesores de Seguros

«Somos la confianza que generamos en nuestros asegurados».

Junín 766 Piso 2 Of 5
 Tel: 0379-4467744
 Corrientes-(3400)

www.arielsilvaseguros.com.ar

0800-666-8400
www.ssn.gob.ar
 N° de inscripción: 1111

> Consultá con tu
**PRODUCTOR ASESOR
DE SEGUROS**



Argentin@

El auto me dejó
a gamba en la

CALLE



QUÉ TEMA, ¿NO? A menos que tengas
un **NUEVO SEGURO DE AUTOS** que te
mande una grúa al toque.

EXPERTA
SEGUROS

AUTOS

Nº de inscripción en SSN
0880

Atención al asegurado
0800-666-8400

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



SSN

SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN

HOY MÁS QUE NUNCA, TRABAJANDO CODO A CODO CON LOS PRODUCTORES ASESORES DE SEGUROS

VOCERO: GUSTAVO FALKE / GERENTE COMERCIAL



NUESTRA ESTRATEGIA COMERCIAL PRE Y POST-PANDEMIA

La estrategia comercial de La Equitativa no se modificó con la pandemia, en realidad podríamos decir que se intensificaron y profundizaron los lineamientos que teníamos sobre comunicación, capacitación y servicio hacia el productor. Todas nuestras energías se centran en el Productor Asesor de Seguros, único canal de comercialización de nuestros servicios. Brindamos coberturas que se ajustan a las necesidades de los asegurados, facilitamos y simplificamos la administración de las carteras de los PAS, tenemos una comunicación simple y clara en relación a nuestras políticas de suscripción y, tal vez lo más importante, acompañamos al PAS en el momento de liquidar un siniestro, dándole contención a través de procesos simples y rápidos para su pronta liquida-

ción.

Trabajar desde nuestras casas, digitalizando todos nuestros procesos administrativos y comerciales, fue un gran desafío de logística, de comunicación y de implementación. Pusimos nuestro foco en trabajar codo a codo con el PAS, escuchando sus necesidades, ayudándolo en esta nueva forma de trabajo y capacitándolo en el uso de nuevas herramientas.

LA TECNOLOGÍA - BALANCE DE LA SITUACIÓN ACTUAL

Entendemos que hasta el momento podemos sacar dos grandes conclusiones como balance parcial a octubre de 2020. La primera es reafirmar el lugar estratégico que tiene el PAS ante sus asegurados, lugar largamente ponderado por La Equitativa desde hace más de 123 años en donde privilegiamos el contacto personal que brinda

el productor a sus asegurados. La segunda conclusión viene de la mano de la tecnología: la vemos como un medio, y no como un fin. Un medio para nosotros, para poder estar más cerca de nuestros productores en estas circunstancias, para facilitar su gestión como PAS. Y además constituye una manera para el PAS de seguir cerca de sus asegurados, contenerlos y asesorarlos; y también es una oportunidad para captar potenciales asegurados. Nuestro esfuerzo en tecnología ha sido entonces para mejorar la calidad en la relación entre el PAS y nosotros, y fundamentalmente entre el PAS y su cartera de asegurados.

ACCIONES COMERCIALES

Las acciones comerciales que hemos realizado en este período se dividen en dos etapas: la primera etapa fue acompañar al pas en el proceso de digitalización total de su cartera, desde la suscripción, administración y siniestros, brindando capacitación específica y adecuando nuestra oferta aseguradora a tal fin.

La otra instancia no menos importante fue basar nuestra estrategia comercial en capacitar a todos los productores en nuevas formas de comunicación con sus asegurados (a través de plataformas como LinkedIn, Instagram, Whatsapp, Facebook) y en divulgar nuestra oferta de coberturas y capacitar a los PAS en ramos del seguro que no trabajaban tradicionalmente (como transporte, caución, seguro agrícola) para que puedan contar con una oferta aseguradora amplia y ganar nuevos mercados. Además hemos generado programas de incentivos a



ANTONIO MILICI (SUB-GERENTE COMERCIAL), ALEJANDRO JACKSON (JEFE COMERCIAL VIDA) Y GUSTAVO FALKE (GERENTE COMERCIAL)

las ventas y mantenimiento de cartera en ramos como automóviles, combinados familiares, accidentes personales y seguros de vida. Este tipo de acciones genera alta participación por parte de la red de productores y ayuda a fidelizar la cartera, otorgando nuevas oportunidades de crecimiento.

EL PAPEL DEL ÁREA COMERCIAL EN PANDEMIA

La función del área comercial de La Equitativa ha sido la de contener a la red de productores en momentos de alta incertidumbre, siendo el canal de comunicación de las necesidades que fueron surgiendo a medida que avanzaba la pandemia por un lado y las decisiones que adoptaba la empresa por el otro. Nosotros trabajamos con un esquema de atención personalizada en donde el productor puede canalizar todas sus inquietudes. Tenemos presencia en 23 provincias de la Argentina, en muchas localidades pequeñas, en las que la figura del productor tiene un papel central en la tarea de llevar confianza y tranquilidad. Nuestra tarea fue mutando ante la imposibilidad del contacto personal, pero hemos arbitrado todos los medios para no perder el contacto permanente con el PAS. Entre las acciones llevadas a cabo, implementamos líneas directas con todos

los responsables de áreas de la empresa y pusimos en funcionamiento una línea de Whatsapp exclusiva para Productores con una plataforma tecnológica de gestión robusta, que nos permite contestar en forma rápida y eficiente todas las consultas de nuestra red en todo el país. Creamos e implementamos sistemas de atención en todas las áreas de la empresa para optimizar en tiempo y forma nuestras respuestas y así mejorar la experiencia del PAS al trabajar con La Equitativa.

PRINCIPALES DESAFÍOS A FUTURO

Los principales desafíos entendemos que tienen que ver con procesar todos los cambios que fueron dramáticamente rápidos y profundos, cambios que estaban previstos para los próximos 5 años se adelantaron, no sólo en nuestro sector comercial. Cambios en la forma de vincularse con el asegurado, cambios en la gestión de cartera por parte del PAS, cambios profundos en el sector de seguros, pero siempre con la premisa de realzar la figura central que tiene el PAS en todo el proceso de aseguramiento de un riesgo por parte del ase-

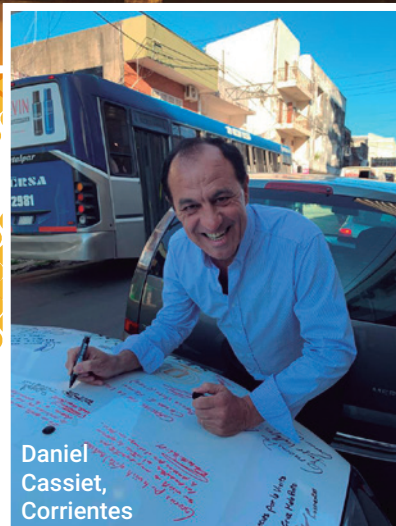
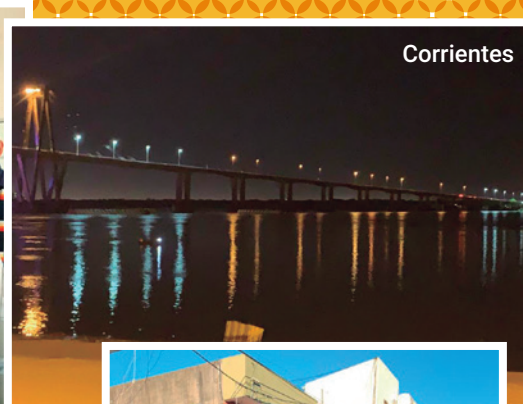
gurado.

En esta etapa de pandemia, hemos notado con agrado que muchas organizaciones grandes, medianas o pequeñas se acercaron a trabajar con nosotros. Valoramos muchísimo estas nuevas participaciones.

“COMO DICE NUESTRO SLOGAN, NOSOTROS, NUESTROS PRODUCTORES Y VOS, RESUME EL CÍRCULO VIRTUOSO AL QUE NOS ENFOCAMOS PARA MEJORAR DÍA A DÍA, CON O SIN PANDEMIA.”

Adaptarnos todos fue fruto de un gran trabajo en equipo, en donde las necesidades del asegurado y por supuesto de nuestro socio estratégico el Productor han sido satisfechas.

A mediano plazo nuestros objetivos se encuentran alineados con los de los PAS, en cuanto a mantener cartera y captar nuevas oportunidades de negocios. Creo que la palabra adecuada es FLEXIBILIDAD: en nuestros procesos, en nuestros servicios, en la inversión en tecnología como medio para ser más eficientes, en el contacto con nuestra creciente red de productores, y frente a los cambios de la coyuntura para poder brindar el mismo servicio de calidad que hemos brindado siempre.



Gabriela
Fernandez,
El Bolson

Daniel
Cassiet,
Corrientes

NUESTRO ÚLTIMO VIAJE EN FOTOS



Productor- Equitativo:

*Con una mano
te atiende
el teléfono,
y con la otra
te va apurando
los trámites.*

En La Equitativa la capacidad para escucharte es tan importante como la capacidad para resolverte el problema.

La Equitativa. Nosotros, nuestros productores y vos.

www.laequitativa.com.ar | seguros@laequitativa.com.ar



LA EQUITATIVA
COMPAÑÍA DE SEGUROS

Nº de inscripción en SSN
044

Atención al asegurado
0800-666-8400

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



SSN | SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN

LA DOCTRINA DE LA APARIENCIA Y EL PRODUCTOR ASESOR DE SEGUROS

POR EL DR. ALBERTO A. ALVARELLOS, TITULAR DEL ESTUDIO ALVARELLOS & ASOC.

En un fallo de la Cámara de Apelaciones en lo Comercial de la Capital Federal se ha dicho: “La doctrina de la apariencia de derecho se refiere a la situación tal como de hecho se manifiesta a los terceros en un determinado momento: la situación creada por la apariencia resulta de circunstancias objetivas y tiene por efecto asimilar lo que aparece a lo que es. Naturalmente, la tutela de la confianza desaparece, no solamente en los casos en los que el tercero se encuentre en situación de mala fe, o sea que conociese la irrealidad del negocio (o del acto), sino también cuando él, empleando la diligencia común, habría podido reconocer la irrealidad del negocio (o del acto). En tales casos, la apariencia no puede predominar sobre la realidad... La ley, cuando existe conflicto de intereses, debe inclinarse hacia la seguridad de aquel interés que sea más digno de ser protegido” (Sala F, 11.12.12, “Uvicom S.A. c/ Volkswagen Argentina”).

La doctrina de la apariencia, en materia de seguros y la intervención en el mismo del productor asesor de seguros, se relaciona con la figura de la representación aparente, que ha sido incorporada en el Código Civil y Comercial de la Nación a través del art. 367 que dispone que “cuando alguien ha obrado de manera de inducir a un tercero a celebrar un acto jurídico, dejándolo creer razonablemente que negocia con su representante, sin que haya representación expresa, se entiende que le ha otorgado tácitamente poder suficiente”

Si despojamos a la norma de cierto tono conspirativo que parece desprenderse de su texto, no cabe duda de que el productor asesor de seguros actúa frente al asegurado, en variadas situaciones –y casi siempre con la conformidad del asegurador– como un representante aparente de éste.

En la representación aparente, el representante, a pesar de no contar con mandato suficiente actúa, ante los ojos de terceros como un verdadero representante y, por tal motivo, el tercero que está tratando con él cree que lo está haciendo con quien cuenta con facultades suficientes cuando, en verdad, no las tiene. Sin embargo, en el ámbito de nuestro análisis ocurre que, como lo señalamos en el párrafo precedente, en la mayoría de los casos el representado (el asegurador) juega un rol decisivo en la creación de esa apariencia. El representado, con acciones u omisiones, contribuye, de algún modo a la conformación de un

cuadro que determina que el tercero pueda considerar, razonablemente, que está obrando con su representante.

Estas situaciones, que, con frecuencia, es dable observar en el ámbito del seguro, no se llevan adelante con mala fe ni con el afán de perjudicar a terceros (asegurable o asegurados) sino como una consecuencia de la actividad comercial de aseguradores y productores asesores de seguros. Así, no es poco frecuente que las oficinas y locales de productores asesores se vean ornamentados con el logo y los emblemas distintivos de determinado asegurador. Y aún más, algunas compañías habilitan parte de sus sistemas informáticos para mantener una relación on line con sus productores, convirtiéndose, de ese modo, las oficinas de éstos, en la práctica, en dependencias de aquéllas.

En autos “Nissero Carlos Alberto c/ Compañía de Seguros Bernardino Rivadavia Limitada” (CNCiv., Sala G, 04.09.07), se recordó la distinción entre el agente institorio, que, como sabemos, es un representante del asegurador y el productor asesor de seguros que, por su rol de intermediación en el contrato, carece de la misma. Y se señaló que, por tal motivo, “la denuncia de siniestro no puede efectuarse en la persona del productor con los efectos del art. 46, pues el mismo no es destinatario habilitado para su recepción sino que, si es quien la recibe, sólo está facultado para realizar la tarea material consistente en su envío al asegurador”

Sin embargo, en seguida recordó el Tribunal, que “se ha sostenido que, bajo ciertas condiciones, cuando su conducta constituya un mandato tácito o revelare una autorización implícita del asegurador en tal sentido, la denuncia del siniestro producirá los efectos propios de tal acto”

Y señaló que “se recurre entonces a la teoría de la apariencia basada en la existencia de un estado de apariencia ante los asegurados convalidado implícitamente por el asegurador, que implica considerar al productor como un verdadero representante

del principal, con capacidad para obligarlo jurídicamente, a fin de preservar la buena fe de los terceros y la seguridad jurídica en las contrataciones”

En estos casos, la jurisprudencia ha entendido que los actos llevados a cabo por el asegurado ante el productor asesor de seguros, aun cuando los mismos excedieran el marco fijado por el art. 53 de la Ley de Seguros Nro. 17.418 (recepción de propuestas de celebración y modificación de contratos de seguro; entrega de instrumentos emitidos por el asegurador, referentes a contratos o sus prórrogas y recepción de pagos de la prima, si se hallare en posesión de un recibo del asegurador) deben reputarse como llevados a cabo ante el propio asegurador.

Esa representación compromete al asegurador, sin perjuicio de las acciones que pudiera promover contra el productor



DR. ALBERTO ALVARELLOS

asesor de seguros en los casos en los que éste hubiera actuado fuera de los límites acordados, ya fuera mediante instrumentos firmados o, inclusive, a través de las prácticas habituales, debiéndose recordar que la costumbre y los usos y prácticas habituales son fuentes del Derecho y, con mucho más énfasis, en el Derecho Comercial.

Por ello, se ha dicho que esta representación aparente, esta suerte de mandato tácito

to “se configura a partir del silencio o inacción del asegurador, cuando no impida, pudiendo hacerlo, lo que sabe que alguien está haciendo en su nombre. La teoría de la apariencia tiende a proteger al contratante que actuó de buena fe. Según el principio de la apariencia, la existencia y alcance de un acto debe juzgarse sobre la base de su manifestación exterior o forma externa con la cual sus autores lo han hecho conocido, de modo que produzcan convicción respecto de su regularidad y realidad” (CNCom, Sala F, 16.07.20, “Helmbold Daniel Alberto c/Orbis Cia. Argentina de Seguros S.A.”).

Ahora bien, así como se ha dicho que “quien crea una apariencia se hace prisionero de ella”, debe temerse presente que para que resulte aplicable esta teoría de la apariencia que venimos tratando, la confianza creada por ella debe ser objetiva, generalizable, valorable según el standard de una persona común que obra de buena fe.

Por ello, se ha dicho que, para que opere esta teoría es preciso “que el tercero no haya podido conocer la verdadera situación empleando una diligencia media, carga ésta que Lorenzetti denomina de “autoinformación” que incumbe a todo sujeto frente a la contratación y que ese autor sólo considera innecesaria conforme a la costumbre o, en su caso ineficiente, cuando se actúa basado en una confianza legítima” (CNCom., Sala C, 19.06.14, “Rey, Alfredo c/ Smurra, Sergio O.”).

Justamente, en dichos autos “Rey” se dejó constancia que la apariencia no se conforma con una mera apreciación del reclamante sino que es preciso que, como lo señalamos más arriba, existan circunstancias objetivas que conduzcan a la convicción que se invoca. Se dijo en ese caso: “Corresponde rechazar el resarcimiento de daños y perjuicios contra la aseguradora en la causa en que el actor no contó con cobertura de un seguro particular que cubra el incendio ocurrido en su inmueble, en tanto se tuvo por demostrado que los débitos automáticos realizados en la cuenta caja de ahorros fueron destinados a una póliza contratada para un automóvil y no para el de su hogar, por lo que el obrar de la aseguradora fue insuficiente para generar en el ánimo del demandante la apariencia de contrato sobre cuya base demandó”.

La teoría de la apariencia acaba de cobrar renovada actualidad a raíz del fallo dictado el reciente 3 de setiembre por la Corte Suprema de Justicia de la Nación en autos “Tuero Caso, José Luis c/ Latoyar S.A. s/ daños y perjuicios”.

En ese caso, ocurrido un accidente del que resultó la muerte del joven hijo de los actores, se discutía la existencia de seguro de

responsabilidad civil respecto de un autolevador que operaba en la vía pública. El propietario del mismo, a través de su asesor productor de seguros, habría presentado dos propuestas de seguro a su respecto el mismo día del siniestro: una por seguro técnico (que incluía una cobertura de \$ 20.000 por responsabilidad civil) y otra

“QUIEN CREA UNA APARIENCIA SE HACE PRISIONERO DE ELLA”

por seguro automotor, ya que el automotor circularía por la vía pública en esa jornada. El asegurador emitió la póliza por el seguro técnico y, según las constancias de autos, habría guardado silencio dijo respecto del seguro de automotor, cuya asegurabilidad, dadas las características del rodado no resultaba viable.

Las propuestas se tuvieron como acreditadas mediante declaración testimonial del productor asesor de seguros y, asimismo, se presentó en el expediente, además de la póliza emitida, una “constancia de cobertura” extendida por el citado productor asesor en papel con membrete del asegurador. Dicha cobertura señalaba que la póliza se encontraba en curso de emisión sin ninguna aclaración relativa a que se hallaba sujeta a evaluación o alguna otra instancia de análisis.

En la sentencia de primera instancia, ante la falta de emisión de la póliza, el juez interviniente estableció el límite de la responsabilidad civil en el marco del seguro técnico. La Sala L de la Cámara Civil, que intervino en el caso con motivo de la apelación interpuesta contra dicho pronunciamiento, extendió los efectos de la condena al asegurador con un fundamento absolutamente equivocado: el silencio del asegurador ante la propuesta presentado por el productor asesor y en cierta contradicción en la que había incurrido a lo largo del proceso con respecto al destino dado a la propuesta.

Fundamento equivocado, decimos, porque, como es sabido, el art. 4 de la Ley de Seguros Nro. 17418, dispone que “la propuesta del contrato de seguro, cualquiera sea su forma, no obliga al asegurado ni al asegurador”. Y agregamos que tampoco pone en cabeza de éste la obligación de pronunciarse sobre la propuesta y, mucho menos, prevé que, en caso de silencio, se tenga por aceptado el contrato.

Por lo que surge de las sentencias emitidas en el proceso, fue recién al llegar a la Corte Suprema que salió a la luz la “constancia de cobertura” a la que aludimos

más arriba. En esa instancia, al responder la vista conferida al Ministerio Público, el Procurador Fiscal de la Nación emitió un dictamen cuyos fundamentos hizo propios el Alto Tribunal.

En ese dictamen el Dr. Víctor Abramovich tuvo en cuenta lo declarado en el juicio por el productor asesor interviniente quien dijo que era la modalidad habitual con la compañía aseguradora que se efectuara la propuesta y se emitiera la póliza. Además, consideró que la “constancia de cobertura” emitida por el productor asesor, en papel con membrete del asegurador, como dijimos, daba cuenta de que se había configurado la situación prevista en el último párrafo del citado art. 4 de la Ley de Seguros que dispone que “el contrato de seguro es consensual; los derechos y obligaciones recíprocos del asegurador y asegurado, empiezan desde que se ha celebrado la convención, aun antes de emitirse la póliza”.

Con respecto al tema bajo análisis, dijo el Procurador Fiscal: “La constancia expedida por el productor de seguros, en las condiciones descriptas en las que invocó el nombre comercial de la aseguradora, debe ser interpretada a la luz del principio de buena fe que debe regir las conductas de las partes, pudiendo haber generado la apariencia de que la emisión de la póliza era una formalidad que se concretaría”. Y, por tales motivos, propició –lo que, en definitiva dispuso la Corte Suprema- que se mantuviera la extensión de la condena hacia el asegurador aunque con fundamentos distintos a los expresados por la Cámara Civil.

LA TEORÍA DE LA APARIENCIA ACABA DE COBRAR RENOVADA ACTUALIDAD A RAÍZ DEL FALLO DICTADO EL RECIENTE 3 DE SETIEMBRE POR LA CORTE SUPREMA DE JUSTICIA DE LA NACIÓN EN AUTOS “TUERO CASO, JOSÉ LUIS C/ LATOYAR S.A. S/ DAÑOS Y PERJUICIOS”.

En mérito al principio de apariencia, como vemos, se consideró que se había celebrado el contrato de seguro invocado por el asegurado, entendiéndose que así surgía tanto de la “constancia de cobertura” emitida por el productor asesor como de la habitualidad de usos y costumbres a los que éste aludió en su declaración testimonial.

La teoría de la apariencia se convirtió, pues, en la fuente de la obligación del asegurador. Dicho esto, sin perjuicio, claro está, de las acciones que pudiera tener contra el productor asesor en el caso de que éste hubiera obrado fuera de los límites de la representación aparente que, evidentemente, ejercía en el caso.

NUESTRO CRECIMIENTO SE SUSTENTA EN LA CERCANÍA CON LOS PAS



RESPONDE: FERNANDO ÁLVAREZ, DIRECTOR COMERCIAL DE LIBRA SEGUROS

1.- ESTAMOS TERMINANDO UN AÑO MUY COMPLEJO, ¿QUÉ BALANCE REALIZAN EN LIBRA?

Realmente, esta repentina crisis suscitada por la pandemia tomó a todos los sectores económicos y al mercado asegurador por sorpresa, en este sentido la velocidad de adaptación y respuesta a esta nueva realidad tuvo comportamientos disímiles por parte del sector empresario, lo que sí es remarcable es el esfuerzo que se ha realizado para mantener las actividades, los puestos de trabajo y el funcionamiento y prestación de servicios.

En Libra y a pesar del contexto estamos muy satisfechos ya que pudimos reaccionar rápidamente sostener la actividad desde el día uno en que se decretó la cuarentena, pudimos mantener la operatoria a través de adaptar todos nuestros procesos a la modalidad Home Office.

En términos de producción hemos tenido una performance de crecimiento que superó nuestras expectativas. Somos una de las empresas que más crecieron en este período.

Acorde a nuestro modelo, estilo de trabajo y nuevos productos hemos tenido un gran crecimiento en la adhesión de nuevos PAS a un promedio mensual de 120 Productos por mes.

2.- ¿CUÁLES FUERON LOS PILARES Y ACCIONES QUE PERMITIERON TRANSITAR LA PANDEMIA Y A SU VEZ CRECER?

Como comentará anteriormente entendemos que la continuidad y mejora de la gestión y procesos, la constante cercanía con nuestra cartera de PAS, el servicio brindado a los mismos, la fuerte presencia publicitaria y el lanzamiento de ORANGE TIME como un producto innovador y muy ajustado a los tiempos que corren fueron los principales pilares de nuestro crecimiento.

3.- ¿CÓMO FUE EL DESARROLLO DE ORANGE TIME DESDE SU LANZAMIENTO?

ORANGE TIME es un producto que lo comenzamos a desarrollar en el año 2019 pensando en que el mercado necesita de

productos más personalizados y diferenciales.

Nace bajo el concepto on demand, ya que su principal característica es pagar por el tiempo de uso del vehículo y de esta manera poder generar un ahorro de hasta el 40%.

La medición del tiempo es a partir de la instalación de un dispositivo que mide el tiempo de uso, dicha instalación es muy sencilla y no afecta en ningún sentido las funciones del auto

es que hoy el PAS tiene la posibilidad de ofrecer un Todo Riesgo ORANGE TIME al precio de un Terceros Completo.

5.- ¿QUÉ SOPORTE SE LES DIO A LOS PRODUCTORES ASESORES PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE ORANGE TIME?

Fundamentalmente mucha capacitación, respuestas ágiles a todas las inquietudes que nos presentan. A cada Productor se les entrega un kit de comunicación tanto ex-



FERNANDO ÁLVAREZ, GERENTE COMERCIAL DE LIBRA SEGUROS

4.- ¿CÓMO FUE LA RECEPCIÓN POR PARTE DEL PAS?

Como toda novedad ORANGE TIME requirió de mucha capacitación sobre el producto a nuestros PAS, en un principio presentó cierta resistencia a ofrecerlo a sus clientes pero luego de entender la dinámica del producto, las ventajas del mismo y ver a ORANGE TIME como una poderosa herramienta de captación de nuevos clientes y de retención y fidelización de sus actuales clientes, la aceptación y el crecimiento de contratación se aceleró mes a mes superando por mucho los objetivos que nos planteamos,

Otro factor de crecimiento del producto

plicativo como publicitario sobre ORANGE TIME para que pueda comunicarlo a sus clientes y también publicarlo en sus redes.

6.- ¿ORANGE TIME ESTÁ DISPONIBLE EN TODO EL PAÍS?

En estos momentos estamos presente en AMBA, Mendoza, Córdoba, Salta, Rosario y Corrientes, en el corto plazo estaremos en las principales ciudades del interior del país y en el mediano plazo en el interior del interior.

7.- ¿CÓMO VEN EN LIBRA LA VENTA ON LINE DE SEGUROS?

La modificación de los hábitos de consu-

mo y compra aceleró la penetración de los canales digitales, lo que iba a ocurrir en algunos años explotó en meses.

En nuestro mercado en particular, hay una tendencia en este sentido en algunas empresas, seguramente crecerá pero es indispensable hacerlo acompañado por el PAS ya que entendemos que el asesoramiento y atención post venta es clave y ahí la figura del PAS es imprescindible. Por eso cuando creamos Libra On Line lo encaramos como un negocio compartido y con participación del Productor Asesor.

Desde que activamos el canal de venta on-line, las pólizas emitidas por LIBRA ONLINE son asignadas a un PAS en función de la zona del cliente, de esta manera damos apoyo comercial generándoles nuevos clientes para su atención y fidelización.

Para nosotros la tecnología es una herramienta que viene a agilizar procesos y gestiones pero no puede reemplazar la relación y asesoramiento personal con el cliente, razón de ser del Productor Asesor de Seguros.

8-¿QUÉ PAPEL JUGARÁ EL PAS EN EL MERCADO DE SEGUROS POSTPANDEMIA?

Acorde a lo señalado anteriormente, el rol del PAS será clave ya que deberá estar

muy atento a las necesidades de sus asegurados, tanto en términos económicos como en necesidades de productos adaptados a los nuevos hábitos de consumo, su asesoramiento será crucial para así poder retener cartera y fidelizar clientes.

9-¿LOS ASEGURADOS REDUJERON EL ALCANCE DE SUS COBERTURAS A LOS EFECTOS DE AHORRAR EN LOS COSTOS DEL SEGURO?.

En nuestra cartera no tuvimos cambios de cobertura hacia la baja, lo que sí percibimos es una gran aceptación y suscripción a nuestro producto Orange Time ya que se tarifa por tiempo de uso generando un importante ahorro para los asegurados, en el último mes por ejemplo, nuestros asegurados tuvieron un ahorro promedio del 32%. El mercado está aceptando esta modalidad de contratación sin necesidad de reducir la cobertura, es más, ya varios clientes Orange Time que tenían cobertura de terceros completo han pasado a Orange Time Todo Riesgo pagando lo que antes pagaban por un plan de tercero completo estándar.

10.- ¿QUÉ PROYECTOS TIENE LIBRA EN TÉRMINOS DE INGRESO A NUEVOS RAMOS?

En los próximos días incorporaremos el ramo de Seguros de Personas, somos muy

optimistas en los resultados que alcanzaremos en el corto plazo ya que nuestra propia cartera de PAS nos lo estaba reclamando para incorporar a su portafolio de productos, tendremos la oferta tradicional del ramo pero tenemos como política que, al ingresar a un nuevo ramo siempre lo acompañamos con un producto innovador y disruptivo, en próximas notas les podré ampliar información sobre el tema.

11. EN EL MERCADO POSTPANDEMIA, ¿SUBIRÁ LA SINIESTRALIDAD? ¿HABRÁ GUERRA DE TARIFAS EN ALGUNOS RAMOS?

Como en toda crisis la siniestralidad aumenta fundamentalmente por acciones / intentos de fraude, en Libra estamos muy atentos a estos proceder y aplicamos los procedimientos necesarios para desarticularlos.

Respecto a la guerra de tarifas entiendo que sería un gran error, ya que desvalorizaría toda nuestra actividad y pondría en riesgo la solvencia del mercado. En Libra trabajamos día a día en la eficiencia de la gestión, en la mejora de procesos y en el combate al fraude, estos aspectos redundan en la mejora del resultado técnico para no depender de los resultados financieros.

La transformación es nuestro objetivo...
El producto es

Orange Time

Somos actitud
que transforma.

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



Hacia la digitalización junto a los PAS

Anunciado en nuestro 60 aniversario,
hoy operamos en forma virtual.

AVRIL
Atención virtual



Portales de autogestión
para asegurados y PAS



Unidades de
atención digital



 **RUS**® *DIGITAL*

Nº de inscripción en SSN
0360

Atención al asegurado
0800-666-8400

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



DAÑOS EN MAQUINARIAS EN EL MERCADO LATINOAMERICANO



Entre los rubros que más complicaciones traen a los Aseguradores, Brokers, Asegurados y Ajustadores se encuentran los siniestros que involucran maquinaria.

Debido a la cada vez mayor sofisticación, en la que se observa la presencia simultánea de mecanismos diferentes que pueden incluir partes eléctricas, electrónicas, neumáticas, hidráulicas, mecánicas, magnéticas, y otras, lo cual hace necesario poseer conocimientos técnicos, que podrían involucrar la utilización de gran cantidad de especialistas.

Asimismo, el constante avance tecnológico nos enfrenta permanentemente a situaciones en las cuales máquinas de alta tecnología pasan a ser arcaicas en pocos años, lo que puede ser visto en diversas industrias como por ejemplo la textil o en equipos electrónicos diversos, entre los cuales se pueden nombrar a modo ilustrativo, los de procesamiento de datos, médicos, telecomunicaciones, control de procesos.

Otro factor en juego es el grado de desarrollo del país que nos ocupe, ya que en los más desarrollados, la gran competitividad hace que las grandes industrias vayan cambiando sus maquinarias y equipos en períodos muy reducidos de tiempo.

Lo mencionado tiene sentido, ya que al ser sus prestaciones superadas por la nueva tecnología, hace su utilización antieconómica, además de los costos de la mano de obra.

En el caso de los equipos médicos, en los países desarrollados es usual celebrar contratos con los principales fabricantes de equipos, comprometiéndose el fabricante a reemplazar los equipos a plazos determinados, manteniendo de esta manera a sus clientes a la vanguardia permanentemente.

En los países en desarrollo, entre los cuales podemos nombrar a los países de América Latina, se observa una situación diferente.

Debido a costos de mano de obra comparativamente menores en relación a su incidencia en el costo total del producto final, contrariamente a lo que ocurre en los países europeos o EEUU, se decide frecuentemente utilizar máquinas que no sean de última tecnología y que requieran mayor mano de obra y recursos humanos.

Además, como en general las maquinarias de alta tecnología son diseñados y casi siempre fabricados en países desarrollados, en caso de roturas o inconvenientes, el cliente no obtiene la asistencia directa del fabricante, sino de sus representantes, los cuales no están preparadas para un apoyo técnico, sino que se dedican principalmen-

te a aspectos comerciales.

Debido a puntos como los nombrados anteriormente, consideramos que la cobertura y ajuste de estos riesgos en países latinoamericanos deben contemplar las características propias de esos países. Consideramos los siguientes puntos, como asuntos que no pueden ser descuidados:

- **Asesoramiento:** Inicialmente se debe analizar el riesgo de dichas máquinas para tratar de obtener coberturas de seguro amplios (que además de la cobertura de incendio, quizás ampara Todo Riesgo Operativo con sus respectivas coberturas de rotura de maquinaria y/o equipos electrónicos y/o Cláusula Eléctrica).

Esto enfrenta al Suscriptor a un atolladero, pues debe analizar la tecnología de la máquina dentro del proceso, considerar si la misma es apta para la utilización a la que está sometida, conocer la historia de funcionamiento y mantenimiento de la máquina a fin de verificar si se encuentra dentro de los parámetros de seguridad para poder ser asegurada.

Ello obligará al Analista de Riesgos y al Suscriptor a conocer los manuales de instrucciones de los fabricantes, y sus indicaciones para el mantenimiento preventivo y predictivo, verificar si se reemplazaron las partes con vida útil limitada, además, de cómo se planteaba anteriormente, si el uso a las que se las sometió haya sido de acuerdo a las especificaciones, según su diseño.

No se debe perder de vista el estudio de la siniestralidad, analizando antecedentes de máquinas y equipos similares, siempre bajo la consideración de si se le ha realizado algún tipo de actualización o reparación mayor.

- **Valores a asegurar:** En caso de que se llegue a la conclusión de que las maquinarias y equipos objeto del seguro que se esté requiriendo, se encuentran en buenas condiciones, y es conveniente y posible tomar el seguro por parte de los Aseguradores o Reaseguradores, se deberá evaluar las sumas adecuadas para los equipos y máquinas.

En este caso existen las alternativas si el Asegurador/Broker/Asegurado desea una cobertura a valor real y/o a "valor reposición".

Si se trata de elementos que son fabricados al momento de tomar el seguro, se trataría de considerar el valor indicado por el fabricante agregándole los costos hasta su instalación en la planta y su puesta en marcha, pero si la máquina no es más fabricada, estamos a una situación diferente:

- Si se trata de asegurar a valor de reposición, la mejor opción sería consultar con el fabricante y comparar las máquinas de última tecnología en lo que respecta a prestaciones superiores y/o mejoras tecnológicas y deducir un porcentaje que los fabricantes pueden sugerir del valor a nuevo de una actual y tomarlo como base para el cálculo del valor a asegurar.

- Si se asegura a valor depreciado por edad y uso, nos enfrentamos al inconveniente de que la utilización de tablas y criterios de depreciación no da la realidad del valor de una máquina usada equivalente a la que pudiera haber sido asegurada.

Aquí interviene el criterio del Gerente de Riesgo y/o la Dirección de la empresa, pues el criterio de asegurar una máquina depreciada pueden ser dos:

- Obtener en caso de siniestro el valor de la máquina depreciada, ya que parte de su vida útil fue contablemente amortizada



ING. ERNESTO BODENHEIMER, TITULAR DE IBA LATINOAMÉRICA SRL

durante el tiempo que se utilizó. En este caso, utilizando criterios de depreciación deberían tener un valor en riesgo asegurado adecuado.

- En las empresas medianas, puede ocurrir que los Aseguradores o Reaseguradores no acepten incluir la cláusula de reposición y/o por costos del seguro. Es muy común

tratar de obtener para el reemplazo en caso de necesidad, en el mercado máquinas usadas al costo de una maquinaria equivalente, a lo que la quiere asegurar, con iguales prestaciones, tecnología y antigüedad, solución razonable que permite muchas veces a empresas cuyo poder económico es limitado, tener la seguridad que en caso de siniestro, tendrá una indemnización que le permitirá obtener una máquina similar a la que poseen con lo cual podrán reestablecer a la brevedad sus niveles de producción.

• **Siniestros-Causas:** El tratamiento de siniestro de maquinarias, y equipos eléctricos, electrónicos y

mecánicos es en general complejo, ya que la persona que lo trata deberá conocer en detalle el funcionamiento de la misma, sus características, su tecnología y todos los detalles de la misma para poder evaluar el caso.

Inicialmente uno de los puntos más difíciles y conflictivo es obtener la causa del siniestro.

De acuerdo a nuestra experiencia en el rubro de los siniestros de este rubro, un caso donde no se pudo arribar en forma fehaciente a la causa y sustentada adecuadamente, enfrentará graves inconvenientes, debido a la necesidad de conocer en detalle la misma, para un análisis adecuado de la cobertura.

Esto es de mayor importancia en pólizas de rotura de maquinarias, equipos de contratistas, todo riesgo operativo y equipos electrónicos que en una póliza de incendio.

Las pólizas técnicas poseen inclusiones y exclusiones muy específicas, que pueden incluir o excluir casos de acuerdo a las causas del siniestro. Por lo tanto es fundamental comenzar con el estudio de las circunstancias del siniestro, tratar de conocer la tecnología de la maquinaria y equipo, su historia de mantenimiento y efectuar, con inspecciones intensivas y con la ayuda de especialistas y con ensayos, pruebas y/o trabajos especializados, para obtener conclusiones acerca de las causas y circunstancias del siniestro y los daños y metodología de reparación.

En estas pericias es frecuente la utilización de técnicos del fabricante, como así también especialistas que trabajen para el fabricante y/o fábricas de equipos similares y especialistas independientes.

Como se entenderá, la gran cantidad de tipo de máquinas y equipos con tecnologías diferentes hacen que un ajustador, sin importar sus conocimientos técnicos, formación y/o experiencia, necesite la asistencia de peritos especializados para el estudio de un siniestro. Tratar con ligereza este punto, según nuestra experiencia, produce muchos inconvenientes en la relación Asegurados/Asegurador/Broker/Reasegurador, ya que se está analizando una

pérdida sin un estudio profundo en casos donde están en juego indemnizaciones de importancia.

Por ello es necesario llegar a conclusiones ciertas y justas para toda las partes involucradas, ya que un rechazo inadecuado es tan incorrecto como el pago de un siniestro que no estaba amparado, con todos los conflictos que esto puede implicar.

• Verificación de la metodología de reparaciones y/o reemplazo para valorizar la indemnización:

En este caso se tiene varias alternativas, que deberán analizarse en detalle en cada caso:

1. Evaluar la reparación de la maquinaria/equipo.
2. En caso de no ser posible o conveniente dicha reparación evaluar el reemplazo.

Estos puntos están directamente ligados a diferentes puntos que deben tenerse en cuenta, especialmente las condiciones de póliza. Las principales variables que modifican el criterio de evaluar, reparar o no una máquina (siempre que sea factible) son el tipo de cobertura y su alcance y otros factores, debiendo tomarse en cuenta estas premisas:

- 1) Si la póliza tiene Cláusula de reparación/reposición.
- 2) Si la máquina es de antigua tecnología o de última generación.
- 3) Si la póliza incluye la cobertura adicional de Pérdida de Beneficio.
- 4) La necesidad del Asegurado.

En general, en casos de daños de importancia los Asegurados son en general poco receptivos a encarar la reparación/salvataje de la máquina, salvo casos en que la póliza no incluye la Cláusula de Reposición y que la indemnización, aplicando la correspondiente depreciación por edad y uso no permite poder comprar una máquina de reemplazo.

El mismo caso se da cuando el reemplazo de la maquinaria al no tener una cobertura de Pérdida de beneficio, signifique por el periodo de tiempo que tarde el proveedor de la máquina, un gran perjuicio económico por no contar con la disponibilidad del máquina/equipo.

También este punto deberá ser analizado por el Asegurador, pues existen casos en los cuales es conveniente comprar y/o reparar la máquina afectada provisoriamente hasta la recepción de la nueva máquina/equipo para evitar un mayor perjuicio por pérdidas consecuenciales, si la cobertura incluye pérdida de beneficio.

De lo dicho anteriormente, se verifica que cada caso deba ser analizado, verificando las diferentes posibles alternativas para hacer que la pérdida indemnizable sea aceptable para ambas partes, minimizándolo sin que queden perjuicios para ninguna de

ellas.

Las soluciones, para una reparación de máquinas de equipos también es en función del tipo de siniestro, ya que es totalmente diferente un daño por incendio/humo, mojadura, que un caso de una caída de un equipo o rotura de maquinaria.

En efecto, consideramos muy importante las diferentes técnicas de reparación/salvamento de las maquinarias de acuerdo al tipo de daño, considerando que a más antigua y sofisticada la maquinaria, más compleja es la situación.

Aquí también el ajustador deberá contar con un amplio apoyo de proveedores especiales con gran respaldo tecnológico de nivel mundial, siendo que habitualmente las mejores máquinas/equipos proceden de países de avanzada tecnología.

En los casos de máquinas/equipos de moderna tecnología, la mayoría de las veces, el fabricante ayudará con su asistencia técnica y provisión de repuestos. Pero en caso de máquinas discontinuadas generalmente los fabricantes se desentenden del problema, siendo en estos casos necesarios proveedores sustitutos.

Para las reparaciones se tienen habitualmente las siguientes soluciones:

1. Máquinas de moderna tecnología y actuantes. Encarar las reparaciones en lo posible con la ayuda de los fabricantes, sin perder de vista que hay otros expertos que pueden asistir, en caso de que el fabricante no colabore.

2. Máquinas discontinuadas y donde el fabricante no aporta repuestos ni servicios. Aquí se deberá buscar proveedores sustitutos, incluyendo la fabricación especial de repuestos siempre que su costo lo justifique.

En estos puntos tenemos tipos de siniestros que hacen necesaria utilizar tecnología especial, como ser el saneamiento previo a la reparación y puesta en marcha.

La tecnología de saneamiento es muy utilizada en países de avanzada y donde existen firmas especializadas que poseen e Know-How específico en lo referente a equipos, productos químicos, procedimientos y personal con la correspondiente tecnología.

Este tipo de soluciones es el primer paso para casos de siniestro, donde los daños proveniente de incendio (fuego, humo, calor) y daños por acción del agua (vendavales, inundación, caída de agua, nieve, contaminación por diversos sustancias químicas, como producto de extinción, escombros provenientes de un derrumbe, etc.)

En esto caso, el saneamiento es una importante opción pues dicho procedimiento puede quitar de las partes y piezas afectadas de las máquinas y equipos dicha corrosión y/o contaminación y/o suciedad.

ANÁLISIS DE CASO

CENTRAL TELEFÓNICA DAÑOS POR DESCARGA ATMOSFÉRICA.

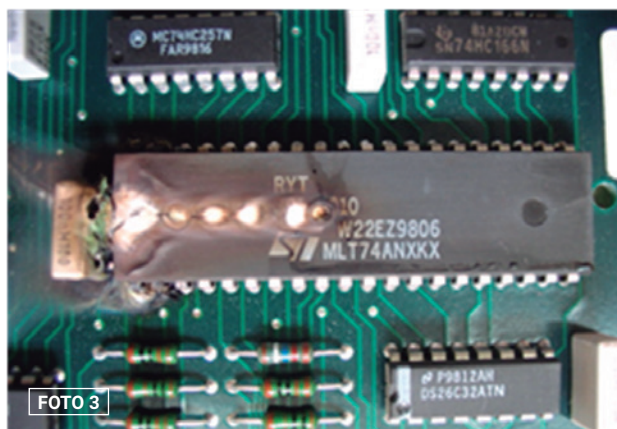
El equipo afectado es una Central Telefónica AXE 10 fabricada en el año 1997 con una capacidad instalada de 6 mil líneas de abonados. (foto1 / foto 2)



Durante la inspección, solo pudieron observarse daños físicos en unas pocas tarjetas pertenecientes al sistema de abonados inalámbricos, el cual particularmente no tuvo daños de consideración con el referido siniestro.

El resto de los componentes denunciados como dañados pertenecientes al sistema de conmutación, no manifestaban daños físicos observables a simple vista.

Seguidamente se incluye una imagen en las que se observan daños por carbonización en tarjeta de abonados inalámbricos. (foto 3)



Central telefónica daños por descarga atmosférica.

Reclamo: US\$ 1.300.000.-

Daño total por no contar con respaldo del fabricante (el equipo contaba con mas de diez años a la fecha del siniestro).

Causa: Daños a raíz de descarga atmosférica (Rayo).

Indemnización: Se obtuvieron cotizaciones con proveedores sustitutos de equipos alternativos, probándose además que el equipo contaba con falta de actualización del software por falta de respaldo del proveedor.

Indemnización negociada: US\$ 350.000.-

ANÁLISIS DE CASO

DAÑOS MOTOR DE MOLINO CEMENTERA.



Marca: GENERAL

ELECTRIC

Tipo: SINCRONICO

Tensión: 2.300 V

Corriente: 141 A

Frecuencia: 60 Hz

Potencia: 700 HP

Velocidad: 225 RPM



VISTA DE ESTATOR DESMONTADO

El mencionado equipo y el motor fue adquirido usado por la cementera en el año 2,000 funcionando hasta el año 2010 cuando sale de servicio a raíz de una falla eléctrica en el motor. La antigüedad del motor es estimada en mas de 40 años a la fecha del siniestro.

El motor se envió a reparar en un taller especializado, pudiendo realizarse la inspección en ese lugar. De la inspección surgió que el bobinado del estator tenía una reparación parcial anterior, y la falla se encontró en unas bobinas contiguas.

Se desmontaron bobinas del estator pudiendo comprobar que la aislación original era del tipo bituminosa (utilizada antes del año 1970) y la reparación existente estaba aislada con resina epoxi y mica.

Se encontró entre las ranuras del estator gran cantidad de polvo abrasivo (provenientes de los áridos propios del proceso de la cementera).

El mismo polvo se encuentra en todo el rotor.

A continuación se muestran algunas imágenes de las boinas afectadas.



DESMONTANDO BOBINAS PARA SU INSPECCIÓN.



ESTA IMAGEN MUESTRA DOS BOBINAS DE LA ZONA DE LA REPARACIÓN ANTERIOR CON AISLACIÓN MIXTA UNA PARTE EPOXI, Y OTRA BITUMINOSA



EN ESTA IMAGEN SE OBSERVAN LOS RESTOS DE POLVO COMPACTADO DEBAJO DEL BARNIZ Y ADHERIDOS A LA ANTIGUA AISLACIÓN.

Reclamo: US\$ 200.000.-

Reparación de bobinado de estator montaje desmontaje y transporte.

Causa: la hipótesis de falla indica que la falla del estator tiene relación con la antigüedad del bobinado, siendo que la aislación se encontraba al límite de su vida útil, agravado por la contaminación del bobinado con polvos abrasivos

Indemnización: el siniestro no fue indemnizado por tratarse de una causa gradual. (polvo abrasivo, deterioro de la aislación, etc.

CONCLUSIONES

Consideramos fundamental en los riesgos que incluyan equipos y maquinarias tener bien en claro los siguientes detalles:

- a) Puntos críticos del funcionamiento de los equipos por medio de un análisis de Riesgo Profesional.
- b) Si los equipos/planta asegurados son de funcionamiento continuo y con producción a full, y si la misma cumple en un todo con los requerimientos del fabricante.

Conclusiones

- c) El asegurado deberá informar al asegurador de toda anomalía observada en los bienes asegurados, a fin de tomar una decisión en conjunto de las medidas a encarar para minimizar el riesgo.
- d) El asegurado deberá informar a los aseguradores sobre toda reparación que signifique peligro de una parada de planta, para coordinar con los especialistas/fabricantes y ser informada a los aseguradores.

Gracias



Disfrutá de la vida,
del resto nos
encargamos nosotros.



Nº de inscripción en SSN
0409

Atención al asegurado
0800-666-8400

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



LA NUEVA NORMALIDAD DIGITAL CAUCIONERA

HACE APENAS UNOS MESES EL MUNDO CAMBIÓ PARA SIEMPRE Y EL ATRAPANTE NEGOCIO DE LAS CAUCIONES NO FUE AJENO A ESTA SITUACIÓN.



Algunas mutaciones positivas llegaron para quedarse y harán de nuestro negocio una industria más transparente, con mayor alcance de penetración, con máximas medidas de seguridad y un nuevo aire fresco de sustentabilidad e inclusión.

El ejercicio 2019-2020 terminó como empezó, con dos sucesos que parecen no dar respiro a una argentina convulsionada: las sorpresivas PASO del 2019, que prácticamente ratificaron un cambio de administración tanto a nivel nacional como provincial, y un 2020 que sorprendió con la irrupción del Covid 19. El ejercicio que acaba de terminar 2019-2020, comparado con el contexto recesivo que tuvo que sortear, se puede definir como positivo, con un volumen de negocios en primas que estaría orillando el 40% en valores nominales.

El 2020-2021 inicia un partido aún más difícil, donde la nueva administración ya tomó pleno control de los principales presupuestos y deberá gestionar una caída del PBI (-13%) de este atípico 2020, retroceso que supera la recordada mega crisis del 2001. Sin dudas, de la misma manera que lo ha decidido el mundo, el Keynesianismo llegó para quedarse con la intervención del Estado en toda su potencia para alivianar la profunda huella generada en la economía mundial. A pesar de ese contexto, los agentes económicos que tomarán la posta de la "reactivación" están vinculados íntimamente al seguro de caución, producto de su relación con el gasto público que se transformará en la necesaria obra pública.

Un perfil de inversión pública, con neto perfil federal y atomizada a lo largo del país, provocará una demanda agregada de garantías contractuales de pequeña magnitud. Con realidades regionales muy heterogéneas, el Estado inyectará fondos en aquellas jurisdicciones más vulnerables, siendo fundamental el rol del PAS en todo el país, como el principal lector de las necesidades y nuevas

oportunidades que generará este nuevo escenario nacional. Acompañando este rol fundamental, se encuentra la Póliza Digital, principal protagonista junto al Productor Asesor de Seguros. Ésta permitió que, a

pesar de la rígida cuarentena decretada, se pudieran seguir garantizando los proyectos de los clientes en forma remota en completa normalidad operacional. El seguro de caución también se acercó un poco más a las realidades personales de la familia argentina, convirtiéndose en un instrumento de acceso a la vivienda a través de la Póliza de Alquiler, producto por lejos más conveniente para todas las partes vinculadas a un contrato de locación.

Por otra parte, se reforzó la protección de la clase media inversora, donde el ahorrista que decida invertir en "proyectos inmobiliarios en pozo" tiene garantizado sus cuotas ante el potencial fracaso de la operación, ítem obligatorio según el nuevo Código Civil y Comercial que debe ofrecer el desarrollista a sus inversores. Asimismo, en breve se podrá garantizar una cuota alimentaria, protegiendo los derechos de los más vulnerables en las controversias de familia.

A pesar del momento de crisis, el seguro de caución ha avanzado en las cuestiones terrenales del ciudadano de a pie y sigue buscando lugar para garantizar, incluso en el mundo del microcrédito. El comercio exterior (pólizas aduaneras) seguirá siendo un interesante nicho, más por su precio que por su volumen, principalmente por estar manejado en dólares (USD). Una moneda local debilitada hace que, en pesos argentinos, ese universo se aprecie a la misma velocidad que las recurrentes devaluaciones.

El producto judicial no deja de ganar relevancia en los tribunales nacionales y provinciales, donde los seguros de caución de Sustitución de Medida Cautelar y la Contra Cautela son cada vez más aceptados por los magistrados. A las claras, el desafío del nicho sigue siendo la "Cultura

A PESAR DEL MOMENTO DE CRISIS, EL SEGURO DE CAUCIÓN HA AVANZADO EN LAS CUESTIONES TERRENALES DEL CIUDADANO DE A PIE Y SIGUE BUSCANDO LUGAR PARA GARANTIZAR, INCLUSO EN EL MUNDO DEL MICROCRÉDITO.

Aseguradora", observando una inmensa oportunidad en la nutrida composición de PyMES y Micro PyMES, en las cuales la penetración de la caución es casi nula y son nada menos que el 99% de las empre-

sas argentinas.

Afianzadora seguirá fortaleciendo la identidad cultural a través de la federal Escuela de Caución, con la nueva plataforma 100% digital que ha permitido la asistencia de socios estratégicos (PAS) de todos los rincones del país y reaseguradores del exterior. Además, ampliaremos nuestra oferta académica a técnicas de administración,



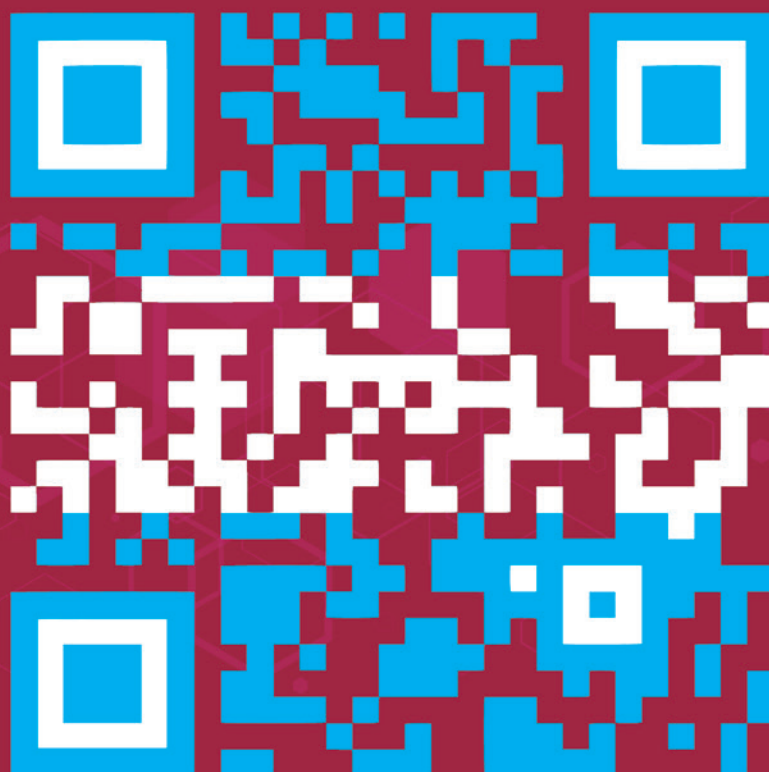
MARIANO NIMO, GERENTE GENERAL DE AFIANZADORA LATINOAMERICANA S.A.

experiencia del cliente y Marketing, entre otras, para prepararse para las nuevas necesidades integrales post Covid 19.

La actualidad compleja, donde el seguro de caución tiene proyecciones positivas por su obligatorio vínculo con el principal inversor institucional (el Estado), espera algo de Inyección Privada una vez que mejore el clima de negocios a nivel local. Un inmenso desafío se le genera al nicho caucionero, que junto a su socio estratégico (PAS) tendrán la misión de generar "Cultura Afianzadora" para intervenir y proteger las relaciones contractuales de la PYME Argentina, hoy prácticamente desamparadas ante cualquier incumplimiento contractual.

Están dadas las condiciones para seguir creciendo; solo se necesita el vigor y la empatía del Productor Asesor de Seguros haciendo docencia en la nueva realidad, y la Póliza Digital, facilitando el producto en tiempo real en cualquier rincón del país.

#CulturaAfianzadora
Fuente: Afianzadora – Seguros de Caución
Enlace: <http://www.afianzadora.com.ar/>



PÓLIZA DE CAUCIÓN DIGITAL MÁS CERCA DE TODOS.

La **Póliza Digital de Afianzadora** te brinda una respuesta inmediata y segura, en cualquier lugar del país que te encuentres. Porque sabemos que para un buen productor no existen los límites, nosotros entendimos que tenemos que acompañarte.



AFIANZADORA
SEGUROS DE CAUCIÓN

El Producto se encuentra respaldado por la Ley N° 25.506 de Firma Digital, por el art. 288 del Código Civil y Comercial y por la Resolución SSN 219/2018.



N° de inscripción en SSN
0755

Atención al asegurado
0800-666-8400

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



“EL CALCULADOR” CUMPLE 20 AÑOS

UNA HERRAMIENTA INDISPENSABLE PARA EL ASESOR DE SEGUROS PROFESIONAL



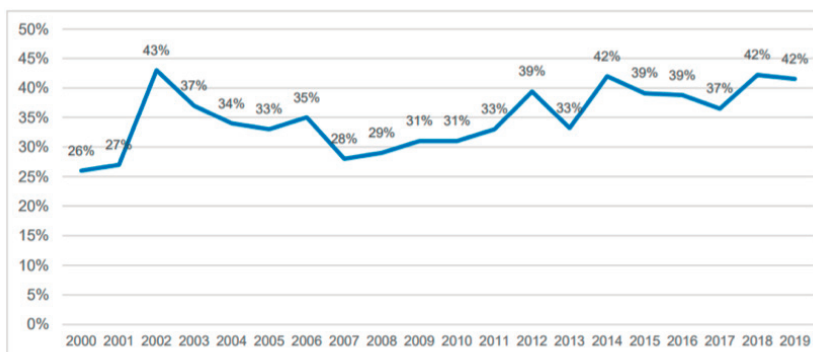
El déficit de sumas aseguradas en el seguro de incendio (infraseguro) durante el año 2019 se mantuvo, muy alto y cercano, al 41,55%. Ya muy avanzado el 2020, los resultados provisorios no son muy alentadores y se evidencia un incremento en la brecha que existe entre el valor real de los bienes y el asegurado; resultado de la devaluación de la

El **calculador** de **CONTENIDOS** permite determinar el “valor de reposición” y “valor depreciado” de los bienes asegurados más frecuentes en la industria. Para realizar el cálculo se debe conocer el tipo de maquinaria, su potencia y su antigüedad (edad).

El **calculador** de **PERDIDA DE BENEFICIOS** es una ayuda para determinar,



LEZA, ESCRIBANA
Y ASOCIADOS S.A.



Infraseguro promedio en pólizas de incendio y TRO, rubro edificios.

moneda acompañada con alta inflación, situación que ha afectado a la argentina por casi una década.

Luego de 20 años de su lanzamiento, la herramienta **El Calculador** se ha consolidado como un estándar del mercado de seguros local y de la región LATAM. Por ello hemos decidido festejar el CUMPLE con más innovación, renovando la herramienta con dos novedades:

1) Una versión renovada de **EL CALCULADOR**, con nuevas herramientas pensadas para el corredor de seguros y/o administrador.

2) **EL CERTIFICADO DE VALOR**, sello de tranquilidad para el mercado

Para **EL CALCULADOR** hemos incorporado nuevas herramientas que describimos a continuación:

en forma aproximada, los parámetros de diseño de la cobertura de “Interrupción de la explotación/Perjuicios por paralización”, es decir el “período de interrupción” y el “beneficio bruto” de actividades industriales y comerciales. Para el uso se debe conocer el tipo de actividad y la facturación anual.

El **calculador** de **AGRICOLA**, es una ayuda para determinar en forma aproximada el “valor asegurable” de un cultivo. Para el uso se debe conocer el tipo de cultivo, la superficie (en hectáreas) y el nivel tecnológico (alto, medio o bajo). Por último, el **calculador** del **PORCENTAJE DE DEPRECIACIÓN** permite determinar el “valor actual” de un bien a partir de su valor de reposición, su edad y su estado de conservación, el sistema utiliza en método de depreciación más adecuado el tipo de bien (Ross-Heidecke para los edificios, LINEAL para las

maquinarias o DDB para automotores).

Una serie de manuales de uso actualizados facilitan la adaptación de estas nuevas herramientas a todos los que nos acompañaron en el uso de la herramientas durante estos últimos 20 años.

EL “CERTIFICADO DE VALOR”

Mantener actualizados los valores asegurados se ha convertido en 2020 en una “misión imposible”. La volatilidad del tipo de cambio y de los costos de la construcción son un verdadero dolor de cabeza para todos, y en especial para el PAS.

Las lamentables consecuencias que muchos asegurados advierten en ocasión de los siniestros nos ha inspirado a buscar distintas soluciones. Luego del 2001 decidimos colocar “on line” nuestras planillas de cálculo.

EL CALCULADOR nos ha dado muchas satisfacciones durante casi 20 años, el reconocimiento de los PAS que lo usan nos llena de orgullo, sin embargo también hemos tenido algunos disgustos. Los disgustos han sido, en gran parte, consecuencia del uso incorrecto del

sistema o su aplicación a casos particulares que exceden el alcance planificado en el diseño.

La epidemia del COVID ha agravado aún más la situación, restringiendo la posibilidad de una inspección presencial en caso de dudas.

Para todos los casos donde se requiere un uso profesional, o la determinación del valor asegurable de bienes singulares (distintos a los modelos propuestos por EL CALCULADOR) hemos diseñado el “**CERTIFICADO DE VALOR**”

PERO ¿QUÉ ES EL CERTIFICADO DE VALOR?

El certificado de valor es un informe escrito elaborado por LEA, donde se determina el VALOR ASEGURABLE de un bien. El informe se realiza “a distancia”, es decir sin necesidad de una inspección presencial. Nuestros profesionales determinan el “valor asegurable”

en base a planos, fotografías o información similar suministrada por el propio asegurado.

El CERTIFICADO DE VALOR incluye el Valor de reconstrucción a nuevo (en caso de edificios) o el Valor de reposición (en caso de maquinarias); además del valor actual o valor depreciado.

Hemos preparado nuestro sitio (www.lea-global.com) para ofrecer el CERTIFICADO DE VALOR de una forma ágil y rápida a través de nuestra TIENDA VIRTUAL (www.tienda.lea-global.com), de manera que es fácil de solicitar y de recibir (en la casilla de correo).

Estamos pensando en todos aquellos PAS que quieran contar con un informe profesional, independiente, elaborado por las mismas personas que diseñaron EL CALCULADOR, asegurándose de no cometer errores en el uso del sistema. El informe permite contar con un informe independiente en todos los casos

que se trate de BIENES DE CIERTA COMPLEJIDAD o para los cuales los administradores asumen responsabilidades profesionales, como el caso de los INMUEBLES EN PROPIEDAD HORIZONTAL (CCCN Art 2067) o FIDEICOMISOS (CCCN Art 1685).

También pensamos que será de utilidad para el aseguramiento de maquinaria industrial específica, maquinaria vial, de uso agrícola o forestal.

Además de brindar tranquilidad al PAS y al Asegurado, el CERTIFICADO DE VALOR está comenzando a ser, cada vez más, valorado por los aseguradores, ya que mejora la ecuación aseguradora y evita conflictos al momento del siniestro. Varios aseguradores se han mostrado interesados y están analizando otorgar ciertos beneficios específicos en las pólizas que sean contratadas en base a un CERTIFICADO DE VALOR.

MEXICO

Ingeniería de riesgos

Desde 1974

LEA

PERÚ BRASIL
BOLIVIA
CHILE URUGUAY
ARGENTINA

www.lea-global.com

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.

Consultores
Leza, Escriña y Asociados S.A.
en Ingeniería de Riesgos
y Valuaciones

RS4 NEUMÁTICOS Y SERVICIOS S.A.



RAPIDEZ DE RESPUESTA, CALIDAD DE SERVICIO, COMPROMISO Y RESPONSABILIDAD, EN TODO EL PAÍS

RS4 Neumáticos & Servicios es una empresa líder en la comercialización de cubiertas y llantas que trabaja en forma muy estrecha con el sector asegurador en su totalidad - aseguradoras, productores-asesores de seguros, brokers y organizadores-, y aquí nos cuentan cómo les fue durante el pasado que transcurre y sus planes para este 2021.

- ¿BRIAN, QUÉ NOS PODES CONTAR ACERCA DE TU EMPRESA? RS4 Neumáticos & Servicios nació hace 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 cubiertas

y llantas.

- ¿CON QUÉ ESTRUCTURA CUENTA LA EMPRESA PARA DESARROLLAR SU OPERATORIA? Actualmente contamos con 30 personas divididas en las siguientes áreas: Administración, Playa, Choferes y Departamento Comercial. Un párrafo aparte merecen los encargados de las sucursales y del Departamento de Alta Gama y Empresas, que cuentan con amplia experiencia y trayectoria en el rubro. También contamos con siete vehículos propios para entregas, maquinaria de última generación y un sitio web muy moderno (www.rs4neumaticos.com.ar), donde pueden verse imágenes de nuestras dos sucursales (una en San Isidro y otra en Capital Federal),

- ¿CUÁLES SON ESOS SERVICIOS QUE BRINDA LA EMPRESA AL MERCADO? 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 Truck y de entrega a domicilio con vehículos identificados y equipados para tal fin, que terminan cerrando exitosamente



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



los productos disponibles, las promociones especiales, nuestra información de prensa y también las fotos de los vehículos que pasaron por nuestras instalaciones.

- ¿CÓMO HAN LOGRADO INSERTARSE DENTRO DE NUESTRO SECTOR ASEGURADOR? Trabajamos con muchas compañías de seguros, brokers, organizadores y productores asesores, quienes confían plenamente en nosotros a partir de una rápida respuesta, calidad de servicio, compromiso y responsabilidad.

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, prestamos bajo nuestra responsabilidad mercadería provisorio 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.

-¿QUÉ BENEFICIOS GENERAN ESTOS SERVICIOS A LAS COMPAÑÍAS Y A SUS ASEGURADOS? A las aseguradoras les sirve porque al brindarles una rápida solución al problema que re-

presenta 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.

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

Frente a la demanda del sector, creamos el Departamento de Alta Gama y Empresas (dado que afortunadamente hoy contamos con varias marcas de renombre que confían en nosotros). Nuestro encargado se encuentra full time ante los requerimientos que exija dicho segmento y además cuenta con su propio vehículo para agilizar la entrega. Realizamos el mantenimiento de flota de las empresas y de sus directivos con sus autos particulares. Llevamos un estricto control y asesoramiento en todo lo referente a neumáticos, frenos, tren delantero, suspensión y demás servicios. Otro punto importante a destacar es que contamos con un buen stock y compramos adecuadamente. Para ello realizamos una muy buena relación comercial con el área de repuestos de las concesionarias de todas las marcas.

- ¿QUÉ BALANCE HACES SOBRE LA EVOLUCIÓN DE RS4 NEUMÁTICOS & SERVICIOS Y CUÁLES SON LOS PLANES PARA 2021 ?

Notamos una

confianza sostenida del mercado hacia nosotros, lo que nos generó un importante crecimiento. Por eso ampliamos a 900 m2 la superficie de nuestra Sucursal de San Isidro para brindar mayores beneficios a nuestros clientes en cubiertas y mantenimiento de flotas (tren delantero, frenos, suspensión, amortiguación, mecánica ligera, lubricentro, teflonado y polarizado, entre otros servicios, sumado a la venta de neumáticos y llantas). Además a partir de este año reponemos ruedas de camiones y semirremolques y también poseemos stock para motos.

- ¿QUÉ ANÁLISIS PUEDE APORTAR SOBRE LA ACTUALIDAD DEL SECTOR ASEGURADOR ARGENTINO?

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

SERVICIO EFICIENTE, ÁGIL Y DE ALTA CALIDAD PARA EL PRODUCTOR DE SEGUROS



En el mes de diciembre de 2016 nace CRV BROKER SRL, una empresa de CRV GROUP S.A, la cual tiene como misión la atención, administración y gestión de carteras de Productores y Organizadores en el Grupo Sancor Seguros.

Nuestra Empresa, conformada por profesionales con más de 40 años de trayectoria en el Grupo Sancor Seguros, nace para facilitar la gestión diaria de los Productores Asesores y los Organizadores que deseen ser parte del Grupo Sancor Seguros.

Este proyecto conjunto entre CRV y Sancor Seguros, fue diseñado y perfeccionado durante todo el año 2016.

Para que nuestro servicio tenga la eficacia que los Productores Asesores merecen,



contamos con un grupo de colaboradores con experiencia en el Mercado Asegurador y también experiencia y trayectoria dentro de Sancor Seguros.

Entendemos los tiempos que corren, las necesidades de respuesta, eficiencia e inmediatez que demandan hoy los clientes de los Productores Asesores, por eso, nuestra gestión se apoya en esos pilares: rapidez de respuesta, capacidad y poder de decisión propia, herramientas tecnológicas puestas a disposición por el Grupo Sancor Seguros a nuestro servicio y por ende, al servicio de nuestros Clientes: Los Productores Asesores.

Además, ponemos a disposición de nuestros Productores Asesores, un espacio confortable para que puedan desarrollar su actividad, realizar consultas en los sistemas de web service, imprimir sus pólizas, e inclusive citar a sus Clientes y tener reuniones con ellos en espacios privados y especialmente diseñados a dicho efecto.

Por último, realizamos periódicamente capacitaciones in Company u on line, para que conozcan en profundidad los múltiples productos de seguros, medicina prepaga y productos bancarios que las empresas del Grupo Sancor Seguros pone a vuestra disposición.

Los invitamos a sumarse a los ya más de 70 Productores Asesores a los cuales damos servicio.



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



SEGUROS COMERCIOS



SEGUROS AUTOMOTORES



SEGUROS PERSONALES



SEGUROS EMPRESAS

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

CRV broker

Mail: info@crvbroker.com.ar

NUESTRO ÚLTIMO VIAJE EN FOTOS



Hugo Lomanto, Posadas



Imagen de Posadas, Misiones



DE P.A.S. 3.0 A ANALISTA DE RIESGOS Y EMOCIONES ASEGURABLES 4.0

TESTIGOS DE UNA REVOLUCIÓN HISTÓRICA

Los PAS vivimos un momento bisagra de la historia de nuestra profesión que está dominado por el proceso de la transformación digital de nuestro mercado, fenómeno que se está dando en el marco de la Cuarta Revolución Industrial o Revolución 4.0, y la Revolución de las emociones liderada por la nueva economía de la experiencia. Para adaptarse con éxito a este nuevo entorno de negocios deberá visualizar cuáles son las oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades, de forma tal de adaptarse, con grandes chances de éxito, a este nuevo escenario. Este proceso de adaptación, fundado en las oportunidades y fortalezas, implica que el PAS deberá re-evolucionar de una forma similar a la que lo están haciendo las industrias y los servicios en todo el mundo, quienes están transformándose de forma tal de trabajar acorde a las nuevas pautas que impone la cuarta revolución industrial. Esto implica pasar de Industrias/Servicios 3.0 a Industrias/Servicios 4.0.

A raíz de este enorme cambio que afecta globalmente a todas las empresas y profesiones, el asesor de seguros deberá reconvertirse de “Asesor de seguros 3.0”, a un “Asesor en riesgos y emociones asegurables 4.0”, así lograr llegar a los corazones de sus clientes, ya que la tecnología en ese aspecto poco tiene para ofrecer al consumidor de seguros.

DE TESTIGOS A PROTAGONISTAS

Según el prestigioso “Instituto de Tecnología de Massachusetts (MIT)”, respecto del futuro del trabajo, manifiesta que las “profesiones del corazón” tendrán un rol preponderante. Dicha afirmación, me da el pie justo para sostener que la actividad del PAS tiene una enorme oportunidad en los próximos años, pero siempre y cuando, ponga su foco en el asesoramiento orientado a ayudar al cliente a gestionar adecuadamente sus necesidades y temores vinculados con la exposición a riesgos asegurables.

Marcelo Debe me acercó una frase clave para el futuro de nuestra profesión dicha por el fundador del bróker de seguros Marsh en el año 1901 la cual dice que “Lo importante no es el seguro es el riesgo”. Esta frase implica un enorme cambio de paradigma respecto de la forma en la que llevamos a cabo nuestra tarea, ya que significa que el asesoramiento no se debería limitar a la explicación de las características del producto, sino que debería tener como principal objetivo que el consumidor de seguros y la industria que los provee puedan mejorar su proceso de comunicación y comprensión, siendo este, el nuevo rol que tendrá la inter-

mediación en seguros.

Una de las principales causas que dificultan la comunicación es el hecho de que las partes hablan idiomas completamente diferentes y ven los riesgos desde ángulos opuestos. A raíz de ello, es necesario crear una especie de “interfaz” que funcione como un “traductor” entre el idioma utilizado por la oferta de seguros y el usado por el consumidor de seguros.

Si todas las partes logran comprenderse mejor y, por lo tanto, consiguen empatizar, entonces, las pólizas de seguros terminarán reflejando al cliente y no al revés. Además, las justificaciones de la propuesta de seguro elevada al cliente se realizarán desde las vulnerabilidades detectadas en los procesos del asegurado, en lugar de efectuarlas mediante la explicación del alcance de los términos contractuales de una cobertura de seguros que el cliente difícilmente quiera o pueda comprender.

Para lograr tal cometido, la gestión de riesgos aporta innovadoras metodologías de rápida aplicación práctica, y ajustadas a los tiempos que le brinda un asegurado a un profesional del seguro para analizar sus riesgos a cubrir. Algunas de las herramientas existentes son, el “Mapa de riesgos espontáneo basado en procesos” para el caso de los negocios en marcha; el “Triángulo de riesgos del proyecto” para el análisis de riesgos originado por la ejecución de obras de construcción y montajes, y protocolos específicos para analizar los riesgos que están cambiando dramáticamente el entorno donde las empresas se desarrollan, como ser las catástrofes climáticas.

Al contexto revolucionario, en el que el PAS busca ser protagonista, se suma otro concepto fundamental para tener en cuenta y es el de la “Economía de la experiencia”, fruto del auge de productos y servicios orientados a la experiencia del cliente.

Este nuevo paradigma pone a prueba al mercado de seguros respecto a su capacidad de comprender y gestionar profesionalmente las emociones más profundas y básicas de sus clientes que están fuertemente ligadas a la necesidad de alejarse de los miedos provocados por los riesgos; a que le ayuden a proteger lo que más quiere y, en ocasiones, a que lo empujen a ver los riesgos que no quiere o no puede ver. Quien colabore con

sus clientes en la resolución de estos dilemas, al final del camino le habrá hecho vivir una experiencia inolvidable.

Para lograr este cometido, la gestión de riesgos también brinda una respuesta al PAS mediante la “Gestión de Riesgo del Comportamiento (BRM)” y la “Gestión de Riesgos y Experiencia del Cliente (RMCX)”. Las mismas nos permiten conocer técnicas concretas para el análisis y gestión de las emociones vinculadas con la percepción emocional respecto de las amenazas a las que se encuentra expuesto un consumidor de seguros.

Incorporando estas nuevas capacidades profesionales, el Asesor 4.0 estará en condiciones de “ponerse en los zapatos del cliente”. Esto implica, sin duda alguna, comprender cómo percibe los riesgos, más allá de analizar objetivamente la real exposición que tiene frente al mismo. Este enfoque es clave en el proceso de asesoramiento en materia de riesgos, ya que un riesgo que no es per-



LIC. DANIEL GONZÁLEZ GIRARDI, TITULAR DE GGA RIESGOS Y SEGUROS

cibido emocionalmente por el asegurado será negado y, por consiguiente, no será ni tratado ni mucho menos transferido a una aseguradora.

LA TECNOLOGÍA COMO ALIADA DEL PAS

El PAS debería utilizar la tecnología para liberar capacidad instalada (horas hombre) y reorientarla al asesoramiento al cliente. La forma de liberar capacidad instalada, de una manera inteligente, es mediante el uso de tecnología para la realización de tareas que le den la posibilidad al cliente de vivir una

grata experiencia basada en los conceptos de instantaneidad, accesibilidad y simplicidad. Además, la tecnología le permitirá a la industria del seguro, en general, y al PAS, en particular, ofrecer nuevos servicios basados en los siguientes pilares:

Transparencia: fácil acceso a la información.

Experiencia de uso: basada en sencillos mecanismos de uso, claros y dirigidos hacia lo que interesa al cliente, ofreciendo respuestas antes de que se realicen las preguntas.

Ubicuidad: desarrollo de aplicaciones web y móviles que permitan realizar gestiones desde cualquier lugar como, por ejemplo, requerir ayuda ante accidente de tránsito.

Velocidad de respuesta: permite dar satisfacción inmediata, sin esperas.

Personalización: big data hace posible la

segmentación de clientes y mejora la selección de los riesgos, propiciando el armado de propuestas de coberturas personalizadas a precios ajustados a riesgo. Un ejemplo puede estar dado por el uso de tecnología que facilite asegurar una flota de vehículos, en función del uso, o asegurar un stock cambiante, para lo cual se requerirá el uso de dispositivos conectados.

Prevención: la prevención y la anticipación son dos grandes ventajas. La tecnología permite disponer de información sobre, por ejemplo, patrones de comportamiento en la conducción, lo que nos posibilita dotar de mejores herramientas de prevención a nuestros clientes, así como adaptar las pólizas de seguros y las primas a su realidad.

En el siguiente cuadro se observa, de forma resumida, cuáles son las acciones concretas

en materia de incorporación de tecnología al negocio asegurador:

El PAS ha iniciado el proceso de adaptar sus sistemas de gestión y sus áreas de servicio a esta nueva realidad, y las aseguradoras están comenzando a incluirlos en sus proyectos, que tienen que ver con la tecnología vinculada al marketing, ya que en muchas ocasiones necesita al PAS como brazo ejecutor de las acciones comerciales diseñadas mediante el uso de herramientas tecnológicas aplicadas a tareas relacionadas con la inteligencia comercial. En tal sentido, el PAS les ofrece a las aseguradoras la interesante y ventajosa posibilidad de brindarles sus servicios, mediante un esquema de remuneración a costo variable, que implica retribuir las tareas con comisiones por ventas realizadas y efectivamente cobradas.

De la toma de conciencia a la incorporación de la capacidad profesional

Probablemente el lector a esta altura se esté preguntando cómo y dónde incorporar estas herramientas a su bagaje de conocimientos. Es por este motivo que, gracias a este espacio que me brindan los amigos de Tiempo de Seguros, voy a darles la siguiente primicia; en el segundo semestre del presente año estaré lanzando, a nivel global, el primer libro dedicado a la gestión de riesgos y los seguros, en el cual encontrarán todo el material necesario para aplicar, de forma práctica, los conceptos vertidos en este artículo y comprender la forma en que los asegurados analizan y/o perciben sus riesgos.

Además, en paralelo, estoy trabajando fuertemente con la Asociación Argentina de Productores Asesores de Seguros (AAPAS) en la creación de un nuevo espacio de formación para el PAS denominado “Centro de Altos Estudios del Seguro (CAES)”, que estará en pleno funcionamiento durante el año 2020. Dicho espacio incluirá programas de capacitación que le darán contenido académico a los temas expuestos en el presente artículo y a otros temas que hacen a la transformación del PAS de cara a la Revolución 4.0.

Los programas que desarrollaremos en el CAES estarán dictados por destacados profesores de las más prestigiosas Universidades y con comprobada experiencia en nuestro mercado. Además, el temario está pensado y diseñado para brindarle al PAS conceptos de rápida aplicación práctica en su actividad diaria. Quienes finalicen los estudios recibirán una certificación profesional que los acreditará como “Analistas de Riesgos Asegurables”, herramienta que posibilitará diferenciarlos de sus competidores.

La “Re-Evolución” profesional hacia un esquema de Servicios 4.0, le permitirá al PAS llegar al corazón de las personas, algo que la tecnología no puede hacer. Si logra penetrar en lo más profundo de las emociones de sus clientes, entonces, estos lo percibirán como un socio estratégico clave, cuya tarea consistirá en guiarlos para liberar de obstáculos el camino, ayudando así al consumidor de seguros a cumplir con sus más ansiados sueños.

Tecnología aplicada a mejorar la eficiencia de los procesos y el comportamiento del cliente	Comprender al cliente	<p>Internet de las cosas: facilita la actualización, en tiempo real, del negocio.</p> <p>Redes Sociales: funcionan como una fuente de información para el conocimiento del consumidor.</p> <p>Robótica: ofrece amplias posibilidades analíticas sobre el cliente y su viaje por los distintos puntos de interacción con la marca. Situados en establecimientos comerciales, los robots pueden escanear cupones, tarjetas, códigos... y compartir los datos con el propio CRM, ERP, plataforma de e-commerce o web corporativa. Esto permite generar datos sobre los clientes, sus intereses y necesidades, creando un ecosistema analítico de gran valor para optimizar estrategias de marketing e incluso los propios productos.</p> <p>Big data: permite darle sentido a la complejidad que genera el alto volumen de información recibida por parte del consumidor, desde las redes y sitios web, entre otras fuentes de información.</p> <p>Inteligencia artificial: facilita la tarea de modelado y reproducción de comportamientos complejos (apreciaciones predictivas).</p>
	Realizar acciones de marketing	<p>Marketing digital en redes sociales: posibilita realizar publicidad personalizada.</p> <p>Robótica: permite crear campañas más eficientes de promoción y recomendación de productos. Como sistema inteligente, un robot, puede identificar al comprador, revisar sus intereses, a partir de compras anteriores y presentarle, de forma atractiva y visual, productos y servicios junto con sus características. Esto otorga la posibilidad de crear promociones con un mayor grado de personalización para la fidelización de clientes.</p>
	Capturar al consumidor digital	e-Commerce
	Mejorar la experiencia del cliente	<p>Internet de las cosas: consiste en la interacción predecible.</p> <p>Robótica: pueden optimizar los servicios al cliente funcionando como un “punto de información” (ej. facilitando datos al cliente sobre ubicaciones y servicios).</p> <p>Omnicanalidad: facilita la accesibilidad y feedback en tiempo real.</p>
Disminuir costos operativos	<p>Robótica: optimización de procesos y operaciones.</p> <p>Internet de las cosas: facilita conocer el comportamiento del cliente con el fin de influenciar en conductas que permitan mejorar su perfil de riesgo a cambio de optimizar el costo de transferencia.</p> <p>Back office 4.0: sistemas de gestión del tipo Business Process Management o “BPM”.</p>	

VICTORIA SEGUROS. LA TECNOLOGÍA AL SERVICIO DE LOS PRODUCTORES ASESORES Y SUS ASEGURADOS.



NOS REUNIMOS CON MARCELO RIZZI, GERENTE COMERCIAL DE VICTORIA SEGUROS.

HACE TIEMPO QUE VICTORIA SEGUROS VIENE INNOVANDO EN TODO AQUELLO A LO QUE A TECNOLOGÍA SE REFIERE. ¿CUÁL ES EL ANÁLISIS QUE HACEN DESDE LA COMPAÑÍA?

Cuando hablamos de tecnología, innovación y herramientas que mejoran el servicio ofrecido, el análisis que hacemos siempre es positivo. Nuestro trabajo se fundamenta en generar herramientas que hagan más fluido el contacto con nuestra red de ventas, asegurados y posibles asegurados.

¿CUÁLES SON PUNTUALMENTE ESAS HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS?

Nuestras herramientas son cuatro. Una para los asegurados, dos exclusivas para nuestros PAS, y la restante para que nuestros PAS accedan a más clientes.

¿CUÁL ES PARA LOS ASEGURADOS?

Contamos con una APP que le permite a los asegurados la consulta de pólizas; descargar chequera y certificado de cobertura; configurar notificaciones de vencimientos de pólizas y notificaciones de los vencimientos de cuota; consulta de los contactos de las oficinas más cercanas; alerta meteorológica y el contacto para llamar a SOS.

¿CUÁLES SON PARA LOS PAS?

Por un lado disponemos de VICTORIANET. A través de esta página el PAS puede Cotizar y Emitir Autos, AP, Combinado Familiar. Puede consultar sus vencimientos, cartera, pólizas o endosos, la póliza electrónica y los precios de los vehículos. Dispone de los for-

mularios, para completarlos y enviarnoslos. Hacer consultas y denuncias de siniestros. Ver su Cta. Cte. de Productores, etc. Ver todas las circulares con las distintas novedades de la Compañía y el Manual de Productos y Servicios con todos los detalles que necesita.

A su vez disponemos de una APP por la cual el PAS desde su celular puede cotizar; emitir; renovar; listar emisiones; listar cotizaciones y enviarlas; descargar certificados de cotizaciones; coberturas, tarjetas de circulación, chequeras y pólizas electrónicas.

¿Y LA RESTANTE HERRAMIENTA TECNOLÓGICA?

La restante se llama VICTORIA DIGITAL e incumbe a los PAS y posibles asegurados. Es un instrumento de ventas

pensado para ofrecer soluciones a los potenciales clientes y a los Productores de Seguros. Es un Cotizador / Emisor de los riesgos de Automotores, Combinado Familiar y Accidentes Personales, el cual ofrece la posibilidad de contar con una póliza en forma inmediata.

Por medio de VICTORIA DIGITAL cuando un interesado ingresa y cotiza un riesgo, la solicitud es derivada inmediatamente a un PAS quien tiene asignada la zona de influencia del prospecto. A través de una APP que se descarga en el celular, el PAS puede ponerse en contacto en el mismo instante que el prospecto ingresó a cotizar su riesgo. Gracias a esta posibilidad de contacto, se da la combinación ideal de “venta online” con “la atención personalizada realizada por un especialista”. Así el Productor puede



MARCELO RIZZI, GERENTE COMERCIAL DE VICTORIA SEGUROS S.A.

acceder a clientes a quienes no hubiera llegado por otras vías.

ME IMAGINO QUE LA RECEPCIÓN DE VICTORIA DIGITAL ES BUENA.

Sí, es muy buena. Gracias a este soporte digital cumplimos con dos premisas que siempre hemos basado nuestras tareas. Por un lado ofrecemos una herramienta que no compite con el PAS, sino que todo lo contrario, está a su servicio, con la finalidad de darle innovadoras armas para que su cartera crezca. Y por otro lado, es un instrumento que se basa en la calidad de servicio. Quien atiende al prospecto que ingresa y cotiza es un Productor, y quién mejor que él para asesorar a una persona interesada en contratar un seguro.

COMO BIEN DECÍS, LA RECEPCIÓN DE LOS PRODUCTORES DEBE SER ALTAMENTE POSITIVA. ¿Y QUÉ EXPERIENCIA TIENE LOS INTERESADOS EN CONTRATAR UN SEGURO?

Sin lugar a dudas que es excelente. Situémonos en el lado del consumidor. Cada vez es más frecuente el uso de internet para consumo de bienes y servicios. La gente busca, indaga, como si se tratara de un paseo por una especie de "shopping virtual". Si en medio de esa búsqueda de un seguro se encuentra online con un especialista que está listo para asesorarlo en todo aquello que necesita, le resulta más que grato. Nuestra experiencia nos demuestra que cuando se da ese contacto entre el PAS y el prospecto, son altísimas las chances de concretar el negocio.

LA ÚLTIMA VEZ QUE HABLAMOS ESTE VICTORIA DIGITAL ESTABA DISPONIBLE PARA AUTOS. POR LO QUE COMENTASTE, AHORA TAMBIÉN INCLUYE COMBINADO FAMILIAR Y ACCIDENTES PERSONALES.

Si, así es. Justamente esto responde a lo que recién te comentaba. La recepción de los Productores y posibles asegura-

dos, nos demostró que estamos en el camino correcto. El haber agregado a Combinados Familiar y Accidentes Personales es otra etapa de este proceso. Continuamos trabajando para que la experiencia de nuestros PAS y asegurados cubra todas sus necesidades y expectativa.

¿CÓMO INFLUYÓ LA CUARENTENA EN LA TASA DE USO DE VICTORIA DIGITAL?

Sin lugar a dudas el uso de todas las herramientas de venta online ha crecido exponencialmente. Esto sucede en seguros, como sucede en otros rubros. Pero desde hace años que las ventas online viene creciendo. La cuarentena tan sólo aceleró un fenómeno que ya existía previo a la actual situación. Nos encontramos ante una carrera tecnológica que no tiene meta final y que estamos todos necesitados de correrla. Quien no esté dispuesto a participar correrá graves riesgos.



LA MANERA DIGITAL DE VENDER "CARA A CARA"

CON VICTORIA DIGITAL PODÉS ASESORAR A TRAVÉS DE UNA APP Y CERRAR UNA VENTA ONLINE

VICTORIA DIGITAL



www.victoria.com.ar

GLOBAL SOLUTION BROKER S.A.



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

9 DE CADA 10 PRODUCTORES QUE TRABAJAN CON EL BROKER LOS RECOMENDARÍA

Cristian Bogni, CEO de GS Broker analiza el mercado asegurador en el contexto de pandemia. “Los seguros de salud y los seguros de vida con más tendencia de contratación”.

En el marco de la crisis que atraviesa a casi todas las actividades comerciales e industriales del país, el mercado de seguros también ha visto disminuir sus beneficios como consecuencia de ella. Sin embargo, desde Global Solution Broker pudieron relevar expectativas e interés de contratar algunas coberturas vinculadas al cuidado de la salud y la protección de la vida, como no se había manifestado desde hace muchos años a esta parte.

La paralización económica sufrida a nivel general enfrenta un cambio al momento de definir la contratación de los seguros. Las coberturas del sector que han experimentado una tendencia a la baja o a la reducción han sido los seguros de vehículos, los seguros de Integrales de Comercio y aquellas que resguardan la actividad productiva. Mientras tanto los seguros de salud y los seguros de vida experimentan la situación contraria y crecen en este período.

A nivel compañía, inmersos en esta nueva realidad, desde Global Solution Broker se definió rápidamente cuál sería el eje de la acción y los motores que dinamizarían su propósito. Cristian Bogni, CEO de GS Broker cuenta *“En primer lugar generamos un espacio social digital para el relacionamiento con nuestra red comercial, en segundo lugar revitalizamos a nuestro equipo humano logrando que todos tengan su workspace amigable con la realidad del teletrabajo, en tercer lugar actualizamos nuestros activos digitales mejorando considerablemente la oferta de servicios hacia nuestra red y por último dentro de la percepción de calidad de nuestro servicio nos propusimos aumentar significativamente el índice de relevancia que tenemos en nuestra relación con el Productor Asesor de Seguros”*.

Asimismo, todas las acciones vinculadas

con la Dirección, Supervisión, Coordinación y Operación del negocio, se unificaron en una sola plataforma que permite trabajar online las 24 hs., los 365 días. Con una altísima velocidad de respuesta y un régimen óptimo de confiabilidad de la herramienta, desde cualquier ubicación del planeta. Esto es GLOBALIA. Esta plataforma es el área de innovación de la empresa con Inteligencia Aumentada adaptable a la actividad del Productor Asesor de Seguros.

La transformación digital en tiempo récord fue vital para mantener el control de la operación y para abordar la nueva problemática que representa el aislamiento y la imposibilidad de los intercambios presenciales. Al mismo tiempo, se asistió a todo el staff en la resolución de los nuevos conflictos fuera de la habitualidad de la oficina y se los preparó para tomar las mejores decisiones para el propósito de la empresa, en el ámbito particular de su hogar.

Desde GS Broker se dispuso ampliar inmediatamente la inversión en capacitación y poder brindar a los empleados las herramientas y los programas adecuados para mejorar la cultura corporativa hacia el mundo digital.

En este sentido, el directivo destaca *“Todas nuestras acciones están orientadas exclusivamente en otorgar al PAS, lo que consideramos más adecuado para que pueda desarrollar su actividad de manera segura, eficiente y competitiva. Para ello desarrollamos una plataforma de atención digital única, que reconocemos con el nombre de GLOBALIA”*. Desde esta plataforma, se tiene acceso a todo lo que un PAS necesita para llevar adelante con

sostenido éxito su actividad. Desde productos y servicios tradicionales, hasta los más recientes e innovadores. Desde la comodidad de cotizar, emitir y obtener pólizas de forma on line, desde una PC, hasta a hacerlo desde un dispositivo móvil, desde cualquier lugar del mundo, las 24 horas, con una simple experiencia mobile. A través de Globalia se logra mejorar el tradicional Marketing 1:1 y llevarlo a un nivel



CRISTIAN BOGNI, CEO DE GS BROKER

superior. El marketing personalizado con campañas adaptadas a los intereses y a la demografía de un prospecto asegurable, aprovechando los datos y la tecnología digital, logra que un PAS pueda orientar y adaptar anuncios que serán extremadamente relevantes para los intereses de ese público objetivo y casi garantizar una venta/conversión. Todo este potencial comercial, está siendo comunicado a cada PAS de la red y han comenzado a transitar una agenda de charlas, capacitaciones y puesta en marcha de planes de trabajo.

Nuestra adaptabilidad al entorno hizo que planifiquemos junto a las aseguradoras y junto a cada uno de nuestros PAS, cada acción que llevamos adelante. Se mejoraron los beneficios, se ajustaron algunas primas y se flexibilizaron los plazos de pago de las obligaciones de los clientes. En cuanto a nuevos productos o nuevas coberturas, se hizo especial hincapié en la demanda que generó el uso de movilidad alternativa frente a la imposibilidad de utilizar los medios públicos masivos de transporte. Promocionamos seguros vinculados a los productos de salud y a los seguros de vida sumando algunos nuevos beneficios relacionados con asistencias por consultas médicas, asistencia en alimentación y asistencia en el hogar para el buen uso de la tecnología. Actualizamos y mejoramos el ámbito de la consultoría en Seguridad e Higiene laboral, ampliamos el espacio de consulta frente a la exigencia de nuevos protocolos para las actividades calificadas como esenciales en el marco del Decreto 297/2020 y a posteriori las demás que se fueron sumando.

Cabe destacar que el rol fundamental de la empresa gira en torno a brindar servicios al Productor asesor y que éste a su vez, cuente con el apoyo necesario para tener una alta calidad de atención con sus clientes. En este sentido, a través de Glo-

LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN TIEMPO RÉCORD FUE VITAL PARA MANTENER EL CONTROL DE LA OPERACIÓN Y PARA ABORDAR LA NUEVA PROBLEMÁTICA QUE REPRESENTA EL AISLAMIENTO Y LA IMPOSIBILIDAD DE LOS INTERCAMBIOS PRESENCIALES.

balia, la plataforma digital multiservicios, se lanzó durante la pandemia la aplicación mobile para los asegurados de nuestra red de comercialización. Hoy más que nunca, nuestro canal cuenta con un servicio digital de última generación para sus asegurados ya sea para Android: shorturl.at/zGHK8 como para IOS: shorturl.at/eZ467

Descargando la aplicación los clientes de los productores pueden tener en su celular sus pólizas actualizadas, sus tarjetas de circulación y la última factura de re-facturación. Además, pueden realizar sus denuncias de siniestros las 24 hs., desde cualquier lugar donde se encuentren de forma ágil, amigable y eficaz. Adicionalmente con esta aplicación tienen un canal de contacto fluido con su productor asesor tanto para realizar consultas, pedir cotizaciones y cualquier comunicación que deseen tener. En este sentido, este formato de comunicación brinda a las

aseguradoras un medio transparente ágil de gestión para la operatoria de siniestros, conectando a todos los actores -productor, asegurado, liquidador, compañía y proveedor- que interactúan en todo el proceso de administración de siniestros en un solo lugar, de punta a punta, hasta completar

SABEMOS QUE NUESTRO COMPROMISO DE ESTAR A LA VANGUARDIA EN EL SERVICIO DE ATENCIÓN AL PRODUCTOR ASESOR DE SEGUROS, NOS EXIGE CUMPLIR CON ALGUNAS PREMISAS ESENCIALES PARA PODER LOGRARLO.

al 100% del proceso del siniestro y con un control permanente de la evolución del mismo.

Hace ya 4 años que venimos analizando, midiendo y optimizando nuestra calidad de atención hacia nuestros productores asesores a partir de un relevamiento anual que realizamos, con una metodología de encuesta personalizada que, entre otras variables nos permite medir nuestro NPS (Net Promoter Score). Este indicador, mide la disposición de los clientes (en nuestro caso los productores) hacia nuestra empresa, clasificándolos en tres grupos: Promotores, Pasivos y Detractores. En nuestro último relevamiento, mayo de este año, **9 de cada 10 productores que trabajan con Global nos recomendarían a otros productores asesores del**

mercado, es decir el 90 % son promotores de nuestra marca. **Nuestro NPS es de 69 cuándo las empresas de primer nivel tienen un NPS de 70 o más** (ej. en 2018 Netflix tenía un NPS de 64, Amazon 54, Google 43, Apple 49).

Otros datos relevantes que hemos obtenido es que el **84 % de los productores que trabajan con nosotros considera que la calidad de servicio de Global es Muy Alta ó Alta**. Por otra parte, el **92 % considera que somos extremadamente ó muy receptivos** a sus consultas ó inquietudes.

Como consecuencia de la fuerte caída de la actividad económica tuvimos que reacomodar la estructura de costos, controlar la morosidad, revertir los procesos de anulaciones, dar apertura a la posibilidad de endeudamiento y ampliar beneficios en las coberturas existentes.

El período post pandemia comienza a tomar el centro del debate entre los distin-

tos sectores de nuestra sociedad. Es muy difícil planificar hacia adelante para volver a dinamizar actividades desde cero, con todos los nuevos protocolos que ni siquiera están claramente establecidos y entendidos. No obstante ello, Global Solution Broker ha puesto toda su ener-

gía en digitalizar al 100% sus procesos, quizás acelerados por el tiempo que nos toca vivir. También sabemos que nuestro compromiso de estar a la vanguardia en el servicio de atención al productor asesor de seguros, nos exige cumplir con algunas premisas esenciales para poder lograrlo. Preparar cada día mejor a nuestro equipo, apoyar a nuestro capital humano, hacer más eficiente nuestro poder de escucha a las necesidades de nuestra red comercial y de las Aseguradoras, integrar tecnología de vanguardia a los procesos de intermediación, Inteligencia Artificial y Big Data para diseñar una estrategia comercial inteligente.

Nos estamos preparando para seguir creciendo y para llevar a cabo este propósito, contamos con más de 470 PAS asociados, allegados, comprometidos y confiados en que entre todos podemos construir algo mejor, más importante. Proyectando una alianza de largo plazo con objetivos específicos, medibles, alcanzables y realistas.

SOBRE GLOBAL SOLUTION BROKER:

ADMINISTRA primas por más de 580 millones de pesos anuales.

SE ENCUENTRA POSICIONADO

- dentro de los 20 PRINCIPALES BROKERS de la Argentina (*).
- y entre los 5 primeros brokers del mercado con producción 100% de Productores Asesores (*).

CUENTA CON UN KNOW-HOW de más de 30 años en el Mercado Asegurador.

ACOMPaña Y POTENCIA los negocios de una red de comercialización formada por más de 400 Productores asociados.

(*) Fuente: Ranking de Brokers, Revista Estrategas (Agosto-Septiembre 2019).

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 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 2019).*

 gsbroker.com.ar

 Tucumán 840 piso 4 (C1049AAR)
C.A.B.A. Argentina - Tel. (5411) 5352-5252

 Ayacucho 341 piso 2 Of. C
Córdoba Capital (X5000JUG) - 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

 **SSN** SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

MGP BROKER: TRAYECTORIA CON SELLO INNOVADOR



FUNDADO HACE 4 AÑOS, EL BRÓKER IRRUMPIÓ EN EL MERCADO ASEGURADOR CON EL RESPALDO DE UN NOMBRE DE PESO EN EL NEGOCIO: GRUPO MEGAPRO. SUS FUNDADORES TOMARON COMO PUNTO DE PARTIDA SU EXPERIENCIA PARA DAR ORIGEN A UNA EMPRESA COMPETITIVA PARA PRODUCTORES ASESORES Y ASEGURADOS.

Este viaje comenzó hace cinco años, los socios de lo que había sido Megapro – cercana a cumplir 20 años- vislumbraron que el futuro era diferente. En ese momento, conformaban una red de productores que unían su producción para obtener mejores beneficios colectivos, bajo un esquema cooperativista: todas las ganancias se repartían de manera igualitaria entre los socios. Ese modelo funcionó durante dos décadas pero todo lo disruptivo que había sido en su momento empezaba a amesetarse y el modelo a agotarse. “Es difícil poner la situación en perspectiva, despojarse de lo construido después de todo lo vivido y forjar un camino nuevo pero hoy nos damos cuenta que fue una buena decisión”, explica Marcelo Montañez, presidente de MGP Broker. La clave estuvo en no enamorarse de su producto y notar que había otras posibilidades de continuar el trabajo en equipo con un esquema más tradicional que asegure la independencia de cada productor y los beneficios.

Sobre esta tendencia Montañez afirma que MGP Broker es una empresa que nació de una filosofía sobre la adaptación al cambio constante. “Siempre estamos cambiando, iterando y transformándonos, sin arribar a un destino sino constantemente en movimiento”, agrega.

Como sostiene uno de los slogans de la organización, se trata de un bróker tradicional pero con una mirada diferencial del negocio, “esa mirada diferencial está dada por dos cuestiones: la premisa de crecer junto al productor asesor de seguros y no a costa de él y la cantidad de herramientas que la empresa le ofrece a sus PAS”, advierte María Lorena Iparraguirre, gerente técnico comercial de MGP Broker.

Esa propensión incorporada al cambio y a la transformación fue de mucha ayuda para que el bróker atravesara un contexto inédito como el de la pandemia, sin perder operatividad y dando respuestas y contención a todos sus productores. “Todas las herramientas que necesitábamos para reanudar la tarea estaban a la mano. Nuestras oficinas quedaron vacías pero nuestro staff y los productores pudieron seguir operando bajo las mismas vías de comunicación de siempre; generamos nuevos espacios de intercambio donde lo creímos necesario para acompañarnos en momentos complejos; organizamos más capacitaciones abocadas a diversos temas, con especialistas y compañías para nuestro núcleo interno y también para compartir con público general”, reflexiona Montañez.

En una de las reuniones con el equipo de comunicación decidieron crear el espacio MGP en Casa, un conjunto de soluciones para estar más comunicados, conectados y promoviendo herramientas tecnológicas que agilicen el trabajo y acorten al mínimo las distancias de la virtualidad. “Desde un principio nos planteamos que el componente tecnológico era importantísimo para estar a la vanguardia y ofrecer un servicio distintivo. En vistas de lo que sucedió, podemos decir que fue una decisión muy

acertada”, profundiza Iparraguirre.

Dentro de sus plataformas tecnológicas, MGP Broker ostenta una aplicación para asegurados que se muestra con un dise-



MARCELO MONTAÑEZ, PRESIDENTE DE
MGP BROKER

ño personalizado de cada productor para que no pierda presencia ante su cartera. La app brinda útiles funciones para el cliente como visualizar las pólizas en pdf, obtener la tarjeta de circulación para

autos y flotas, revisar facturación, solicitar cotizaciones (en los ramos de combinado familiar, automotores, y accidentes personales), pedir auxilio mecánico, acceder a un directorio de contactos útiles, pre-denunciar siniestros y muchas otras que siguen en desarrollo constante.

“Todas las herramientas que ofrecemos como el multicotizador, la plataforma de capacitaciones, el programa de administración de cartera, el desarrollo del prescriptor de TRO y nuestros sitios web, apuntan a un solo objetivo: agilizar la tarea del productor”, comenta Leandro Fioretti, productor del bróker que colabora en el área tecnológica.

Más allá del fuerte componente digital que MGP Broker pone en juego como valor agregado para sus PAS, esta coyuntura inesperada reforzó una convicción que todos los que integran Grupo Megapro –reconvertido en un grupo de empresas que aportan distintos servicios al mercado asegurador– tienen desde hace más de 20 años: *“el recurso más importante siguen siendo las personas que componen la organización”,* indica el presidente

del bróker. Con la mirada puesta en eso, usando el ingenio y las plataformas que la pandemia revalorizó, MGP lanzó en sus redes sociales el segmento **PAS Interview**, un ciclo de entrevistas cortas donde cada productor del bróker puede compartir su punto de vista, difundir información sobre su propia oficina y otros detalles informales sobre sus gustos o habilidades.

“Siempre estamos buscando nuevos productores de distintos perfiles, especializaciones y de todo el país para que se sumen a nuestra organización. Estamos preparados para asistir técnicamente en negocios poco convencionales y ofrecemos una vía rápida de gestión para aquellos productores que están más alejados de las compañías”, sostiene Lorena Iparraguirre. Montañez, por su parte, aporta *“generamos distintos acuerdos tanto con compañías como con*

empresas de servicios adicionales para que los productores salgan ganando”.

Para concluir, desde el bróker afirman que seguirán enfocándose en desarrollar alternativas digitales, espacios de capacitación y servicios para que los productores tengan a su alcance las condiciones

“SIEMPRE ESTAMOS BUSCANDO NUEVOS PRODUCTORES DE DISTINTOS PERFILES, ESPECIALIZACIONES Y DE TODO EL PAÍS PARA QUE SE SUMEN A NUESTRA ORGANIZACIÓN. ESTAMOS PREPARADOS PARA ASISTIR TÉCNICAMENTE EN NEGOCIOS POCO CONVENCIONALES Y OFRECEMOS UNA VÍA RÁPIDA DE GESTIÓN PARA AQUELLOS PRODUCTORES QUE ESTÁN MÁS ALEJADOS DE LAS COMPAÑÍAS”

necesarias para volcarse de lleno al asesoramiento, que es lo que realmente distingue al Productor Asesor de Seguros. *“Apostamos a potenciar nuestro capital más valioso, las personas, que son el eje de nuestra evolución y con quienes avanzamos en cada nuevo desafío”,* cierra el presidente, Marcelo Montañez.

NUESTRA ACTIVIDAD CAMBIÓ. NOSOTROS CAMBIAMOS HACE RATO.

Desarrollamos todas las herramientas para hacer del trabajo del productor una tarea más dinámica, ágil y moderna. Lo venimos haciendo hace años, por eso, hoy estamos preparados para lo que viene. **Acercate a MGP Broker. El Broker que hacía falta.**



0800 220 6342



Nº de matrícula en SSN
1346

Atención al asegurado
0800-666-8400

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



EL SEGURO DE INCENDIO EN NUESTRO PAÍS

Cuando desde Tiempo de Seguros me pidieron como colaboración una nota sobre coberturas que puedan ser de utilidad para la labor profesional del productor asesor de seguros pensé en el amparo a través de la póliza de incendio en nuestro país.

No solo por considerarlo una protección importante sino a que, por lo general, no suele comentarse al asegurable el amplio alcance que tiene esta cobertura, aún en su modalidad básica.

En otras palabras, resultan amparados sin necesidad de contratarlos de forma adicional aumentando el costo y conviene resaltárselos al cliente.

Quiénes como en mi caso están vinculados a la actividad aseguradora desde hace muchos años podrán recordar que la póliza de incendio originalmente amparaba en su modalidad básica solo lo relacionado con fuego, rayo y explosión. Si se deseaba contratar otros amparos éstos tenían un costo adicional.

Obviamente con la intención de aumentar el primaje del ramo, se resolvió en su momento, incorporar varios de esos rubros a la cobertura básica, dejando otros de contratación opcional mediante el pago de una extraprima.

En los primeros años de su aplicación se le conoció en el mercado como "póliza paquete" dada la amplitud del ofrecimiento, incorporado posteriormente como Ampliación de cobertura o cobertura amplia.

Intentaré entonces analizar los principales aspectos de esta cobertura, con mayor detalle a las situaciones que entiendo pueden ser más conflictivas.

COBERTURA BÁSICA:

La póliza de incendio, como cobertura básica ampara los daños materiales causados a los bienes objeto del seguro por la acción **directa o indirecta** de fuego, rayo o explosión, entendiéndose por fuego a toda combustión que origine incendio o principio de incendio.

Isaac Halperín definía al concepto de incendio al comentar que se encuadraba en el mismo "cuando una cosa no destinada a consumirse por el fuego es dañada por éste o por el calor de un fuego hostil"

Deja de lado en esta apreciación el denominado fuego no hostil o amistoso como el que se produce por ejemplo sobre artefactos de calefacción (calefones o calderas) o el daño a una alfombra por la colilla de un cigarrillo encendido, etc.

AMPLIACIÓN DE COBERTURA, DENTRO DEL AMPARO BÁSICO: HECHOS DE TUMULTO POPULAR, HUELGA Y LOCK OUT:

Resulta también indemnizable todo daño material **directo** producido a los bienes objeto del seguro por estos hechos, incluidos los de terrorismo originados en los referidos acontecimientos y otros hechos de vandalismo, terrorismo y malevolencia aún fuera de esas circunstancias, excepto que formen parte de hechos de guerra civil o internacional, rebelión, sedición o motín o guerrilla.

Cabe comentar que en la denominada "Cláusula de Interpretación de las exclusiones a la

cobertura contenidas en las condiciones generales" se definen cada uno de estos términos. Entre las exclusiones de este rubro cabe mencionar el trabajo a reglamento, a desgano o cualquier forma irregular de trabajo, requisa, incautación o confiscación por autoridad pública, desaparición o sustracción de bienes (salvo los extravíos que se produzcan en ocasión de su traslado, con motivo de acciones de salvamento) y los producidos por pinturas, manchas, rayaduras o por la fijación de leyendas o carteles en la superficie de frentes y/o paredes externas o internas.

Nótese que lo que se desea amparar son los daños materiales provocadas por estos hechos (aunque no se produzca incendio) y no una simple cesación del trabajo y respecto a los daños maliciosos se excluyen las pintadas (clásicos grafitis) o la fijación de leyendas o carteles en las superficies de frentes o paredes externas o internas del riesgo asegurado. Es de imaginarse el daño de esta naturaleza en época de elecciones.

IMPACTO DE AERONAVES, VEHÍCULOS TERRESTRES, SUS PARTES COMPONENTES Y/O CARGA TRANSPORTADA:

Asimismo resultan amparados todo daño material directo proveniente de impacto de aeronaves, vehículos terrestres, sus partes componentes y/o carga transportada.

Se excluyen cuando sean de propiedad del asegurado o bajo su custodia y/o de los inquilinos del bien objeto del seguro y/o sus dependientes y familiares de ambos y cuando esos daños se hayan producido por impacto de la carga transportada en el curso de maniobras de carga y descarga. Tampoco resultan amparados los daños producidos a aeronaves, vehículos terrestres, máquinas e implementos viales, máquinas agrícolas y otras similares y los ocasionados a las calzadas y aceras y a todo bien adherido o no que se encuentre en ellas.

Si bien es cierto que no es habitual la caída de aeronaves sobre las viviendas, basta recordar lo ocurrido en septiembre de 2014 con la caída de una avioneta que se dirigía al aeropuerto porteño sobre viviendas de nordelta. Si esas propiedades tenían seguros de incendio bien contratados (edificio y contenido, con sumas aseguradas acordes) podrían reclamar los daños sufridos a las aseguradoras, las que posteriormente podrán iniciar acción de repetición por subrogación. Por supuesto que esos propietarios podrán también encarar acción judicial por lo no percibido o por otros conceptos no indemnizables.

En el caso de impacto de vehículos terrestres, situación más habitual, la pretensión del amparo es el hecho meramente accidental, cuando por ejemplo a un automotor se le traba la dirección o por otra circunstancia impacta sobre una vivienda.

Distinto sería el caso ocurrido en enero del

2018 en Buenos Aires cuando una grúa intentaba depositar una pileta de natación en el patio trasero de una vivienda de tres pisos, cayendo la carga y el brazo mecánico sobre la misma provocando importantes daños.

En esta situación está excluida (carga y descarga) y además podría considerarse una agravación del riesgo de parte del asegurado.

HUMO:

Se ampara el daño directo que provenga, además de incendio ocurrido en el bien asegurado o en las inmediaciones, de desperfectos en el funcionamiento de cualquier aparato que forme parte de la instalación de calefacción ambiental y/o cocina instalados en el bien asegurado y siempre que en el caso de quemadores de combustibles se hayan previstos los correspondientes conductos para evacuación de gases y/o humo, conforme a las reglamentaciones en rigor.

Se indica como exclusión los daños causados por el humo proveniente de incineradores de residuos, aparatos y/o instalaciones industria-



ROBERTO MECCA, DOCENTE Y CAPACITADOR EN SEGUROS

les o por la manipulación incorrecta de las instalaciones a las que pertenezcan.

COBERTURAS ADICIONALES:

Para facilitar su recuerdo cabe comentar que varias de las coberturas adicionales corresponden a fenómenos de la naturaleza.

Además de rayo (que está incluido en el amparo básico) se incluye huracán, ciclón, vendaval y tornado, terremoto y granizo. Se tratará de comentar lo esencial de estos amparos y de otros adicionales permitidos que no sean provenientes de fenómenos naturales.

HURACÁN, CICLÓN, VENDAVAL Y TORNADO:

Cubre daños o pérdidas a consecuencia direc-

ta de los riesgos de estos hechos, incluyendo los de incendio producidos por los mismos. Conviene recordar que en caso de siniestro se debe buscar la causa eficiente. Por ejemplo si bien no se cubre el daño por agua a la mercadería en el interior de un galpón, resulta amparado si por cualquiera de estos fenómenos meteorológicos se produce el levantamiento de las chapas del techo y por ese lugar penetra el agua.

INCENDIO POR TERREMOTO:

Se ampara el daño o pérdida causado por incendio durante un terremoto o temblor o por incendio producido a consecuencia de los mismos.

DAÑOS MATERIALES POR TERREMOTO:

Se ampara los daños materiales que pudieren sufrir los bienes asegurados a consecuencia de terremoto o temblor.

GRANIZO:

Se cubren los daños producidos por este hecho. Por ejemplo sobre los techos. Sería conveniente que, como sucede en la póliza de automotores se le ampare siempre que el evento ocurra a partir de una determinada cantidad de días contados desde el inicio de vigencia de la póliza o de la recepción de la propuesta del seguro.

REMOCIÓN DE ESCOMBROS O GASTOS DE LIMPIEZA:

Para edificios y mercaderías. Ampara en el primer caso los gastos incurridos por gastos de limpieza y/o retiro de escombros y/o demo-

lición y de restos de mercaderías y/o desmantelamiento de máquinas y/o instalaciones en el segundo. Si bien la medida de la prestación en la rama incendio es a prorrata, en este adicional es a primer riesgo absoluto.

RESPONSABILIDAD CIVIL HACIA TERCEROS:

Lamentablemente este amparo adicional se le conoce en nuestro mercado como RC linderos, limitando el verdadero alcance dado que no tiene que ser necesariamente un lindero. Hay que tener en cuenta que se ampara solo los daños materiales y no por lesiones o muerte. Si se desea cubrir esta última situación hay que contratar un seguro de la rama responsabilidad civil (a consecuencia de incendio, rayo, explosión, descargas eléctricas y escapes de gas). También este adicional, como todo seguro de responsabilidad civil es a primer riesgo absoluto

PÉRDIDA POR FALTA DE FRÍO POR PARALIZACIÓN O DEFICIENCIA DE LA INSTALACIÓN REFRIGERADORA:

Ampara pérdidas o daños a consecuencia de rotura de maquinaria refrigerante por accidente que provoque la paralización del equipo generador de energía en un lapso continuo o discontinuo de doce horas o más. Incluye contaminación por derrames, filtraciones, desbordes o escapes de sustancias de la cámara o equipo refrigerante.

ALQUILERES:

Es un adicional muy poco difundido que merecería ser tenido en cuenta por el productor

asesor de seguros ampliando el ofrecimiento de los productos que comercializa.

Ampara al asegurado que tiene un edificio alquilado y a consecuencia de un incendio o riesgos asimilados resulte inhabitable e inhabitable, indemnizándose la pérdida tomando como base el monto del alquiler percibido a la fecha de ocurrir el siniestro o monto declarado en la póliza cualquiera que sea el menor y hasta la finalización del contrato.

COMBUSTIÓN ESPONTÁNEA:

Para determinadas sustancias (por ejemplo carbón, leña, maíz, tortas oleaginosas, etc.). El aumento de temperatura puede ocurrir por oxidación en presencia de humedad y aire o por fermentación bacteriana que genera calor.

EXCLUSIONES A LA COBERTURA:

Las principales exclusiones a la cobertura, además de las indicadas para los casos comentados de ampliación de la cobertura básica son: vicio propio, terremoto, maremoto, meteorito, erupción volcánica, tornado, huracán o ciclón, inundación y granizo, guerra civil o internacional, rebelión, sedición o motín, guerrilla o terrorismo, combustión espontánea, salvo que produzca fuego, contacto o aproximación a fuentes de calor, acción de la corriente, descarga u otros fenómenos eléctricos, nuevas alineaciones, lucro cesante, pérdida de clientela y privación de alquileres o rentas. Algunas de estas exclusiones, como ya se comentó, se pueden contratar como adicionales. Por ejemplo los referidos a huracán o ciclón, terremoto, combustión espontánea y granizo. Deseo haberles sido de utilidad.

RM Roberto Mecca El Nombre en capacitación aseguradora

ACTUALMENTE CURSOS PARA ASPIRANTES COMPLETAMENTE A DISTANCIA

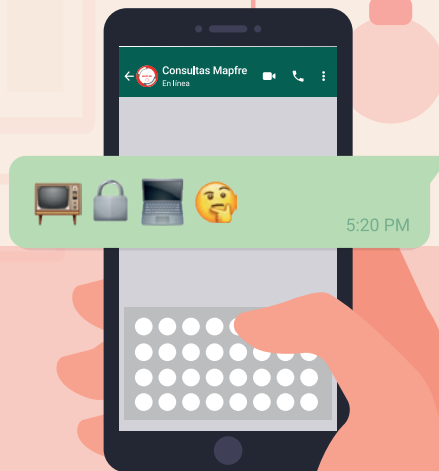
Cursos permanentes para la obtención de la **Matrícula de productor asesor de seguros.**

Cursos de **Actualización** para el mantenimiento de la matrícula de productor asesor de seguros, programa de capacitación continuada.

Autor del **Manual del Profesional del Seguro**, la publicación más clara y completa del mercado asegurador argentino.

25 de Mayo 611 . Piso3 Of.4 . Buenos Aires - Argentina
robertomecca@robertomecca.com.ar - 5411 4311.1651/ 5411 4315.1455
www.robertomecca.com.ar

¿Sabías que tus clientes pueden whatsappearnos por el seguro?



Sí, ahora en MAPFRE lo hacemos más fácil. Porque con la nueva línea de atención por WhatsApp, pueden recibir respuestas al instante de todas sus consultas o denuncias.

+54 911 2332 0911

www.mapfre.com.ar

/mapfre.ar

@mapfre_ar

mapfre

MapfreArgentina

Nº de inscripción en SSN
213

Atención al asegurado
0800-666-8400

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

SSN | SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

Orígenes SEGUROS

Con más de 30 años de experiencia y trayectoria en el mercado, contamos con el respaldo para acompañarte en el desarrollo y crecimiento de tu gestión como Productor.

Formá parte de nuestra **red de Productores**, te ofrecemos:



Simplicidad



Servicio personalizado en todo momento



Portal Web



Plataforma online de ventas y gestión



Plan anual de capacitación



Variedad y creatividad en productos y soluciones.



Atractivas comisiones.



Incentivo en Premios y Viajes.

www.origenes.com.ar

/OrigenesSeguros

0810-666-8484

Nº de inscripción en SSN
Orígenes Seguros S.A.: 0294
Orígenes Seguros de Retiro S.A.: 0423

Atención al asegurado
0800-666-8400

Organismo de control

www.argentina.gob.ar/ssn

SSN | SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

GESTIÓN DE SOLUCIONES EN UN MERCADO CADA VEZ MÁS DIGITAL



EL CONTEXTO MUNDIAL CAMBIÓ PARA TODOS; NO SOLO EN LA FORMA DE TRABAJAR, SINO TAMBIÉN EN LA MANERA EN LA QUE SE CONSUMEN LOS SEGUROS. FRENTE AL COVID-19, LAS COMPAÑÍAS ADAPTARON RÁPIDAMENTE SUS PROCESOS Y SUMARON TECNOLOGÍA AL SERVICIO. AL MISMO TIEMPO, LAS PERSONAS TUVIERON MAYOR PONDERACIÓN POR CIERTOS SEGUROS: COMO EL DE HOGAR, DE RETIRO O DE VIDA.

En las crisis se ven las oportunidades, y esta vez no fue la excepción. No solo las personas tuvieron que acomodarse a esta nueva realidad, también las aseguradoras y los broker de servicios. Con la intención de facilitar el acceso a la información y digitalizar los procesos, CIO Broker desarrolló un programa de inducción y capacitación para sus productores con actualización de procesos, nuevas tecnologías aplicadas al sector y estrategias de venta para la captación de clientes en contexto de pandemia. Un programa de entrenamiento profesional para que los productores logren potenciar su perfil comercial y lograr mayores y mejores oportunidades de negocio.

Al mismo tiempo se puso a disposición de matriculados y clientes distintos canales de comunicación para facilitar sus gestiones. El objetivo fue y sigue siendo brindarles a los productores un servicio cada día más integral, facilidades en un solo lugar, mayores gestiones y beneficios ya sea para quienes forman parte del equipo desde hace años, como para aquellos que quieren sumarse en este contexto.

Por otro lado, y en vistas a los cambios en las demandas del mercado asegurador, las nuevas tecnologías y necesidad de capacitación constante, se intensificó el plan de trabajo personalizado con el que cuenta cada productor, brindando cuantificación del valor potencial de cada asegurado y seguimiento periódico con resultados.

Con este objetivo, se ponen a disposición herramientas para nuevos modelos de gestión, de ventas y relacionamiento con clientes fidelizados o tratamiento de nuevos negocios. En definitiva, un entrenamiento para los productores capaz de sumar a su desarrollo profesional, motivando su capacidad de crecimiento desde un costado empresario.

LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS Y LOS SEGUROS

En contextos como estos moverse con rapidez y visión estratégica es clave. Desde CIO BROKER ARGENTINA optimizamos nuestros procesos de trabajo remoto y afianzamos los canales de comunicación activos en redes sociales, sitio web y buscadores.

Con el objetivo de conectar con el mundo digital, y a partir de ello facilitar las gestiones de clientes y productores, desde la web www.ciobrokerargentina.com.ar se puede cotizar y mejorar el seguro desde la comodidad de un teléfono, denunciar un siniestro y agilizar el proceso sin moverse de casa; conocer las novedades de las mejores compañías en un solo lugar con conexión a la información 100% actualizada en

redes sociales.

Por otra parte, para los productores que lo desean se le desarrolla un micrositio con sus datos de matrícula, para que puedan acercar opciones de seguros a sus potenciales clientes desde sus plataformas digitales (redes sociales, web, blog). Con un solo click el usuario puede cotizar un seguro y contratarlo directamente en la plataforma del productor elegido.



CAMILO ORIBE, DIRECTOR EJECUTIVO Y NATALIA ORIBE, DIRECTORA OPERATIVA DE CIO BROKER ARGENTINA

Asimismo, los productores de seguro que incluyan su cartera en CIO BROKER ARGENTINA, cuentan con un sistema de gestión "PORTAL PAS" en el que pueden dar seguimiento a todas sus pólizas y gestiones sin importar la compañía con la que trabajen. Además de un detallado reporte de estado de situación desde todos los conceptos administrativos que lo requieran. Asesoría legal gratuita para que puedan realizar los reclamos correspondientes y personal especializado para la atención post venta.

Y para seguir avanzando en la digitalización de los servicios en materia de seguros, estamos desarrollando productos de asistencia y micro seguros con algunas compañías para actividades en receso por la pandemia; por ejemplo: cobertura para los casos de COVID en todo lo que es hotelería y restaurantes. Asimismo, hay productos que ya existían en el mundo pero que en Argentina todavía no eran aplicables aun como el uso temporario del seguro del auto a través de aplicaciones.

El tiempo en casa lo volvemos productivo. Junto a nuestros productores y staff nos estamos capacitando en nuevas tecnologías, estrategias de venta y comunicación digital. El trabajo del futuro ya está aquí, te invitamos a ser parte.

¿TE DISTE CUENTA LO QUE VALE TU CASA?

En tiempos de pandemia los cambios fueron muchos, entre ellos cumplir con el aislamiento social y sanitario para evitar la propagación del COVID-19. De repente todos pasamos más tiempo en casa y nos vimos más expuestos a situaciones que, en algunos casos, incrementaron los accidentes domésticos.

En muchos hogares el confinamiento hizo que varias generaciones de la familia convivan en la misma casa, desde los más chiquitos hasta los adultos mayores y por muchas más horas que antes. En esta situación, las familias se encuentran más propensas a la posibilidad de experimentar accidentes domésticos. Entre los más comunes prevalecen los incendios que se pueden originar por causas como fumar cerca de cortinas u otros tejidos, enchufes sobrecargados, electrodomésticos que estén en cortocircuito, cables conectados a la electricidad que no se encuentran en buen estado, entre otros.


También se pueden producir otros incidentes como robo o hurto debido al ingreso de personas ajenas a la vivienda. Por eso, es importante tomar medidas que permitan prevenir riesgos y mitigar los potenciales accidentes.

Si supieras la importancia que tiene contar con una buena cobertura de hogar, y sobre todo que se trata de una inversión con un costo más bajo del que imaginás, no dudarías en tenerlo. Porque justamente es el seguro quien puede cuidar todo lo que te costo construir, porque con ellos recuperarás todo y podés vivir tranquilo y protegido siempre. Asegurar la casa es muy fácil. En un proceso 100% online y se puede calcular la cuota con el cotizador. Este plan es un seguro adaptable a diferentes realidades, porque partiendo de cinco coberturas obligatorias, permite elegir otras que aseguran los riesgos específicos de acuerdo con las necesidades de cada hogar.

www.ciobrokerargentina.com.ar

ATENDEMOS EN MAR DEL PLATA - TANDIL - CIUDAD DE BS AS - CHIVILCOY - OLAVARRIA - BAHÍA BLANCA - SAN JUAN

TECNOLOGÍA Y SERVICIO PARA EL MUNDO DEL SEGURO



estás
protegido?

Logramos las mejores cotizaciones junto a compañías líderes del país.



☎ 0810-333-8343
☎ +54 11 6198-8018
✉ info@cioseguros.com.ar

MÁS INFO EN
CIOBrokerArgentina.com.ar

LA OBLIGATORIEDAD DEL ASEGURAMIENTO EN EL MERCADO LOCAL PARA BUQUES COMERCIALES

Por el Dr. Gustavo Pablo YUSTI *

Los Seguros Marítimos que amparan los riesgos a que se encuentran expuestos las embarcaciones que navegan aguas argentinas son ofrecidos desde hace décadas de manera integral por el mercado de seguros argentino. Sin embargo, ha sido siempre materia de análisis y debate ante la ausencia de una disposición legal específica, la posibilidad de su aseguramiento directo en el extranjero. Es entonces sobre esta cuestión donde pretendemos a modo de apretada síntesis desarrollar una breve, aunque fundada exposición del tema, específicamente nos referiremos a las coberturas sobre el Casco y las Maquinarias (C&M) como así las de Protección e Indemnización (P&I).

En primer lugar, corresponde recordar el marco normativo que regula la materia relativa a los seguros marítimos, que en la República Argentina se encuentra dispuesto por la Ley General de Seguros (17.418) y la Ley de la Navegación Argentina (20.094) especialmente en sus artículos 408 y ss.

De igual modo, la Ley 12.988 dispone la obligatoriedad de aseguramiento con empresas locales para determinados riesgos con intereses nacionales que, por supuesto se encuentren enmarcadas en las previsiones de la Ley 20.091 que regula a las entidades aseguradoras, y por supuesto bajo el control y supervisión de la Superintendencia de Seguros de la Nación Argentina (en adelante SSN).

Así las cosas, corresponde entonces referirnos a la Ley 12.988 que dispone la obligación de asegurar en argentina los bienes a riesgo con intereses asegurables de idéntica nacionalidad, en especial el caso que nos ocupa, es decir los buques comerciales de matrícula argentina que desarrollan su actividad en aguas ju-

risdccionales nacionales argentinas.

El artículo 2 de la norma en cuestión dispone "...*Queda prohibido asegurar en el extranjero a personas, bienes o cualquier interés asegurable de jurisdicción nacional. En caso de infracción ésta será reprimida con una pena impuesta al asegurado e intermediario por el Poder Ejecutivo, de hasta veinticinco veces el importe de la prima...*"

Tratándose estos bienes de Buques de matrícula o registro en la argentina no quedan

dudas que se trata de un interés asegurable de jurisdicción nacional. Más aun tratándose

de buques

c o n



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

actividad comercial que gozan de beneficios derivados de la obtención de permisos dados por el Estado Nacional argentino, debemos remitirnos necesariamente a lo dispuesto por el artículo que sigue

bajo el mismo cuerpo normativo bajo análisis, a saber; Artículo 3, ..."*Deben cubrirse exclusivamente en compañías argentinas de seguros todas las personas, bienes, cosas, muebles, e inmuebles, semovientes, responsabilidad o daño*

que se resuelvan asegurar, dependientes, de propiedad y/o utilizados por la Nación, las provincias, las municipalidades, entidades autárquicas o por personas físicas o jurídicas que exploten concesiones, permisos o tengan franquicias, exenciones o privilegios de cualquier índole en virtud de leyes o disposiciones de autoridades de la Nación, provincias o municipalidades. En caso de infracción, regirá la misma penalidad establecida en el artículo anterior..."

La penalidad para quienes transgredan esta disposición, claramente se encuentra expuesta en la norma, es decir hasta VEINTICINCO VECES el valor de la PRIMA. Si bien no aclara a que prima se refiere, y ante la eventual falta de referencia devenida de conflictos probatorios, entendemos que debería de aplicarse la que razonablemente disponga el mercado asegurador argentino para ese riesgo.

Sin embargo y pese lo dispuesto por la norma, han existido a través de los últimos años ciertos cuestionamientos vinculados con la aplicación de la Ley 12.988 a los buques y embarcaciones de matrícula o bandera argentina. En ese sentido, y pese que la norma parecería ser clara respecto a las coberturas de C&M (Casco y Maquinarias), se han planteado mediante consultas NO VINCULANTES y con confusas respuestas del organismo de control, la posibilidad de aseguramiento off shore especialmente para coberturas P&I (Protección e Indemnización). En todos los casos el organismo se ha expedido a favor de ese aseguramiento, mientras no haya aseguradores argentinos que otorguen cobertura para ese riesgo. Esa situación ha cesado desde el año 2014 en que la SSN por

Resolución Administrativa ha aprobado un clausulado para ese riesgo presentado por un asegurador local, y a partir de esa fecha y hasta el día de hoy son varios los aseguradores argentinos que dan cobertura para ese riesgo, razón por la cual se descarta y aclara cualquier interpretación en contrario.

En ese mismo sentido resulta importante destacar el recientemente sancionado Régimen de Promoción a la Marina Mercante (ordenado por la Ley 27.419), si bien no orientada a regular cuestiones vinculadas con el contrato de seguros, en su artículo 22 dispone un régimen de promoción a los seguros marítimos para ese tipo de embarcaciones. La promoción en materia asegurativa consiste casualmente en la eximición para ese tipo de buques en el aseguramiento local conforme lo dispuesto por la Ley 12.988, permitiendo entonces a esos buques asegurarse en la Argentina o en el Exterior con aseguradores extranjeros. Vale aclarar que esta excepción se aplica exclusivamente a los buques que en el marco de esa promoción y con especial asiento en el REGISTRO dispuesto por la

Subsecretaría de Vías Navegables de la Nación. Realmente los buques a los que aplica esta excepción son limitados, al mismo tiempo que me permito formular reservas respecto a su real funcionamiento. *En consecuencia, esta norma no es mas que la excepción que confirma la regla, los buques comerciales de matrícula argentina deben de asegurarse en el mercado Argentino de Seguros, en cumplimiento de las disposiciones locales.*

No es menos importante destacar que la misma legislación dispone la OBLIGATORIEDAD del aseguramiento para el

riesgo de CASCO y MAQUINAS y P&I (Protección e indemnización), si bien con las limitaciones que establece la norma, no

podemos dejar de observar el fin social que persigue el legislador al incluir esta obligación legal, llenando un vacío que por contemporaneidad sancionatoria la Ley de navegación por agua argentina no ha sabido resolver en su plexo normativo.

Tampoco podemos dejar de observar que el aseguramiento off shore, además de la penalidad dispuesta por la Ley especial (12988) puede en ciertos casos traer aparejados incumplimientos a normas fiscales, impositivas y cambiarias que, por supuesto importan otras sanciones económicas y penales que caerán en cabeza de los sujetos involucrados y en caso de tratarse de personas jurídicas, de sus directores.

Asimismo, debemos destacar que el aseguramiento insuficiente disfrazado de pólizas

locales notoriamente infra aseguradas, además de las implicancias dispuestas por la Ley 17.418 al tiempo de la liquidación de pérdidas, importa un incumplimiento palmario a la Ley 12.988 cuando se complementan con pólizas emitidas en el extranjero. Idéntica opinión tenemos respecto a las pólizas que actúan como máscara o fronting, cuya validez debe de estudiarse atendiendo a las particularidades del caso y de manera restrictiva.

Por último, es importante referir a la Circular Nro. IF-2019-94353269- JURIDICOS, del 18 de octubre de 2019 emanada de la Superintendencia de Seguros de la Nación, la que aclarando la situación dispone la OBLIGATORIEDAD DE ASE-

GURAMIENTO LOCAL POR ENTIDADES HABILITADAS PARA ESTOS EN BUQUES PESQUEROS y excluidos del REGIMEN DE PROMOCION.

En consecuencia, en nuestra opinión los seguros marítimos vinculados con el Casco, Maquinas y Protección e indemnización para Buques Comerciales de matrícula Argentina que desarrollen la actividad en Aguas jurisdiccionales Argentinas – *con las salvedades mencionadas respecto a las previsiones de la Promoción a que refiere la Ley 27.419* -, y que gocen de permisos emitidos por autoridades dependientes del Estado Argentino, deben de asegurarse ante empresas aseguradoras locales que cumplan con las disposiciones legales vigentes y bajo el estricto control de la SSN (Superintendencia de Seguros de la Nación).

Es nuestro deseo, *y en la doctrina seguiremos abogando* para que ello ocurra, que mas temprano que tarde se concluya la deuda social que la legislación en materia de navegación por agua mantiene aun hoy día, y esta no es mas que la regulación definitiva para el aseguramiento obligatorio, como ha ocurrido en el pasado con el transporte terrestre y aéreo en la Republica Argentina.

*El Dr. Gustavo Pablo YUSTI, es socio senior en el despacho ALS ADMIRALTY SERVICES S.A. con oficina central en la Ciudad A. de Buenos Aires, especializándose en la atención Legal y de Siniestros en el ramo de Seguros de Transportes, Casco & Maquinarias y de Protección e Indemnización (P&I) para aseguradores y reaseguradores.



ADMIRALTY SERVICES S.A.
ABOGADOS - LIQUIDADORES DE AVERÍAS
LAWYERS - MARINE SURVEYORS & LOSS ADJUSTERS

www.admiraltylaw.com.ar

LOS SEGUROS Y LA PANDEMIA



TRASCENDER EN EL TIEMPO, CREANDO CONCIENCIA ASEGURADORA



Cubus Broker de seguros cuenta con más de 25 años de experiencia en el rubro, lo que nos permite una mejor y más eficiente relación con las Aseguradoras. Nos convertimos en referentes del mercado, abarcando Organizadores y Productores Asesores de Seguros. Fue así, que con el correr de los años, inauguramos nuestra oficina en Buenos Aires y llegamos a concretamos trabajos en 15 provincias de Argentina.

Actualmente la actividad de nuestra región, como en la mayoría, está siendo

atravesada por la problemática del COVID-19. Como responsabilidad nuestra, como equipo y como sociedad, es la de cuidarnos y tener salud, que nuestra red de prestadores esté saludable con sus familias. Que continúen con buen ánimo, para mantenernos motivados y poder seguir adelante.

Al comienzo de la pandemia dimos un ciclo de charlas virtuales, para poder brindarle asesoramiento a nuestros clientes y, de alguna manera, contención, nadie estaba preparado para afrontar una situación de este tipo. Las reuniones consistieron en cómo se podrían modificar nuestros seguros en inactividad y con respecto al teletrabajo, protocolos de higiene y seguridad para trabajar, cómo actuar frente a un caso sospechoso de covid-19.

El equipo Cubus está conformado por un grupo heterogéneo e interdisciplinario, que se encuentra capacitado y en perfecto conocimiento del rubro, lo cual permite un trabajo más eficaz y organizado. Todos cuentan con las habilidades necesarias para asesorar, responder a dudas e inquietudes y solucionar problemas, generando así que nuestro Capital Humano este comprometido con el cliente.

Gran parte del desarrollo comercial se amoldo rápidamente a este contexto, trabajar a distancia fue un desafío enorme, está siendo llevado a cabo de manera digital para poder seguir manteniendonos en contacto, brindar información o ayudarlos a resolver determinado tipo de conflicto

que esta situación nos ha traído. De esta manera tuvimos que actualizarnos de lo “físico” a lo digital, desde nuestras pólizas, pagos, envíos de documentación, hasta reuniones de equipo para seguir coordinando el seguimiento de la empresa.

Nuestra misión es trascender en el tiempo generando conciencia aseguradora, es por eso que hacemos tanto hincapié en lo que es la conciencia de tener una cobertura.

La conciencia de tener un respaldo está a través de los seguros que nos cubren como persona, nos van a permitir vivir dignamente, así también nos dan la posibilidad de dejar a nuestra familia un resguardo en el caso de que algo malo suceda, por ejemplo; el seguro de vida tenga un año hasta que se adapte a la falencia de la persona que ya no está



Actualmente nuestra red cuenta con 450 profesionales independientes, complementando actividades en todo el país. El objetivo de ampliar Aliados estratégicos.



Cubus
BROKER DE SEGUROS



- **GESTIÓN DE DEUDAS**
- **ENVÍOS DE CERTIFICADOS**
- **SEGUIMIENTO DE ILT**
- **AUDITORIA DE PÓLIZAS**
- **SINIESTROS 24HS**

www.cubusbroker.com

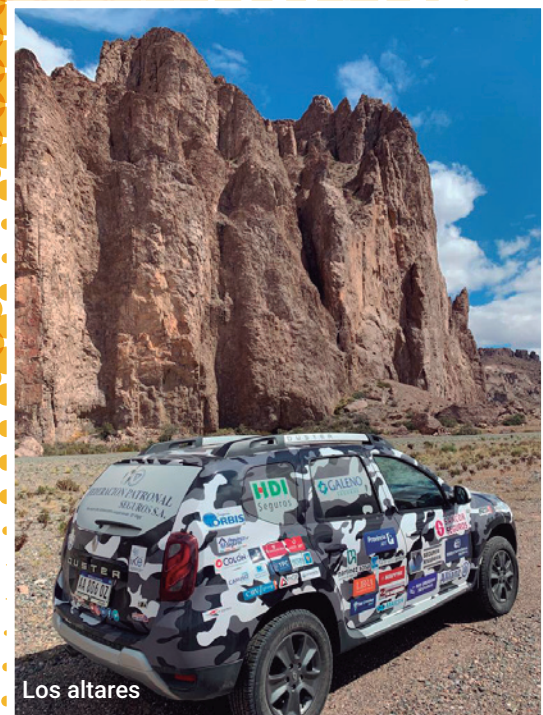
 **0341 355 3889**



NUESTRO ÚLTIMO VIAJE EN FOTOS



La pantera de Tiempo de Seguros



Los altares

LA PANDEMIA TRAERÁ CAMBIOS SUSTANCIALES EN NUESTRA FORMA DE SER COMO EMPRESA.



Broker
de Seguros

CREEMOS QUE LA CRISIS QUE ESTAMOS VIVIENDO COMO RESULTADO DEL COVID-19 TENDRÁ CONSECUENCIAS EN LA ECONOMÍA Y LA SALUD MUNDIAL, PERO INSISTIMOS EN BUSCAR LA POSITIVIDAD DENTRO DE ESTE CONTEXTO.

Sin lugar a duda, esta pandemia ha expuesto debilidades no solo en el sistema económico, sino también en diferentes áreas y sectores. Repensar procedimientos, costumbres y hasta modos de trabajar y de vivir se ha transformado en el desafío. Y si de desafíos hablamos, la innovación tecnológica, en procesos y herramientas es sin duda uno de los principales retos del sector.

Desde S&C Broker creemos que esta pandemia nos va a hacer más fuertes en muchos aspectos. Seguiremos poniendo el mayor esfuerzo y fomentaremos esta convicción: el Seguro es y debe ser un servicio para la sociedad.

La pandemia puso de manifiesto el valor diferencial del asesoramiento profesional del PAS. De cara al futuro nos proponemos mejorar la digitalización de la actividad, que se vio acelerada por el COVID-19, pero siempre creyendo que el asesoramiento y la producción de seguros no se puede dejar exclusivamente en manos de mecanismos virtuales. Sabemos que sumar nuevas tecnologías conlleva un trabajo de capacitación y aprendizaje continuo. Es ahí donde tenemos el compromiso de trabajar en este proceso codo a codo con el Productor Asesor de Seguros.

Según estudios, la cantidad de compradores online en Argentina creció un 30% sólo en la primera semana de aislamiento; esta digitalización, que se evidencia no solo en el sector asegurador, sino en muchos aspectos de la vida cotidiana, va a hacer que muchos ramos del seguro pasen a ser adquiridos casi en su totalidad a través de medios electrónicos, como por ejemplo los seguros de Automotores. El cliente se ha virtualizado como resultado del aislamiento. En todos estos días de encierro las personas se han acostumbrado a tener todo de inmediato tocando la pantalla y haciendo clic. Pero también hay otros ramos que siempre van a necesitar

de un asesoramiento personalizado como Vida, Retiro y Accidentes Personales.

Debemos pensar en ampliar las plataformas digitales para nuestros productores, para hacer más accesible la contratación del seguro, para hacer más transparentes las coberturas, para que los productores tengan más visibilidad y mayor cantidad de herramientas a su disposición para llegar al cliente.

Esta visión prometedora que tenemos del contexto y del mercado asegurador en ge-

que puedan surgir producto de esta nueva forma de concebir la compra de servicios.

Hemos implementado una nueva modalidad de trabajo, donde nuestros empleados han adaptado sus tareas al teletrabajo, sin dejar de brindar la atención necesaria que cada negocio amerita. Bajo este camino se podría esperar que, así como las altas de nuevas pólizas de seguros de automóvil sufrirán una leve caída, las altas de nuevas pólizas de seguros de hogar podrían tomar una mayor importancia. Al pasar más tiempo en nuestros hogares se



NORBERTO CIPOLATTI Y RAÚL BESSONE, DIRECTORES DE S & C BROKER DE SEGUROS

neral, nos brinda una gran oportunidad de transformación y nos permite estar preparados para adaptarnos a estos cambios que vienen de la mano de consumidores y de los propios asegurados. Nos mantendremos continuamente atentos y permeables a los cambios y a las nuevas necesidades

podría percibir un mayor interés a la hora de obtener un seguro de hogar o de persona. Lo cual podría representar una gran oportunidad para ofrecer productos adaptados a estas nuevas necesidades.

Hemos readecuado todas nuestras ofici-

nas, acatando las recomendaciones y los diferentes protocolos para preservar la salud de nuestros empleados, de nuestros asegurados y de la población en general.

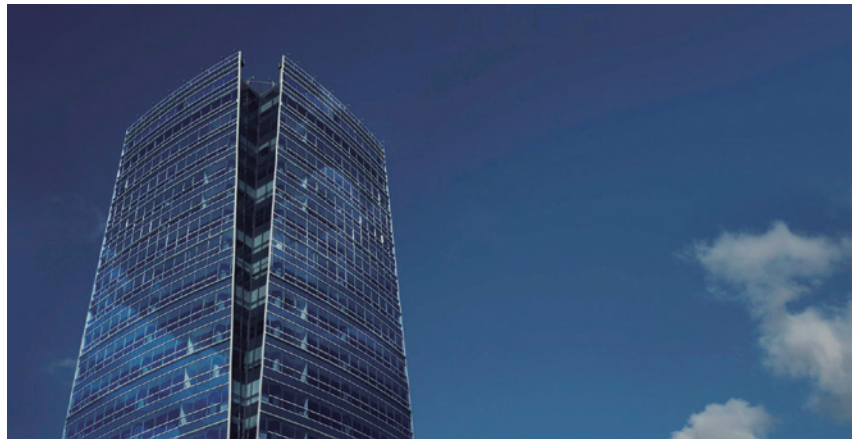
En S&C Broker de Seguros tenemos una cartera constituida en un 54% por seguros Automotores, un 26% Salud, Vida y Accidentes Personales, y el resto se reparte entre Grandes Riesgos, Caucción, Agropecuarios y Otros Riesgos. Más del 60% de nuestras altas son logradas por los Productores Asesores de Seguros. Para nosotros el papel que juega el PAS en el mercado es fundamental y siempre va a ser un valor agregado para el trato con el cliente.

El crecimiento regional de S&C hace que tengamos diferentes realidades en cada oficina, y el trabajo de coordinar entre todas las medidas de precaución se hace un poco difícil. Pero el compromiso del equipo es total y verdaderamente hemos logrado un estándar alto en cuanto a la prevención.

Contamos con un grupo de RR.HH. muy profesional y joven que día a día busca nuevas alternativas de comercialización. Nuestra tarea para salir adelante del torbellino que estamos atravesando es siempre

trabajar en equipo, porque individualmente resulta imposible.

Confiamos en la aplicación de la tecnología al sector como herramienta de trabajo para el PAS, y al mismo tiempo, creemos importante lograr un modelo de experiencias amigables para el asegurado. Trabajaremos convencidos en acompañar el cambio, pensando siempre en el asegurado y junto al Productor Asesor de Seguros.



An advertisement for S&C Broker de Seguros. The background is a photograph of a modern glass skyscraper. In the top left corner, the S&C logo and 'Broker de Seguros' are displayed. The main text, in large white font, reads: 'Contamos con 6 oficinas a lo largo de todo el país, y con vínculos con más de 100 Productores Asesores'. Below this, a white bar contains the text: 'PUERTO MADERO / CABA / BAHÍA BLANCA / CÓRDOBA / SAN FERNANDO / PARQUE LELOIR'.



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



LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE, EL SANTO GRIAL DE LA FIDELIZACIÓN



¿QUÉ QUIERE EL CLIENTE? ¿QUÉ ESPERA RECIBIR DE NOSOTROS? ¿CÓMO PODEMOS GENERAR SU SATISFACCIÓN Y CONFIANZA? ESTAS Y OTRAS PREGUNTAS SIMILARES NOS LAS HACEMOS PERMANENTEMENTE LOS QUE TRABAJAMOS PARA DAR SERVICIO Y GENERAR UNA RELACIÓN DURADERA CON QUIENES NOS HAN ELEGIDO COMO SUS ASESORES O PRESTADORES.

Y vale para todas las incumbencias. Hasta los médicos que atienden con mayor empatía son mejor percibidos por sus pacientes. Y quienes lo logran, aunque el resultado de su actividad profesional no resulte distinta o superior a la de otros médicos, despiertan esa confianza, esa mayor tranquilidad que nace cuando nos explica con detalle los resultados de un análisis y sus conclusiones. Y su trato determina que lo prefiramos a otro que viene precedido de grandes galardones. La confianza se genera en el paciente y lo ayuda a decidir, pero es inducida por la actitud y formas que utiliza el profesional. Es el que asesora cabalmente quien despliega el santo grial de la confianza.

En la actividad del Broker, del Productor asesor de Seguros, pasa exactamente lo mismo. Cuando se trata de generar confianza y orientar, quienes lo hacen mejor y son capaces de establecer el “lazo”, son los que consiguen activar la fidelización tan buscada.

El concepto de CX (Experiencia del Cliente) está actualmente muy en boga. Pero sabemos que no todos los clientes esperan lo mismo. A la velocidad que nos movemos, cada generación de clientes tiene distintas expectativas; los usuarios tradicionales, de 50 años o más, en general vienen de una cultura más enraizada en el trato personal y verbal. Los usuarios más jóvenes, tienden a aceptar (casi diría exigir) los servicios basados en tecnología. Para lo rutinario en muchos casos hasta reniegan del trato personal, lo consideran una pérdida de tiempo, algo innecesario.

Por lo tanto, nace en el asesor profesional la necesidad de adecuar su mensaje y su método de asesoramiento a dos perfiles bien distintos (en realidad son muchos perfiles, pero representados por estos grandes extremos): un buen balance entre asesoramiento y trato personalizado, con un conjunto de servicios y herramientas

para el “nuevo” cliente.

Está claro que el segmento de mayor edad tiende a reducirse y el de “nuevos” a crecer. Por eso los grandes operadores apuntan sus productos y servicios con mucha tecno.

Pero, veamos algunas encuestas y evaluaciones que muestran con claridad que no estamos frente a una cuestión de blanco y negro. No son dos tipos de clientes tan “distintos” cuando nos salimos de las cuestiones rutinarias (Ej: cotizar), ya que cuando el servicio debe realmente desplegarse todos reclaman un trato personalizado (Ej: en el cierre de la venta, en el siniestro, cuando tienen dudas sobre los alcances de la cobertura o el servicio). Por eso, una cosa es lograr que nos contraten, y otra muy distinta retener el cliente (y que no sea solo por ofrecer un mejor precio).

Veamos este estudio que segmenta los principales motivos de insatisfacción de clientes (una encuesta entre 2.000 responsables de atención al cliente): (ver cuadro 1)

Como puede verse, las insatisfacciones están relacionadas con la atención, ya sea por respuestas fuera de tiempo, falta de comprensión de sus necesidades y/o



ING. EDUARDO GALEAZZI,
DIRECTOR DE SOFTEAM
SISTEMAS



falta de calidad de las respuestas. Algunos ítems, se refieren a la dificultad para acceder a un trato personal cuando eso es necesario.

En el siguiente cuadro las respuestas están agrupadas por el compromiso de las empresas encuestadas con la cultura CX: desde aquellas empresas que directamente la ignoran, hasta las que se consideran maduras en su aplicación.

Se consultaron las acciones que cada categoría de Cia. lleva adelante para mejorar. Podemos observar que gran parte del esfuerzo está dirigido a capacitar mejor a su personal o a renovar el que no se adecua a la estrategia. Los esfuerzos en general vuelven a ser relacionados con RRHH. (ver cuadro 2)

En mi opinión, las grandes empresas han dirigido sus esfuerzos en mejorar su automatización, descuidando otros aspectos esenciales: la empatía, el trato personal, la incorporación de recursos humanos especializados en el negocio. La tecnología mejora muchas cosas, y permite liberar de tareas rutinarias, pero no puede (ni debe) reemplazar el sentido común y las personas. Es una herramienta, no un fin.

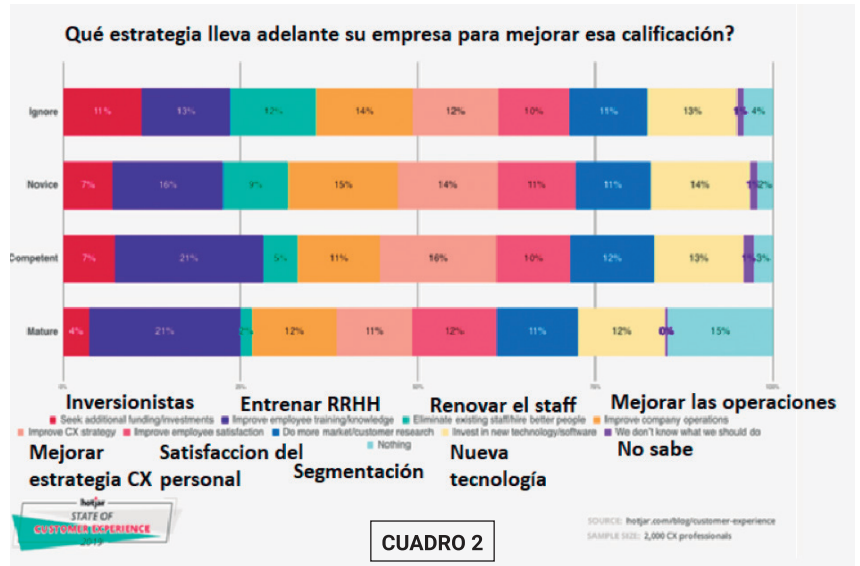
En definitiva, con una tendencia creciente real e indiscutible a adoptar soluciones

basadas en tecnología (porque el nuevo cliente así lo pide), la experiencia del cliente (CX) solo termina siendo positiva cuando se logra complementar el factor tecno con una atención calificada y eficiente, en los momentos clave de la atención. Solo así cerramos el ciclo virtuoso de servicio y fidelización.

Por todo esto es que seguimos invirtiendo para brindar soluciones tecnológicas a los

Brokers y productores asesores de seguros que quieran lograr ese mix de excelencia. Es esa síntesis entre el asesoramiento personal con el valor agregado de los servicios tecnológicos el que hace la diferencia.

Cordialmente,
Ing. Eduardo Galeazzi
Director – SOFTEAM SISTEMAS



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 | biensseguro.com.ar

CUAL ES LA MEJOR MANERA DE ASEGURAR

Generalmente los PAS suelen preguntarse y/o preguntarnos cuál es la mejor manera de pautar la Suma Asegurada para el riesgo de Incendio Edificio. A veces nos consultan qué referencia tomar para fijar los costos en \$/m2 y otras inquietudes relacionadas con un correcto aseguramiento. Motivado en tal inquietud, y sin perder de vista la impronta técnica que suele y debe regir nuestras intervenciones como Peritos Liquidadores, a continuación abordaremos un esquema con las distintas variantes en base a un ejemplo de siniestro; a saber:

1).- COBERTURA A PRORRATA:

Contratación convencional. Es la medida de prestación más económica. Precisamente un asesoramiento serio y profesional requiere conocer las superficies cubiertas, semi cubiertas o descubiertas de las construcciones que forman parte del riesgo objeto de Seguro, (máxime cuando coexisten edificaciones de distintas características), y luego relacionarlas con el costo de construcción para cada tipología constructiva, que debe ser pautado de manera correcta y precisa como se indica en el cuadro precedente.

Definido ello, la única variable de ajuste para las sucesivas renovaciones pasa a ser la unidad de medida (\$/m2), para lo cual es conveniente un seguimiento periódico no mayor al semestral, y la inclusión de la Cláusula de Estabilización y/o Ajuste de Suma Asegurada, con un límite del 50%,



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

- Riesgo = casaquinta con residencia principal, galerías, casa de caseros, quincho c/dependencia de servicio, vestuarios y piscina

Descripción	Superf. (m2)	Costo (m2)	Valor a Riesgo Reconstrucción (\$)
Casa habitación – vivienda principal PB + PA	300	80.000	24.000.000.-
Semi cubiertos – galerías	60	30.000	1.800.000.-
Quincho de material c/dependencia servicio	100	60.000	6.000.000.-
Casa habitación – caseros PB	60	50.000	3.000.000.-
Vestuarios piscina	40	50.000	2.000.000.-
Piscina c/solárium	60	30.000	1.800.000.-
Portón, cerco perimetral, instalaciones fijas	-	-.-	400.000.-
TOTALES			39.000.000.-

- Son todos cuerpos edilicios independientes;
- El Incendio sólo involucró a la residencia principal;
- Daños 40 % del Valor del inmueble = \$ 9.600.000.-

para “salvar” el incremento inflacionario durante la vigencia. Naturalmente, la otra opción dentro de este mismo esquema es recurrir a la variable (U\$/m2), con lo cual nos sentiremos más protegidos.

Visto desde el lado del Perito Liquidador, la gestión de ajuste requerirá de una correcta determinación de los daños y una consistente definición del Valor a Riesgo, cuya adecuada comprensión en la Suma Asegurada contratada de \$ 39.000.000.- permitirá una Indemnización de \$ 9.600.000.-, en coincidencia con la pérdida fijada.-

2).- 1ER. TRAMO A PRORRATA Y 2DO. TRAMO A 1ER. RIESGO:

Como alternativa es más que razonable, porque no requiere un seguimiento preciso, y a la vez nos brinda la tranquilidad de que el 2do. tramo habrá de amparar todo aquel siniestro dentro de un rango previsible.

Siguiendo el ejemplo del riesgo y del siniestro anterior vamos por caso a una Suma Asegurada de \$ 19.500.000.- (que es el 50% del Valor a Riesgo), para el 1er. Tramo A Prorrata. Luego para el 2do. tramo optamos por un habitual un 20% de la anterior, es decir \$ 3.900.000.-

Yendo al ajuste del ejemplo citado el 1er. Tramo proporcionará amparo al 50% de los daños, es decir \$ 4.800.000.-, quedando un exceso no cubierto por el Prorrateo de otros \$ 4.800.000.-, que será afrontado por el 2do. tramo A PRA; aunque en este caso con la propia limitación del capital

disponible de \$ 3.900.000.-

Como resultado de la liquidación, el resarcimiento total final será de \$ 8.700.000.-, con lo cual asumiremos una pérdida NO indemnizable de \$ 900.000.- Queda claro que para que esto no suceda deberíamos analizar otras variantes de montos, costos de primas y conveniencia en términos económicos, siempre supeditados a los capitales elegidos para cada tramo.

3).- PRESTACIÓN A PRIMER RIESGO ABSOLUTO:

Es la que conocemos como “A Primera Pérdida”, y está atada a la prima máxima que el Asegurado esté dispuesto a pagar para el resguardo de su patrimonio en relación con la pérdida probable y las características del riesgo del que se trate. En el ejemplo que nos ocupa, con edificaciones separadas e independientes podemos asumir un daño no mayor al 50% del valor de la construcción más significativa, en este caso la residencia principal; con lo cual se suscribiría una Suma Asegurada de \$ 12.000.000.-

El tales circunstancias el siniestro del ejemplo con un daño de \$ 9.600.000.- tendría pleno y total amparo bajo la cobertura contratada.

En síntesis, No siempre es cuestión de costos, ni tampoco de la medida de prestación con que aseguremos. Lo importante es ofrecer un asesoramiento idóneo y profesional, lo cual es mucho más que lo que la mayoría suele ofrecer.-



**SEGUROS
RIVADAVIA**

75
Años



**Protegemos aquello
que más te importa**

Nº de inscripción en SSN
0222

Atención al asegurado
0800-666-8400

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



SSN SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN

SPONSORS PLATINO



SPONSORS ORO



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



GRUPO SANCOR SEGUROS

Domicilio: Ruta Nacional nº 34 Km. 257

(2322) SUNCHALES - SANTA FE -

Teléfonos: (03493) 428-5000

Página web: www.sancorseguros.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



FEDERACIÓN PATRONAL SEGUROS S.A.

Domicilio: Av. 51 Nº 770 - (B1900AWP) - La Plata - PBA.

Teléfonos: (0221)429-0200

Página web: www.fedpat.com.ar

SPONSORS ORO



EXPERTA SEGUROS

Domicilio: Av. Crisólogo Larralde 2055 / CP 1429

Teléfono: 0800-7777-278

Página web: www.experta.com.ar/



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
SAN
CRISTÓBAL**

SAN CRISTÓBAL SEGUROS

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



HÉCTOR MARTÍNEZ SOSA S.A.

Domicilio: Av. Del Libertador N° 174 - (B1638BEN)
Vicente López - PBA.
Teléfonos: (011)4849-9200
Página web: www.unibroker.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



LO PRIMERO SOS VOS

GRUPO ASEGURADOR LA SEGUNDA

Domicilio: Brig. Gral. Juan Manuel de Rosas 957
(S2000CCE) Rosario - Santa Fe
Teléfonos: 0341-420-1000
Página web: www.lasegunda.com.ar



LIBRA CÍA. 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 -(E326OFTA)
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



IKÉ ASISTENCIA ARGENTINA S.A.

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



ORÍGENES SEGUROS

Domicilio: Av. Corrientes 1166 - CABA.
Teléfonos: 0810-999-8484
Página web: www.origenes.com.ar



PREVINCA SEGUROS S.A.

Domicilio: España 731 - CP2000 - Rosario - SANTA FE
Teléfonos: (0341) 5.27.47.27
Página web: www.previnca.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



CRV GROUP S.A.

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



NATIVA SEGUROS S.A.

Domicilio: Rivadavia 2983 - (B7400CUM) - OLAVARRIA - PBA
Teléfonos: 02284-44-0440
Página web: www.nativaseguros.com.ar



SOFTEAM

Domicilio: Calle 526 N° 902, esquina 4
La Plata (Tolosa) - Buenos Aires
Teléfonos: 0221-427-3637
Página Web: <http://www.softeam.com.ar>



VICTORIA SEGUROS S.A.

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

AUSPICIOS



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



ARIEL SILVA

Domicilio: Junin 762 y 766 - (3400) Corrientes
Pcia.de Corrientes
Teléfonos: 0379-4467744 / 4747 / 6660 / 6300
Página web : www.arielsilva.com.ar



CIO BROKER DE SEGUROS

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



CUBUS BROKER DE SEGUROS

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



GESTIÓN COMPAÑÍA ARGENTINA DE SEGUROS SA

Domicilio: San Martin 140 Piso 3 - CABA.
Teléfonos: 0800-345-1340
Página web: www.segurosgestion.com.ar



GLOBAL SOLUTION

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



INVAI BROKER

Domicilio: Sarmiento 930 Pso 5 of C - CABA.
Teléfonos: +54 11 5219 4440 / vía WhatsApp 11 6493 2287
Página web: www.invai.com.ar



LEZA, ESCRINA Y ASOCIADOS S.A.

Domicilio: Zavalía N° 2125 (1428) CABA.
Teléfonos: (011) 4786-7000
Página web: www.lea-global.com



MAJOSEG

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



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



SEGURO 365

Teléfonos: 0810-222-0272
Página web : www.seguro365.com



VARESE BROKERS SRL

Domicilio: Guemes 2304. Piso 2.- Mar del Plata
Teléfonos: 0810-122-3489 / 0223 626 0663
Página web : www.varesebrokers.com



OVILAM (Observatorio Vial Latinoamericano)

Domicilio: Mariano Acha 4731 (1630) CABA.
Teléfonos: 15-51016095
Página web : www.ovilam.com.ar



ROBERTO MECCA

Domicilio: 25 de Mayo 611 (C 1002) CABA.
Teléfonos: (011) 4311-1651
Página web : www.robortomecca.com.ar



SELLING POINT

Domicilio: Av. Las Heras 3828 Piso 8 B - CABA.
Teléfonos: 3221-2909 / 1736
Página web: www.sellingpointla.com



ARM SERVICE

Domicilio: Lugones 4239 pisos 3, 4 y 5 - CABA.
Teléfonos: 5032-3380
Página web: www.arm-services.com

GESTIÓN SEGUROS



CON EL PRODUCTOR DE SEGUROS COMO ALIADO ESTRATÉGICO

¿CÓMO DEFINIRÍA LA ACTUALIDAD DE GESTION SEGUROS?

El equipo de Gestión está trabajando de manera conjunta y con mucho esfuerzo, respetando el protocolo del mercado asegurador y acompañando al productor ante el impacto del coronavirus en la realidad económica nacional y mundial. Nos mantuvimos muy activos comunicando a los clientes y a los productores que nos encontrábamos completamente operativos y dispuestos a atender las necesidades que pudiesen surgir. El seguro es un motor de la economía, pero también siente mucho el pulso económico del país ya que se encuentra ligado al consumo y al PBI; es decir que, si esto no mejora, obviamente no va a mejorar la venta de los seguros. Pero somos optimistas y creemos que vamos a estar mejor. En este sentido, entendemos que la forma de acompañar este crecimiento es trabajar en equipo junto al productor para que pueda estar preparado para el mercado con el que se enfrenta y que piense en nuevos productos para ofrecer. En Gestión Seguros reaccionamos rápida y positivamente a esta nueva realidad.

¿QUÉ VENTAJAS COMPETITIVAS PRESENTA GESTION SEGUROS?

La solidez del grupo económico al cual pertenece Gestión es una gran ventaja competitiva ya que no busca una rentabilidad a corto plazo si no que busca construir una empresa sólida en el mercado para poder entablar relaciones perdurables con los clientes. Es algo que toda empresa quiere y necesita, sobre todo en estos tiempos en los que la competencia ha aumentado. Para nosotros, entregar un servicio óptimo tiene como objetivo la satisfacción y retención del cliente, fortalecer la marca y los esfuerzos de venta. Su finali-

dad es romper la tradicional frontera entre calidad y costes de la forma más eficiente posible. El otro gran elemento diferencial es nuestra planificación estratégica corporativa, especialmente en la eficiencia operativa, desarrollo de personas, así como la transformación digital. Todo ello nos permite aportar novedades al mercado y evidenciar nuestras ventajas competitivas.

¿QUÉ VA A ENCONTRAR UN PRODUCTOR EN GESTION SEGUROS?

Para nosotros cada Productor es un aliado estratégico al que le brindamos herramientas y productos a medida mediante un servicio de atención personalizada promoviendo valores como la estabilidad profesional y la permanencia. Al ser una empresa dinámica podemos adaptarnos y adecuarnos a aquello que nos solicitan. Nuestra impronta es trabajar a la par de

te lo necesite.

¿QUÉ ROL CONSIDERA QUE VIENE TENIENDO EL P.A.S. DURANTE LA PANDEMIA Y CÓMO HA SIDO SU LABOR APALANCADO CON LA TECNOLOGÍA?

En el contexto actual de pandemia es fundamental el rol del Productor Asesor en la contención de los asegurados, para llevarles tranquilidad respecto de sus coberturas, y como agente de cambio cultural, promocionando la conciencia aseguradora.

El PAS se destacó sobre cualquier otro canal de comercialización. Realmente, estuvimos y estamos al lado de ellos en el día a día llevando las soluciones puntuales y particulares que cada cliente requiere.

Desde Gestión somos conscientes que los PAS han incorporado diferentes herramientas de tecnología en su labor diaria. Hoy parte importante de la comunicación



SERGIO SABHA, PRESIDENTE DE GESTIÓN SEGUROS S.A.

cada productor para incrementar su cartera mediante acciones comerciales offline y online, brindándole herramientas innovadoras, asesoramiento en marketing y estrategias comerciales. Lo importante es tener una estrategia multicanal para que se pueda contratar un seguro cuando el clien-

te la Aseguradora y el Productor es por medio de la tecnología. En cuanto a la relación del PAS con el cliente, sabemos que no es lo mismo CABA que el interior. En el interior el cliente quiere que lo visiten y por más que se le envíen las informaciones de cartera y pólizas de manera electrón-

nica, esperan que los visiten.

Queda un camino a recorrer en la aplicación de nuevas tecnologías y estamos convencidos que si los hacemos parte a los productores asesores, ellos acompañarán este proceso de cambio.

¿CUÁLES SON LOS PRINCIPALES CAMBIOS QUE PREVE PARA EL NEGOCIO ASEGURADOR UNA VEZ SUPERADA ESTA CRISIS?

Es muy posible que exista cierta transformación en la industria, donde las líneas masivas posiblemente acelerarán la utilización de canales digitales. La retracción del mercado que veremos en los próximos meses, es posible que lleve a un cambio de estrategia, en cuanto a la presencia física de las compañías en determinadas plazas, yendo a estructuras de costo más livianas. Si miramos hacia adelante, a un corto plazo, es complejo establecer un escenario único, ya que todos dependemos de cuánto dure esta situación y, en función de esto, cuánto nos demorará poder volver a una senda de crecimiento y reactivación económica sostenida.

Imagino un mercado muy competitivo

en términos de tarifas, pero entendemos que el mayor diferencial estará centrado en productos disruptivos e innovadores. También será clave la revisión de costos y la readaptación de procesos para proteger la rentabilidad del negocio y así no depender tanto del rendimiento financiero.

Entendemos que vamos hacia un consumidor cada vez más exigente, que requiere productos/servicios ágiles y hechos a su medida. Que detrás de lo digital haya una persona que lo atienda y lo entienda.

¿CÓMO SE VIENE IMPLEMENTANDO LA PÓLIZA DIGITAL EN EL RAMO CAUCIÓN?

La póliza digital es un avance importante para el sector caucionero. Agiliza el proceso desde la creación del contrato hasta su finalización, ahorra tiempo y mayores costos y contribuye a la transparencia de los procesos administrativos de contratación, entre otras cosas. Hoy, en la Ciudad, todo es digital, y la caución no podía ser la excepción por su importancia en las licitaciones. Lo importante es que todos los actores involucrados en los diferentes canales generemos cultura en lo referente al

proceso de digitalización.

¿EN QUÉ RAMOS/COBERTURAS/ SEGMENTOS/TIPOS DE PRODUCTOS DEBERÍA HACERSE FOCO, PRODUCTOR ASESOR MEDIANTE, EN LA ERA POST COVID-19?

Los seguros de Vida y Personas van a ser una alternativa en el porfolio de todos los PAS. Los seguros de Salud van a ser muy importantes. También veo otros riesgos convencionales de Patrimoniales que van a volver más rápido, como los seguros de Caución (principalmente para la construcción). Van a ser una salida mucho más rápida que otras alternativas de seguros.

Seguramente uno de los efectos pospandemia sea el desarrollo de nuevos seguros que contemplen este tipo de situaciones y sus efectos sobre la actividad de empresas y particulares.

Como industria, tenemos que estar cada vez mejor preparados, a nivel de recursos y talento, para afrontar esos cambios profundos que en el mundo de hoy son cada vez más frecuentes y muchas veces impredecibles.



Especialistas en Seguros de Caución y Personas.

Usamos la última tecnología para que puedas emitir rápido y online.

Gestión Seguros

San Martín 140 - Piso 3 - C.A.B.A. - C.P.: 1004
Tel.: (+54) 5254 4009 / 0800-345-1340
info@segurosgestion.com
www.segurosgestion.com.ar

Buscanos en redes como @seguros.gestion

Instagram Facebook LinkedIn Email

INVAI BROKER “ESTAMOS CONVENCIDOS QUE SIEMPRE, EN CUALQUIER SITUACIÓN, HAY UNA OPORTUNIDAD”



¿CÓMO NACE LA EMPRESA?

Invai nace de una idea que me acompaño en un camino que empecé a recorrer hace muchos años... En principio como empleado de compañía, después como productor y luego desde la pasión que personalmente esta industria me genera. Fue así que comencé a trabajar desde otro lugar y poco a poco comencé a gestar esta idea de empezar a operar con productores independientes y organizaciones. Hoy por hoy la empresa se encuentra en pleno crecimiento y en un proceso de incorporación constante de herramientas innovadoras para nuestra red, por lo que es importante resaltar que actualmente en invai operamos únicamente con productores y no contamos con cartera directa.

Hace unos meses lanzamos para los productores una “Propuesta diferente” para lo cual creamos un mecanismo de trabajo que no solo asiste a su red si no que también los capacita en asesoría y venta.

Nuestra red está compuesta por más de 160 productores distribuidos en CABA, GBA, Corrientes, Córdoba, Misiones, Entre Ríos entre otras. Entendimos que no se trataba solo de ser intermediarios entre la compañía y el productor si no que teníamos que potenciarlos, ayudarlos y en muchos casos desde sus primeros pasos. Es por eso que trabajamos fuertemente en brindarles a nuestros PAS una excelente calidad de atención, capacitaciones, charlas motivacionales y todo lo que nos soliciten y necesiten, para nosotros es muy importante el vínculo que generamos con nuestra red ya que nos permiten detectar desde una mejora o una oportunidad de negocio.

¿Que ramas comercializan actualmente?

Actualmente nuestro ramo más fuerte es el de patrimoniales y entre ellos el que trabajamos con más volumen es el de autos, motos, seguros de sepelio, Accidentes personales, Integral de comercio, Combinado familiar, ART y Seguros de vida colectivo, entre otros, y para los cuales contamos con dos compañías de punta y otras que las complementan. También estamos trabajando en incorporar nuevos ramos a partir del año próximo.

¿CUÁL ES EL FOCO PRINCIPAL DE LA EMPRESA?

Nuestro principal y gran desafío es acompañar a los productores y organizaciones en su gestión general, por eso nos enfocamos en generar herramientas y nuevos desarrollos para que nuestra red pueda seguir ampliando su cartera de clientes transmitiendo nuestro espíritu emprendedor. En lo que va de vida de la empresa nos hemos focalizado en generar a través de proyectos a largo plazo excelentes condiciones comerciales con las compañías con las que operamos sumado a la importancia que le damos a la calidad de atención y para la cual contamos con un equipo interno y externo compuesto por el Área comercial, Administración y finanzas, Sinistros, Marketing y Sistemas.

¿TENIENDO EN CUENTA EL CONTEXTO ACTUAL, CUALES SON LOS RESULTADOS QUE OBTUVIERON EN LO QUE VA DEL AÑO? Y CUÁLES SON LOS OBJETIVOS PARA EL 2021?

“En invai estamos convencidos de que siempre en cualquier situación hay una oportunidad”, particularmente nuestra empresa no sufrió un impacto negativo frente a la pandemia, ya que a lo largo de estos meses logramos incrementar nuestra red y a través de nuevas implementaciones y acciones, gran parte de nuestros productores han logrado en algunos casos hasta triplicar la producción de su cartera. Desde el inicio de la cuarentena hemos trabajado con ciclos de charlas orientadas en continuar capacitando a nuestros productores, tanto en lo técnico, como en lo comercial, también sumamos capacitaciones innovadoras de Marketing digital, charlas motivacionales y de venta y actualmente tenemos vigente un plan de incentivo con

muchos buenos resultados hasta ahora.

¿QUÉ CAMBIOS NOTAN EN EL MERCADO? Y CUALES CREEN QUE LLEGARON PARA QUEDARSE?

Notamos que el mercado está cada vez más concentrado en grandes grupos, ya sea compañías de seguros que absorben otras compañías, como dentro del brokerage en el que estamos observando alianzas



SANTIAGO NICOLÁS IVANI, DIRECTOR DE INVAI BROKER

y fusiones, lo cual creemos que se va a ver acentuado al finalizar la cuarentena.

Hemos observado cambios de hábito en el consumidor y en el productor, pero estamos convencidos de que el asesoramiento personal siempre va a primar, también han llegado para quedarse los canales digitales los cuales se han transformado en herramientas esenciales para el contacto con los clientes, el desarrollo y captación de nuevos prospectos.

¿Estás buscando una **propuesta diferente?**



inva 

Nº de inscripción en SSN
68.009

Atención al asegurado
0800-666-8400

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

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

NUESTRO ÚLTIMO VIAJE EN FOTOS

Mario Villalba, Posadas



Org. Hereter & Luco, Posadas



Martin Frydman, Rawson

LO QUE LA PANDEMIA NOS DEJÓ



Por: Ing. Fabián Pons, Presidente de OVILAM (Observatorio Vial Latinoamericano) Más de 800.000 mil contagios, más de 21.000 muertes, una caída del 15% del PBI pronosticado para el 2020, un año perdido para la educación en su conjunto, aumento de la delincuencia en todas sus modalidades. Esas podrían ser algunas cifras que nos está dejando esta pandemia sumada a los efectos de esta “eternetena”, pero hay otros números que afectan a la ciudadanía y en particular al sector asegurador.

Durante las primeras etapas de la cuarentena tanto a nivel local, como internacional, se produjo una significativa reducción de la siniestralidad vehicular por el simple hecho de la reducción de la exposición al riesgo. En España se habló de un descenso del 88% de la siniestralidad en marzo y principios de abril. En nuestro país, según datos oficiales, esa reducción fue del 80%. Esos números carecen de significación para quienes trabajamos en seguridad vial porque están completamente fuera de contexto pero sí fueron muy importantes para la industria aseguradora. El encierro de los vehículos y sus conductores, sumado a las acciones de marketing comercial llevadas adelante por algunas empresas del sector, hizo que se desatara una catarata de pedidos de descuentos temporales en el valor de las pólizas hacia los PAS y de estos a las compañías de seguros.

Este oasis siniestral de principios de la cuarentena creó también a su alrededor ciertos espejismos bien interpretados por algunos, ignorado por otros, pero siempre cargados de información de lo que podía suceder a futuro. Recordemos como era el entorno vial en aquellos días. Circulaban “sólo” los servicios esenciales, en calles, avenidas y rutas casi vacías; se vio incrementada notoriamente la velocidad promedio de circulación; el “delivery” a través de motos y luego bicicletas se hizo un clásico del paisaje urbano y se contagió esa sensación de “tengo toda la calle para mí sólo”. Las consecuencias fueron inmediatas. Si bien la frecuencia siniestral bajó a causa de la menor interacción en el entorno vial, se percibió un aumento de la severidad de los choques ciudadanos. Para muestra basta un botón, diría mi abuela, miremos lo que le pasó al SAME en la Ciudad de Buenos Aires. En el primer mes de cuarentena perdió 4 ambulancias por choques, cuando habitualmente perdía una ambulancia por año. Incluso hasta el Dr. Crescenti fue partícipe de un siniestro. De todos modos hasta ese momento no eran pocos (entre los cuales me incluyo) los que minimizábamos los efectos del Corona Virus en comparación con la larga pandemia vial que nos afecta

desde hace décadas.

El tema se empezó a poner más interesante cuando se dieron las sucesivas aperturas al ir cambiando de fases. De un día para otro se encontraban en las mismas trazas aquellos conductores que habían estado activos durante las primeras fases de la cuarentena con los que volvían al ruedo. Los primeros malacostumbrados a la carencia de tráfico, circulando a mayor velocidad de la habitual, muchas veces sin siquiera respetar semáforos u otras indicaciones. Los segundos totalmente faltos de tiempo y distancia, dubitativos, molestando en el medio de la calle a velocidades ridículamente lentas y ocupando carriles inapropiados en avenidas y autopistas. Los resultados de esa nueva realidad obviamente no pueden ser buenos. Lentamente la frecuencia siniestral fue creciendo y lo seguirá haciendo hasta llegar a los niveles pre-pandemia e incluso superiores. ¿Por qué decimos que incluso podemos estar peor que antes de la cuarentena? Hay

varios ingredientes que se sumaron y que aún restan sumarse. En primer lugar el tránsito interprovincial de vehículos particulares hoy está altamente restringido. Las rutas están bajo el dominio de los vehículos de transporte de cargas ya que tampoco circulan los vehículos de pasajeros en forma interjurisdiccional. Cuando se vuelva a la circulación normal, los siniestros en vías de alta velocidad, que siempre están cargados de gravedad, van a volver a crecer. No debemos olvidarnos de aquellos conductores que hace 8 o 9 meses que no salen a rutas de doble circulación y que se exponen nuevamente a maniobras de adelantamiento y a la interacción con vehículos de gran porte.

Si ahora observamos la nueva realidad que se nos presenta en las ciudades vemos que muchas cosas han cambiado y seguirán cambiando. Hasta los días previos a la cuarentena se promovía constantemente el uso del transporte público por encima del uso de los vehículos particulares. Las empresas de delivery eran atentamente observadas por su forma de accionar y el uso de vehículos compartidos era incentivado tanto desde el estado como por las empresas privadas. Hoy vemos que el

transporte público de pasajeros está restringido sólo a los trabajadores esenciales y las autoridades piden que se usen los vehículos particulares en lo posible con la menor interacción con otros pasajeros. Además, se incorporaron nuevos actores en las calles y avenidas como son los monopatines, skates en todas sus formas y se incrementó notoriamente el uso de las bicicletas y las motos.

Esto que puede sonar a música sinfónica en los oídos de quienes promueven la movilidad sustentable puede ser altamente problemático en un país tan carente de “cultura vial”. No nos olvidemos que en el año 2019 el 82% de los fallecidos en siniestros viales en la Ciudad de Buenos Aires pertenecían al grupo más vulnerable del tránsito (peatones, ciclistas y motociclistas).

Todavía estamos bastante lejos de llegar a la movilidad plena que teníamos a principios de marzo pero de lo que sí estamos totalmente seguros es que la situación ha



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

cambiado y seguirá cambiando. El problema es que no creemos que sea para mejor. A todo lo que se mencionó anteriormente debemos agregarle la situación de aquellos que circulan con sus licencias de conducir vencidas desde hace varios meses y con sus

vehículos sin la Verificación Técnica. En la Ciudad de Buenos Aires se prorrogó la vigencia de las licencias de conducir de manera excepcional por el término de un año, para aquellas cuyo vencimiento opere entre los días 15 de febrero y 31 de diciembre de 2020. El plazo de prórroga se computará a partir del día subsiguiente a la fecha de vencimiento consignada en cada licencia. En cambio, en la Provincia de Buenos Aires, la Subsecretaría de Transporte, a través de una resolución publicada en el Boletín Oficial suspendió por 240 días corridos, contados a partir de la fecha de caducidad correspondiente, los vencimientos de las licencias de conducir que hayan operado u operen entre el 15 de febrero y el 30 de septiembre del presente año.

Como factor complementario se suma la inseguridad y el aumento de robo de automóviles para distintos fines: desarme, canje por drogas, uso en otros delitos, etc. Siempre supimos que a mayor crisis económica, mayor número de delitos, por lo que el panorama tampoco resulta nada alentador en este rubro.

Volviendo al tema de la seguridad vial, el dilema radica en cómo revertir esta situación por la que venimos atravesando desde hace muchísimos años. La raíz está claramente identificada. Está en nuestra cultura, que no debe confundirse con la educación. Nuestra sociedad está atravesada transversalmente por la pérdida de valores y justamente las normas viales se basan en el respeto al

prójimo. Revertir la falta de cultura vial no es un hecho aislado, ya que en general manejamos y nos movemos en el entorno vial de la misma forma en la que vivimos. Sin embargo vale la pena dar la batalla ya que otros cambios culturales han tenido resultados exitosos en nuestra sociedad.

Para ello se requiere de varias cuestiones. La primera es la voluntad política de liderar el tema para conducir y contagiar a la sociedad. 6000 muertes y 145.000 heridos por año hacen que el esfuerzo bien valga la pena. El segundo es formar equipos de profesionales idóneos que diseñen planes de corto, mediano y largo plazo ya que un cambio cultural requiere de al menos 15 o 20 años de arduo trabajo para que cale en la sociedad. Esos mismos profesionales y quienes los sucedan deben tener los objetivos claros, una enorme voluntad de trabajo y sentir el respaldo de quienes los lideran para implementarlos. Pasar del papel que todo lo soporta a la cruda realidad del día a día. La seguridad vial debe convertirse en una política de estado, pero en serio. No de chamuyo, no de anuncios rimbombantes y carentes de contenidos. Necesitamos educar a niños, jóvenes y adultos. Tenemos que subir de nivel en la tarea de concientización. Debemos generar nuevas legislacio-

nes, más modernas, más ambiciosas y que se basen no solo en el castigo sino principalmente en la prevención, sin dejar de lado la unificación de criterios por medio de una potencial modificación constitucional. Hay que cambiar absolutamente todo en materia de controles y aplicar un sistema de sanciones en la misma dirección que va el mundo. Tenemos que cambiar por completo el sistema de otorgamiento de licencias de conducir, unificando criterios en todo el país y siendo mucho más estrictos en los requeri-

NUESTRA SOCIEDAD ESTÁ ATRAVESADA TRANSVERSALMENTE POR LA PÉRDIDA DE VALORES Y JUSTAMENTE LAS NORMAS VIALES SE BASAN EN EL RESPETO AL PRÓJIMO.

mientos. Hay que hacer crecer en cantidad y calidad nuestra infraestructura vial que es pobre, antigua y en muchos casos obsoleta. La tecnología no puede quedar de lado, por lo que se debe ser muchísimo más exigente a la hora de requerir y aprobar la seguridad de los vehículos que se comercializan en nuestro país.

Esto es solo la parte medular del cambio, el esqueleto de lo que se necesita, después esos equipos profesionales deben seguir construyendo el resto. La pandemia nos deja un caos, está en nosotros convertirlo en una oportunidad de cambio.



OVILAM
OBSERVATORIO VIAL LATINOAMERICANO

[Soluciones Integrales en Seguridad Vial]



Reconstrucción de Siniestros



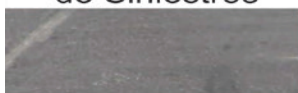
Capacitación



Investigaciones



Auditorias Viales





Cuando pienses en seguridad vial, pensá en **OVILAM**

CONTÁCTENOS:  @ovilam


 www.ovilam.com.ar

 @ovilam1

 +54 9 11 5101 6095

 info@ovilam.com

 @OVILAM_SV

 +54 9 11 3025 7402

LA PROBLEMÁTICA DEL FRAUDE EN LA ACTIVIDAD ASEGURADORA

POR EL DR. JUAN IGNACIO PERUCCHI, ABOGADO

La problemática del fraude en materia aseguradora ya no es una cuestión coyuntural, sino más bien es un gran problema estructural en nuestro mercado.

Históricamente, las sucesivas crisis económicas sufridas por nuestro país han devenido en un aumento de la cantidad de casos de fraude, sea en forma organizada o sea en forma individual. En crisis económicas profundizadas, como la que se está viviendo a nivel mundial y nacional, el aumento de casos de fraude es todavía mayor, y se está viendo en el mercado una mayor cantidad.

El fraude es un problema que no ataca a una única compañía, sino que es un drama para todo el mercado asegurador en su conjunto. Es por esto que, si no se ponen en ejecución prácticas llevadas adelante por el mercado asegurador que tiendan a prevenir, detectar y combatir el fraude, los perjudicados son los asegurados de buena fe, los productores de buena fe y los aseguradores de buena fe.

Lamentablemente, se ha profesionalizado muchísimo la práctica de organizaciones que permanentemente cometen hechos de fraude y es por eso que el mercado debe estar a la altura levantando las barreras que sean necesarias para sufrir perjuicios a partir de estos hechos. Es de destacar, que el seguro tiene una esencia indemnizatoria y por tanto debe desechar las situaciones de siniestros inexistentes o abultados, pues ellos contradicen su esencia al proveer un enriquecimiento ilícito.

Mundialmente, la estadística demuestra que entre el 2% y el 3% del primaje mundial de seguros, entre seguros de personas y seguros patrimoniales, se destinan anualmente al pago de siniestros que no deberían ser indemnizados.

Asimismo, también en el ámbito internacional, el 40% de los montos indemnizatorios que se pagan anualmente son en realidad injustificados, ya que corresponden a siniestros inexistentes o a indemnizaciones dolosamente (con intención) abultadas. En Argentina ese porcentaje se eleva al 47%.

No debemos dejar de reparar que el seguro es un negocio técnico. Hay determinados ramos, como son automotores y motovehículos, en los que el resultado técnico históricamente ha sido negativo. Pienso que se tiene que trabajar mucho y muy fuerte en desarrollar procesos y ejecutando políticas que puedan revertir este resultado técnico negativo, y logrando retomar el camino técnico dejando de pensar que es inevitable la reversión y la dependencia de los resultados financieros.

El problema del fraude ataca directamente la característica técnica del seguro provocando

una pérdida persistente que podría reducirse o eliminarse si se previene, detecta y combate eficazmente.

Hay indicadores y prácticas que son denominadores comunes al momento de cometer un fraude, y que afectan a muchas áreas de las aseguradoras. Es común circunscribir la problemática al área de siniestros o legales de una compañía pero el problema afecta a todas las áreas y debe ser un problema atacado integralmente y no desde un área exclusivamente.

Las típicas prácticas que se pueden observar son siniestros denunciados que no ocurrieron, en las que existen organizaciones de fraude que incluyen a terceros que dicen haber sido damnificados, y profesionales en connivencia con estos terceros que configuran un hecho de fraude, o bien inventando un accidente o exagerando fraudulentamente sus causas.

También existen muchísimos casos en los que se declara un uso del vehículo falso. Al momento del siniestro se detecta que el vehículo era utilizado con un fin comercial pero en la póliza estaba declarado como particular.

Hay algunos indicadores temporales que deben generarle a la compañía ponerse en alerta, como pueden ser siniestros denunciados dentro de los primeros quince días de vigencia de la póliza, o bien dentro de los quince días últimos de vigencia de la misma.

Pero también deben advertirse posibles hechos de fraude al momento del comienzo del vínculo entre determinado asegurado y una compañía, en la etapa de suscripción. En ella las aseguradoras también deben levantar sus barreras. Datos como la antigüedad del vehículo, determinados modelos utilizados habitualmente para fines comerciales, alta siniestralidad previa al vínculo con la aseguradora, desgaste excesivo de cubiertas, kilometraje elevado en función de la antigüedad del vehículo, etc. En estos casos, creo que las asegu-

adores deben ajustar sus pautas de suscripción para no verse perjudicados posteriormente por casos de fraude.

La industria ha llevado adelante por muchos años políticas activas en materia de prevención y detección de fraude. Se han establecido condiciones para que a través de diferentes organizaciones que nuclean información de gran parte del mercado se pueda compartir información que permita ejecutar políticas antifraude.

El problema que veo es que no se ha terminado de configurar una contundente política de combate contra el fraude. Hay muchos procesos, procedimientos, manuales y metodologías internacionales que se han seguido a lo largo de los años y eso me parece muy bueno porque son estándares de buenas prácticas.

Creo que falta una profundización más a la hora de combatir el fraude porque la problemática argentina es muy particular y no puede



DR. JUAN IGNACIO PERUCCHI, ABOGADO

dejar de verse a la hora de intentar combatirlo. Hay realidad que son incomparables e incontrastables. El 70% de los casos de fraude en el mercado asegurador argentino son llevados

adelante por catorce abogados litigantes. Y eso es una estadística única.

Primero deberíamos, como mercado, entender que es una problemática que afecta a todo el mercado y no a una compañía en forma individual.

Segundo profundizar el concepto que es un problema que se resuelve de forma integral dentro de una aseguradora. No es únicamente un problema del área de siniestros sino que también debe involucrarse el área técnica, suscripción, comercial, administración, auditoría interna, etc.

Considero también que se deben seguir profundizando las prácticas de detección y prevención actuales, compartiendo información, utilizando modelos internacionales, pero entender que hay una realidad local única. Y que el fraude debe combatirse, no únicamente detectarse. Caso contrario, no va a desaparecer porque los agentes del fraude van a seguir saltando de una compañía a otra sin perjuicio alguno más que un desistimiento de su pretensión indemnizatoria, o bien van a mutar de nombres pero seguirán cometiendo esas prácticas.

Ahí creo que tenemos una deuda como mercado asegurador, que debemos hacer intervenir al organismo regulador cuando este sea competente o la justicia cuando corresponda para que persiga a los agentes del fraude y sufra las consecuencias que correspondan.

Dentro de las políticas creo debe llevar ade-

lante el mercado fuertemente, en el establecimiento y ejecución de políticas activas de prevención y combate del fraude, es una mejora permanente en los criterios y procesos de suscripción, así como también en los procesos de siniestros. No únicamente en cuanto a plazos de tratamiento de los casos si no utilizando las herramientas que la ley y las regulaciones nos otorga para llevar adelante buenas prácticas.

HAY UNA POLÍTICA CLARA QUE DEBE DARSE DENTRO DE LAS COMPAÑÍAS, QUE TIENE QUE VER CON QUE EL PRODUCTOR ASESOR DE SEGUROS ES UN PROFESIONAL INDEPENDIENTE DE ESENCIAL IMPORTANCIA PARA LA ACTIVIDAD ASEGURADORA.

Por otro lado, deben llevarse adelante capacitaciones a los Productores Asesores de Seguros de la compañía en la materia, y comunicando activamente la ejecución de estas políticas.

Hay una política clara que debe darse dentro de las compañías, que tiene que ver con que el Productor Asesor de Seguros es un profesional independiente de esencial importancia para la actividad aseguradora. No puede suponerse una acción verdaderamente útil en el combate contra el fraude sin la asistencia del productor, ya que un buen productor mejora el servicio general del seguro, teniendo en cuenta que el asegurado de buena fe necesita y merece una buena atención y no que se desconfe de todo el mundo. La persecución a los casos de fraude mejora la atención del buen asegurado.

El daño económico que se produce a la actividad aseguradora, de la que el productor forma parte, es enorme. Esto produce pérdidas técnicas y estas se traducen en un desmejoramiento del estado de solvencia de los aseguradores que, en definitiva, constituye una situación primordial para el productor.

Insisto que la política antifraude de una aseguradora debe ser integral y abarcativa de todas las áreas de una compañía.

La búsqueda no tiene que ver con generar desconfianza en los Productores ni en sus asegurados frente a la ocurrencia de un siniestro, sino todo

lo contrario. La mejora de procesos y procedimientos internos tiene que ver con mejorar la calidad del servicio a largo plazo y que se vean beneficiados todos los actores de buena fe.

Otro rol importante, dentro del diseño de las políticas antifraude, lo cumple el liquidador de siniestros. También es imposible suponer correcta detección, prevención y combate contra el fraude si se excluye al liquidador dentro del armado de estas políticas.

Es muy importante sumar a la ejecución de las políticas antifraude de las compañías a los liquidadores, precisamente como ejecutores de esas políticas al momento de realizar las investigaciones e informes correspondientes a su labor profesional.

NUESTRO ÚLTIMO VIAJE EN FOTOS



Natalia Bohn,
Posadas

Paisaje Madryn



Santiago

GONZÁLEZ – SANTOIANNI Y ASOC.



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

BUSCAMOS CREAR RELACIONES DE CONFIANZA CON ORGANIZADORES Y PRODUCTORES

GONZÁLEZ-SANTOIANNI ASOC. Es una empresa que nace en el 2002 creada por Ricardo González y Daniel Santoianni con sede en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. En sus inicios operaban exclusivamente con seguros de vida colectivo y con el correr del tiempo se fueron expandiendo y creando alianzas estratégicas en diferentes provincias de la Argentina.

La primera etapa de expansión comenzó en la provincia de Misiones. Luego le siguieron la ciudad de Bahía Blanca y la provincia de Mendoza y La Pampa. La segunda etapa dio comienzo hace unos años, formando nuevas alianzas y haciendo crecer su estructura con importantes incorporaciones en Salta, Jujuy y Catamarca. Las últimas provincias o ciudades con las que lograron convenios a través de distintas organizaciones fueron Chaco, Corrientes, Entre Ríos y Ushuaia.

Desde la apertura de la primera oficina hasta hoy, trabajan junto a Organizaciones y Productores con presencia en cada una de las Regiones a lo largo y ancho del País. Actualmente forman parte del equipo 17 organizaciones y más de 260 Productores Asesores de Seguro.

¿CÓMO ES LA RELACIÓN CON CADA UNO DE LOS ORGANIZADORES CON LOS QUE OPERAN EN CADA PROVINCIA?

AS: Nosotros entendemos que este es un negocio de personas y por lo tanto buscamos crear relaciones de confianza con cada Organización o Productores independientes que se encuentran vinculada a nuestra estructura, 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. Buscamos ser innovadores en la creación de valor, ayudarlos a gestionar los riesgos y a visualizar oportunidades ofreciendo

las mejores opciones del mercado para cada negocio.

Entendemos que la digitalización y el avance de la tecnología esta ganando peso en todos los sectores de la actividad y esta ya es una realidad con la que estamos trabajando para ofrecer a todos nuestros operadores los mejores recursos para poder operar desde cualquier lugar. Como empresa consideramos que dicha renovación tecnológica no basta solamente con realizar grandes inversiones de capital reemplazando sistemas, sino que debemos orientar todas nuestras energías a buscar la excelencia en la gestión operativa orientada a nuestros clientes.

Nuestro compromiso, es brindar a cada uno de nuestros Organizadores y Productores la mayor atención posible para facilitar el desarrollo de su profesión. Estamos muy atentos a esto porque entendemos que todos formamos parte de un mismo equipo y para que las cosas funcionen tenemos que tener un mismo objetivo y acompañarnos en cada momento.

¿CUÁLES SON LOS PRINCIPALES RIESGOS QUE OPERAN Y EN QUE ESTAN HACIENDO FOCO EN ESTE AÑO TAN PARTICULAR?

AS. Nosotros operamos todos los Ries-

gos y contamos con especialistas técnicos en cada una de las áreas. Nuestra prioridad es dar el soporte necesario a cada una de las Organizaciones y a los Productores vinculados a nuestra Estructura, para poder acompañarlos en su crecimiento personal, financiero y corporativo.

Tenemos un departamento exclusivo de Seguros de Vida y expertos en la materia



**LIC. AUGUSTO SANTOIANNI, GERENTE
COMERCIAL**

ofreciendo capacitación constante y por sobre todo atendiendo las necesidades comerciales y administrativas de cada uno, acompañándolos en el crecimiento de su actividad en cualquier parte del País. Trabajamos junto a las aseguradoras líderes de Argentina, lo que nos brin-

da la capacidad de gestionar todo tipo de riesgos.

Entendemos que en esta locura en la que estamos viviendo actualmente, producida por la Pandemia, hay una mayor concientización sobre los riesgos y por lo tanto hemos percibido un aumento en la demanda de en productos de Vida y salud, y es por eso que también operamos con las principales compañías de medicina prepaga del País, para poder ofrecer la mejor opción para el cuidado y protección de cada cliente.

Además, forman parte de nuestro equipo asesores financieros cuyo objetivo es capacitar a aquellos Productores que quieran sumar nuevos productos a su cartera con el fin de poder ofrecer pres-tamos personales a sus clientes con tasas diferenciales.

¿CUÁLES SON LAS NUEVAS METAS O DESAFÍOS QUE SE PROPONEN COMO EMPRESA?

AS: Nosotros nos seguimos fijando objetivos cada vez más exigentes, pero

siempre de acuerdo a una metodología de crecimiento responsable, constante y sostenido, con una cartera de clientes consustanciada con nuestra política de servicio. Somos siempre proactivos, buscamos brindar un servicio confiable en un mercado cada día más competitivo y por sobre todo construir relaciones de confianza a largo plazo para asesorar ahora y en el futuro a medida que evolucionen las necesidades de cada cliente. Hoy en día entendemos que no hay excusas en el mercado para no ser eficientes y eso mismo nos condiciona para dar una respuesta inmediata.

La tecnología nos está marcando cuál es el ritmo al que todos nos tenemos que alinear y la optimización de los tiempos de gestión es clave para ofrecer el mejor servicio.

Estamos comprometidos a ofrecer las mejores opciones tanto para nuestros clientes como para nuestros socios, con el fin de brindar un servicio de calidad.

Los clientes existentes son tan importantes para nosotros como los nuevos,

y nos esforzamos por brindarle la tranquilidad de que cuenta con la protección adecuada para sus activos más valiosos.

GONZALEZ-SANTOIANNI ASOC. TIENE PRESENCIA EN TODAS ESTAS PROVINCIAS Y CIUDADES:

- CABA
- BAHÍA BLANCA
- LA PAMPA
- ENTRE RÍOS
- CORRIENTES
- CHACO
- SALTA
- JUJUY
- CATAMARCA
- MENDOZA
- TIERRA DEL FUEGO
- MISIONES



González-Santoianni Asoc.

Asesores de Seguros | Mat. 864 SSN

TU TRANQUILIDAD
NUESTRO COMPROMISO

CASA CENTRAL
Vuelta de Obligado 2596, 5° Piso,
C.A.BA. Argentina
info@gonzalezsantoianni.com.ar

Tel. 11 4781-1891 / 11 4788-3025
www.gonzalezsantoianni.com.ar



www.ssn.gov.ar

0800-666-8400

NÚMERO DE INSCRIPCIÓN 864

ORGANIZACIÓN SALGADO

SERVICIO PERSONALIZADO DE EXCELENCIA, CON EXPERIENCIA Y CONOCIMIENTO DEL MERCADO ASEGURADOR

Mis inicios en el mercado asegurador se remontan al año 1966 en Mar del Plata donde residía en ese tiempo, comencé a trabajar en una aseguradora ya desaparecida.

En el año 1974, cuando me desempeñaba en la oficina de El Centinela Cooperativa de Seguros me propone el traslado a su casa Central en la ciudad de Tandil con el fin de comenzar la carrera administrativa, lo que me permitió adquirir un vasto conocimiento transitando distintos puestos jerárquicos hasta llegar a Adscrito a Gerencia administrativa y comercial.

Diez años después decidí focalizarme en la actividad de Productor Asesor de forma profesional y exclusiva gestando mi propia cartera de clientes, ya que en nuestro país se estaba desarrollando una fuerte organización institucional y gremial de la actividad de los productores asesores con la creación de las Asociaciones de Productores Asesores de Seguros, impulsando la ley 22.400, ley que regula nuestras actividad hasta estos días. Tal es así que en 1983 Superintendencia de Seguros regula el trabajo del Productor Asesor de Seguros obligando a la matriculación cosa que realice y en la primera resolución donde se registraron más de 15.000 PAS quedó habilitado con el número de matrícula 8598.

Por esos años y viendo el campo fértil, con algunos colegas de provincia de Bs. As. buscamos la forma de consolidar una institución que represente y fortalezca a los PAS ya sea en la actividad en si, como en la permanente capacitación y defensa de los derechos de asegurados, etc. Una tarea que pronto daría sus frutos en lo que más tarde se consolidaría en la fundación de APASCBA. Dentro de la actividad gremial un tiempo posterior también me desempeñe como presidente de FAPASA, forjando la unión entre colegas y el desarrollo activo que requirió nuestro perfil en el marco de las nuevas demandas de consumo de los clientes y de la sociedad.

Después de varios años trabajando individualmente, en Agosto del 2008 al tomar

la representación de La Caja en Tandil y una amplia zona, nace la Organización Salgado al poco tiempo se integra ya siendo PAS mi hija Karina a trabajar en la empresa.

Hoy Organización Salgado nuclea un amplio espectro de ramos y compañías, ya que desde hace un largo tiempo la demanda de la red de productores que forman parte de nuestra empresa se ha abierto a diversificar cada vez más su cartera. Por lo que el servicio se expandió a cubrir los distintos ramos con aseguradoras como La Caja, Allianz, Orbis, Experta, Alba Caución, La Holando, ATM, Previnca,

A su vez nuestra red se expande y crece con mayor impulso, esto se logra estando acompañados por el carácter cada vez más comercial de las Compañías de Seguro que agilizan el armado de estructura en las localidades y ciudades de nuestra zona. De allí que lo que comenzó en Tandil, Rauch, Ayacucho, Las Flores, San Miguel del Monte, Cañuelas, Alejandro Korn, Cnel. Brandsen, Chascomus, Gral. Guido, Madariaga, Miramar, se expandió a Villa Gessel, Spegazzini, Virrey del Pino, Mehonque, Ranchos, Labardén, Gral. Belgrano, Maipú, Castelli, Lezama, Olavarría, Azul, Santa Teresita. En este momento el desafío es trabajar para dar servicio en las localidades de Vidal, Dolores, la zona de la costa que si bien tenemos una fuerte presencia podemos profundizar en algunas pequeñas localidades.

Nuestra premisa en la Organización es dar un servicio personalizado de excelencia, asesoramientos integrales, capacitación

a los productores, con personal propio, para eso contamos con colaboradores focalizados en atención a los Productores, atención de Siniestros no solamente de nuestros clientes directos sino dando soporte a los PAS en los acontecimientos que puedan producirse en su cartera siendo nexos con las aseguradoras, Inspector externo, además una persona exclusivamente en atención al público que se llega a nuestras oficinas de Tandil en Av. Marconi 1334 o se contactan por los distintos canales y redes sociales.

Hoy estamos abocados a la incorporación



CARLOS RAÚL SALGADO, TITULAR DE ORGANIZACIÓN SALGADO

de nuevos Productores Asesores de Seguros sabiendo el compromiso de nuestra Organización a ofrecerles el mejor servicio y una comunicación fluida, aspecto imprescindible para lograr con éxito la gestión ante las demandas particulares.

A nuestro entender acompañar al PAS es la clave de mantener humanizado el vínculo, trascendiendo todas las distancias y la tendencia del sector a burocratizar con protocolos.

Por esto hemos generado herramientas digitales para crecer en post de la experiencia vivida por el consumidor en el mercado actual, donde el seguro no está ajeno. Sabemos que es fundamental ser nosotros quienes forjemos la agenda de temas, el perfil, los conocimientos, que incluya un formato atractivo e inclusivo. Es decir que se acerque al consumidor ya adaptado al

médio virtual, así como a esas generaciones que deben aggiornarse forzosamente a utilizar medios a los que recién ahora escuchan nombrar como “espacio virtual”, sin comprender bien a que nos estamos refiriendo.

En ese sentido hemos desarrollado una aplicación a medida y varios canales y redes on-line y virtuales, de descarga de documentación, así como dinámicas inmediatas de respuestas, además de la ya conocida atención presencial. También de a poco lo iremos ofreciendo a nuestra red de PAS para que ellos incorporen estas

modalidades a sus servicios en sus carteras de clientes.

Somos una Organización que equilibra la experiencia y el conocimiento, con la tecnología y la virtualidad, dos escenarios constitutivos en el presente mercado asegurador. Sabemos que el futuro es un camino que lo forjamos en el día a día con cada decisión creada y tomada en el presente, basada en el trabajo en equipo y colocando la confianza como motor para la acción.

Organización Salgado Productores de Seguros
Tu necesidad asegurada

(249) 4629494

organizacionsalgado@gmail.com

@OrganizacionSalgadoProductores asesoresdeseguros

@organizacionsalgadoseguros

Carlos Raúl Salgado
249 4 55-9098

HOGAR SALUD INCENDIO VIDA ART RESP. CIVIL BICI MOTO AUTO TRANSPORTE

NUUESTRO ÚLTIMO VIAJE EN-FOTOS

Paisaje Misiones

Paisaje sureño

INCENDIO DE EDIFICIO CON REPETICIÓN POR SUBROGACIÓN DE DERECHOS

ANÁLISIS SOBRE UN CASO POCO FRECUENTE PERO QUE DEBE SER CONOCIDO POR EL PRODUCTOR PROFESIONAL.

Atento a inquietudes que suelen trasladarnos acerca de la modalidad operativa de una póliza de Integral de Consorcio, vimos conveniente plantear el ejemplo de un siniestro tipo para un Edificio en PH, que desarrollaremos a continuación:

1).- Incendio originado en 1 UF de un edificio en PH con Póliza Integral de Consorcio

– siniestro con Daños en Partes Comunes y en Partes Propias.

Se presume que la Suma Asegurada alcanza para cubrir los Daños en Partes Comunes (prioridad de la prestación), y dispone de capital excedente para operar en amparo de los daños en Partes Propias de las UF. Debe leerse Cobertura 100%

El incendio originado en Dto. 2ºB presente el siguiente cuadro de pérdidas:

- daños x incendio en Partes Propias de 2º B = \$ 300.000.-
- daños en Dto. 1º B por filtración de agua = \$ 70.000.-

- daños en Dto. 2ºA por ingreso del humo = \$ 30.000.-

- También con daños en Partes Comunes del Edificio (puertas de entrada violentadas por Bomberos de las 3 UF + pintura pasillos, vidrios caja de escaleras, etc.) = \$ 100.000.-

• Total Indemnizable a cargo de la póliza del Consorcio = \$ 500.000.-

En este ejemplo, más allá de que todos los damnificados terminan siendo resarcidos en un 100% por sus pérdidas materiales, vale resaltar que ninguno de los copropietarios de las UF 2ºB, 2ºA y 1ºB cuentan con pólizas privadas en amparo de sus Partes Propias; de allí que debieron recurrir a la contribución de la póliza de Consorcio, y que ésta afortunadamente disponía de capital suficiente.

1).- GESTIÓN DE RECUPERO:

Vale aclarar que si bien sería legal hacerlo, es inusual que un Asegurador instrumente gestión de **Recupero** por un Incendio de Consorcio con cargo a un copropietario del Edificio asegurado, (en este caso el titular del 2ºB donde el siniestro tuvo origen). En dicha circunstancia, de **abordarse la repetición**, la situación sería la siguiente:

A).- Recupero sobre Partes Comunes =

Sobre el monto abonado de \$ 100.000.- menos el porcentual consorcista que le corresponde a la UF 2ºB – origen del incendio;

B).- Recupero sobre Partes Propias =

B/1).- Reiteramos queda excluido lo abonado por el 2º B – origen del incendio.

El consorcista es Co asegurado en la póliza y no se debería aspirar a un recupero sobre éste. Sería equivalente a que una Aseguradora pretenda “recuperar” de un Asegurado que tiene un incendio en su casa – siendo el riesgo asegurado;

B/2).- Sí puede pretenderse recupero sobre lo abonado a las 2 UF que sufrieron daños indi-

rectos (Dtos. 1ºB y 2ºA). No olvidemos que al titular del 2ºB le compete la responsabilidad civil por el hecho acaecido y los daños derivados del incendio.

2).- POSIBILIDAD DE RESPUESTA DEL COPROPIETARIO – TITULAR DEL 2ºB =

a).- En primer lugar conviene resaltar que de haber tenido el copropietario una póliza privada de Combinado Familiar ésta hubiera acudido en amparo de sus daños en Partes Propias; sin necesidad de contribución para la póliza del Consorcio.

b).- Disponiendo de una póliza privada con una única cobertura de RC Linderos ésta podría acudir en amparo de los daños a Partes Propias de las otras UF 2ºA y 1ºB.

No así por las Partes Comunes del Edificio en PH, dado que dicha figura plural no podría ser asimilada a la de un lindero respecto de la UF asegurada.

c).- De contar con una póliza privada con cobertura específica de RC Comprensiva con Adicional de Incendio, esta sí podría acudir en amparo de todos los daños (Partes Comunes y Partes Propias), es decir de todos los efectivamente Terceros respecto del Consorcista – copropietario del 2ºB.

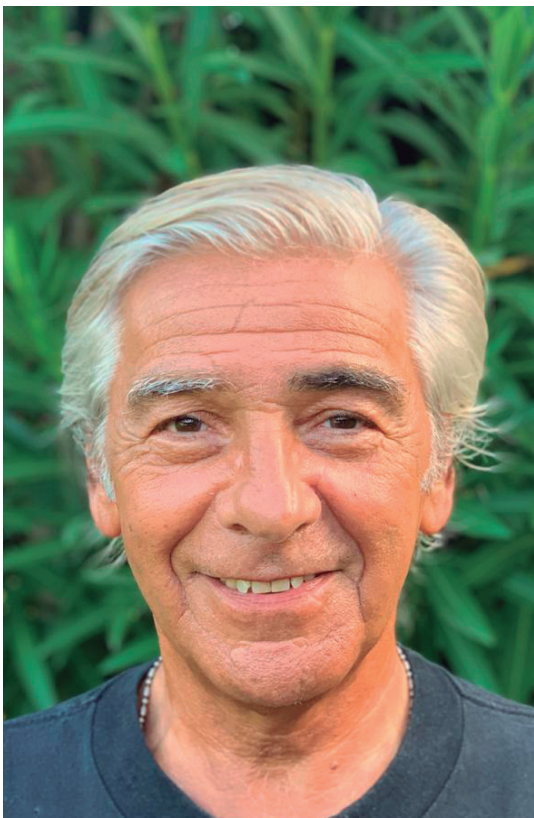
Hilando muy fino, del Recupero sobre Partes Comunes se debería deducir la cuota parte – porcentual consorcista - que le corresponde como contribución a la UF 2º B por los daños en las Partes Comunes.

Por último vale la pena referirnos a la mentada exclusión de ... “daños a inmuebles vecinos por un inmueble del Asegurado ..”

, que a veces es esgrimida por algunas Aseguradoras para argumentar una declinación.

Más allá de que el texto es capcioso y nada claro, en mi opinión NO es de aplicación en un ejemplo como el que nos ocupa, entendiendo que su espíritu NO es excluir este tipo de daños derivados de un siniestro – (hecho generador de ocurrencia accidental, súbita e imprevista) – sino desechar a aquellos daños en una propiedad vecina que sean producto de su propio asentamiento, defectos ó vicios de construcción, modificación de nivel de suelo, etc.

No obstante debo reconocer que en más de 30 años de trayectoria han sido contadas las veces en que he visto a alguna Aseguradora hacer uso de su aplicación.



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



ASEGURATE EN
LA SEGUNDA
DONDE LO PRIMERO SOS VOS



www.lasegunda.com.ar



LO PRIMERO SOS VOS
#QuedateEnCasa

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

Atención al asegurado
0800-666-8400

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



TRATO PERSONAL SIN RENUNCIAR A LA TECNOLOGÍA



MAJOSEG

RED DE PRODUCTORES DE SEGUROS

ENTREVISTA A JOSE LUIS LORENZO Y MARIO JOSE CAMPOS,
TITULARES DE MAJOSEG

MAJOSEG ES UN IMPORTANTE ORGANIZADOR DE PRODUCTORES DE NUESTRO MERCADO. ¿QUÉ NOS PUEDEN CONTAR ACERCA DE LA TRAYECTORIA DE LA EMPRESA?

Somos una empresa fundada en 2002, por Jose Luis LORENZO y Mario Jose CAMPOS, con el aval de nuestra trayectoria Gerencial en Cias. De Seguros, y bajo la forma jurídica de Sociedad Anónima, siendo sus directores principales. Nos propusimos como objetivo, desde el primer día, buscar soluciones a cada situación que nos presenten los PAS, con las distintas compañías con las que operamos, de modo que el productor pueda tener un mayor tiempo libre para su desarrollo comercial, búsqueda de nuevos clientes, y la atención de su cartera (siniestros y otros reclamos/consultas de sus asegurados) Para ello les ofrecemos atención personalizada en todas las áreas de la actividad, y el respaldo tecnológico necesario para cumplimentar una atención de excelencia –

Estamos en el mercado hace 18 años y contamos con una dotación de 9 empleados, y operamos en todo el país, con fuerte presencia en Capital Federal y zona norte del GBA.

¿CON QUÉ COMPAÑÍAS OPERAN?

Operamos con Mercantil andina, SMG, Victoria, Allianz, Paraná, Rivadavia, Prudencia, Afianzadora, Mapfre, SMG ART y Galeno ART, entre otras

¿CUÁL ES LA OFERTA QUE LES HACEN A LOS PAS PARA QUE LOS ELIJAN EN UN MERCADO TAN COMPETITIVO?

Ofrecemos al PAS atención integral de todas sus necesidades operativas, con lugar en la empresa para realizar las tareas que necesite, siempre en forma personalizada. Lo ayudamos en cotizaciones, suscripción, emisión, endosos, renovaciones anticipadas, control de pagos de sus clientes, control de renovaciones, atención de siniestros, reclamos ante Aseguradoras de sus clientes sin costo, control de liquidaciones de siniestros, asesoramiento y búsqueda de coberturas y el mejor costo, para cada cliente, en las distintas compañías

que operamos, como así también asesoramiento contable y actualización y mantenimiento de libros exigidos por SSN.

El soporte técnico lo brindan empleados con experiencia en suscripción, cotizaciones, y en atención de siniestros, y sistemas operativos, enlazados con las oficinas de los PAS y les ofrecemos todos los productos que tienen las Aseguradoras en el mercado, propiciamos el armado de Grupos de Afinidad, desarrollo de nichos comerciales, y coberturas a medida cuando lo requieran.

¿CON CUÁNTOS PRODUCTORES DE SEGUROS OPERAN EN LA ACTUALIDAD Y QUÉ SERVICIOS DIFERENCIALES LES OFRECEN PARA SU DESARROLLO PROFESIONAL?

A la fecha operan con MAJOSEG S.A más de 150 Productores Asesores de Seguros, en todo el País Contamos con la colaboración de las Aseguradoras con las que operamos, para brindarles periódicamente información y cursos sobre temas de actualidad que nos solicitan, y de novedades de distintos riesgos, páginas web y manejo de la información, y cursos de revalidación de matrícula anuales

¿CUÁL ES EL VOLUMEN DE PÓLIZAS QUE ADMINISTRAN EN LA ACTUALIDAD ?

Administramos aproximadamente 20.000 pólizas, de los PAS que nos acompañan, con el 50% de las mismas del ramo automotores

¿CÓMO HAN ADAPTADO LA ATENCIÓN DE LOS PRODUCTORES A RAÍZ DE LA PANDEMIA ?

Nuestra organización se caracteriza por el trato personal sin renunciar a la tecnología.

Estábamos en condiciones de trabajar remoto en función de nuestro equipamiento y capacidad de las personas que integran nuestra organización.

Si es cierto que hubo que replicar los puestos de trabajo en los hogares. Ello requirió equipos adicionales.

Con el nuevo equipamiento nos hemos adaptado rápidamente proveyendo a cada

empleado de los elementos necesarios para que puedan realizar la misma labor desde sus domicilios, y funcionó muy bien desde el primer día.

Actualmente atendemos con un mínimo rotativo de personal desde la oficina y los demás en forma remota.

Recurrimos a servicios tercerizados para el movimiento de documentación mínima imprescindible no digitalizable por normas.

Por los comentarios que hemos recibido de los PAS logramos mantener el nivel de atención y respuesta que es por lo que siempre nos diferenciamos.

Asimismo, con las APP de las aseguradoras y en nivel de respuesta que brindamos creemos que estamos brindando un muy buen servicio.

¿CÓMO IMPACTÓ EN EL NEGOCIO LA PANDEMIA; SE MANTUVO, CRECIÓ O DECRECIÓ?

A pesar de la pandemia hemos logrado mantener e incluso crecer en cantidad de operaciones y también incorporar nuevos PAS que operarán a través de MAJOSEG.

¿HAN DESARROLLADO NUEVOS PRODUCTOS PARA SU RED DE PRODUCTORES?

Hemos desarrollado productos para motos y autos clásicos, y promocionando un integral para consorcios y productos de combinado familiar muy completos y con costos competitivos.

¿QUÉ EXPECTATIVA DE MEJORAS TIENEN PARA 2021?

Imaginamos, desconociendo cuanto van a durar las disposiciones de aislamiento, que tenemos que seguir buscando mejorar el servicio a distancia y como siempre para brindarles la mejor atención del mercado a nuestros amigos PAS que operan a través de MAJOSEG.

¿POR ÚLTIMO, DE QUÉ MANERA PUEDE UN PAS TOMAR CONTACTO CON USTEDES?

Pueden hacerlo a través de los datos que figuran al pie o enviándonos un mail a comercial@majoseg.com.ar

Confiar en nuestra experiencia es ganar tiempo para sus clientes



MajoSeg

Brindamos servicio a **Productores Asesores de Seguros** que se desempeñan en forma unipersonal o en pequeñas organizaciones, colaborando en el desarrollo y concreción de negocios, tanto en coberturas simples o standard como en riesgos a cubrir complejos y/o especiales. Asimismo la atención y diligenciamiento integral de Siniestros en el nivel que sea requerido.

Estamos conectados con una importante cantidad de Compañías del Mercado, lo cual nos permite cubrir con eficiencia la mayoría de los riesgos asegurables.

Av. Corrientes 457, piso 6to • C1043AAE • CABA
Tel. 4326 3876 / 77 / 78 • 4325 5054 / 58 Fax 4326-3328
comercial@majoseg.com.ar

 SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACION www.ssn.gov.ar | 0800-666-8400
Inscripcion SSN N° 0832

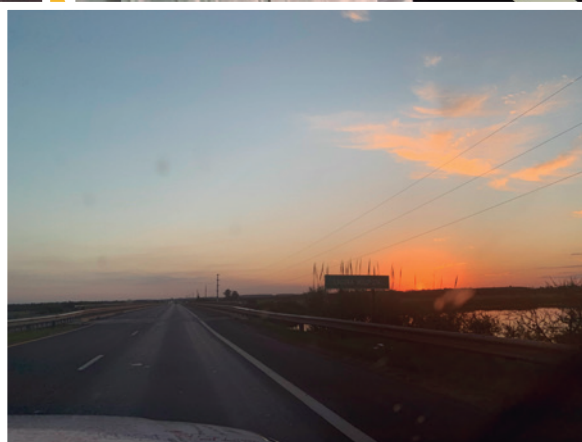
NUESTRO ÚLTIMO VIAJE EN FOTOS



Ricardo
Pszegotski,
Apóstoles



Sergio Lucero,
Resistencia



ANÁLISIS DE RIESGOS A DISTANCIA



INTRODUCCIÓN

La cuarentena nos llevó a conocer en profundidad una modalidad poco explorada de forma cotidiana, que teníamos reservada solo para casos excepcionales, como por ejemplo relevamiento de recomendaciones de mejoras, casos que por fuerza mayor no podíamos viajar o urgencias donde la conclusión la necesitábamos en cuestión de horas.

En los primeros 6 meses de la cuarentena hicimos 528 inspecciones remotas de análisis de riesgos para el mercado de seguros de Argentina.

Los resultados fueron muy buenos, permitiéndonos analizar fortalezas y debilidades, y dándonos más herramientas para discernir cuándo es una buena alternativa y cuándo puede darnos información parcial.

¿QUÉ ES UN ANÁLISIS DE RIESGOS A DISTANCIA?

Es un Informe de análisis de riesgos para el mercado de seguros realizado por expertos analistas de forma remota. La inspección visual es optativa y recomendada en algunos casos.

METODOLOGÍA DEL ANÁLISIS DE RIESGO A DISTANCIA

- Pedido de inspección por parte del cliente
- Solicitud previa de información al entre-



PRUEBA DEL SISTEMA DE AGUA DE INSTALACIÓN CONTRA INCENDIO EN VIVO DE FORMA REMOTA

vistado

- Asignación del trabajo al ingeniero de riesgos más apto para el análisis (en base a experiencia principalmente sobre la actividad)

- Investigación previa por parte del ingeniero de riesgos de aspectos generales: riesgos de la naturaleza, antecedentes siniestrales, cercanía de bomberos, entre otros.

- Entrevista:

- o Horario: en el horario pautado

- o Plataforma: por la plataforma seleccionada. Las diversas plataformas presentan diferentes ventajas y desventajas, se deberá seleccionar la adecuada en cada caso: los principales ítems a evaluar son: conexión a internet de la planta, cantidad de personas, normas internas de la empresa, dispositivo utilizado.

- o Modo: Si bien la entrevista es remota, la recorrida puede o no ser remota

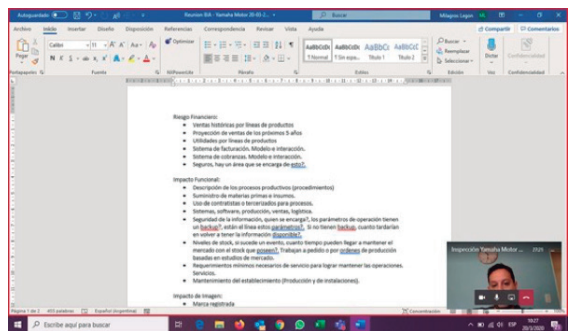
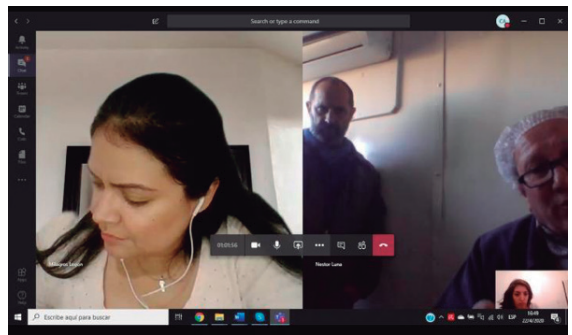
- o Con participantes remotos: se debe establecer de manera previa a la visita las personas y roles en la entrevista, para hacer el relevamiento ordenado y eficiente.

- Confección del informe: el ingeniero a cargo de la entrevista realizará el informe.
- Nueva entrevista o pedido de información de ser necesario
- Entrega del informe y el informe comparativo

- o Conclusiones del inspector: cada informe cuenta con un apartado de evaluación del inspector, donde además de las apreciaciones aparece la necesidad de o no (o la urgencia o no) de realizar una inspección presencial.

ANÁLISIS DE LAS INSPECCIONES A DISTANCIA FORTALEZAS:

- Técnica: se selecciona el ingeniero de riesgos más adecuado para ese análisis
- Comercial: pueden participar varias personas en la entrevista (suscriptor, asesor de seguros, gerentes, entre otros)
- Oportunidad: La coordinación es más



RELEVAMIENTO REMOTO

rápida (por disponibilidad, hay una franja horaria mayor en general, y no hace falta viajar al sitio)

- Económica: el costo final de la inspección es más bajo, debido al ahorro en horas y viáticos (tener en cuenta que los viáticos suelen representar en el orden de un 10 a un 40% del costo final de una inspección).

DEBILIDADES:

- No presencia en el lugar, falta de análisis visual de un experto
- Falta de fotografías tomadas por el inspector
- Falta de análisis de situaciones/condiciones/estados
- Falta de prueba de instalaciones
- Falta de presencia de un especialista en la planta para realizar consultas no establecidas en el orden del día (servicio indirecto)
- No contar con un informe tradicional de análisis in situ para clientes.

AMENAZAS:

- Mayor posibilidad de ocultar/no mostrar



FOTOGRAFÍA ENVIADA POR EL CLIENTE/ASEGURADO DE SU ESTABLECIMIENTO

información/situaciones

- No relevar información no prevista o no alertada por el asegurado
- Falta de confianza en el informe.

OPORTUNIDADES:

- Contar con información de mayor cantidad de establecimientos
- Conectar personas que están en lugares diferentes
- Tomar decisiones en menor tiempo, en base a información actualizada de forma inmediata
- Realizar inspecciones in situ solo en los casos en que valga la pena
- Bajar costos
- Hacer introducciones o conclusiones para más de una planta de un mismo grupo a la vez
- Enviar personal local a la recorrida posterior a la visita
- Grabar la entrevista (con autorización de todos los involucrados)
- Relevamiento de establecimientos de difícil acceso
- Adelanto de las entrevistas para “agilizar” procesos de relevamiento de riesgos.

¿TODAS LAS AUDITORIAS PUEDEN REALIZARSE DE FORMA REMOTA?

Sí, todas las auditorías de análisis de riesgos pueden realizarse de forma 100% remota. Al igual que las certificaciones de normas como por ejemplo ISO, que se habilitaron procedimientos para realizarlas de esa, manera, las inspecciones para el mercado de seguros o de riesgos pueden realizarse de esta manera teniendo procedimientos y sistemas acordes.

En LEA contamos con procedimientos desde el 9/4/2020 para realizar inspecciones remotas. Los sistemas los adecuamos y seguimos realizando mejoras actualizaciones para que el informe tenga el mayor valor agregado posible.

¿TODAS LAS AUDITORIAS CONVIENE REALIZARLAS DE FORMA REMOTA?

No, todas las auditorías no conviene reali-

zarlas de forma remota.

Es preciso destacar que siempre es mejor realizar una inspección remota a no realizar una inspección y tomar decisiones técnicas sin información. Pero también es cierto, que hacer una inspección presencial por un ingeniero calificado para el análisis, es mejor que el mismo análisis de forma remota. De la misma manera, estar una semana en el establecimiento, es mejor que hacer una visita de media jornada. Habiendo realizado esta introducción, los casos en los que recomendamos realizar una inspección presencial (no necesariamente la entrevista, si la recorrida) son los siguientes establecimientos:

- Con operaciones complejas
- Con altos antecedentes de siniestros
- Con sospecha de fraude
- No inspeccionados en forma presencial en los últimos 2 años
- Donde se hayan realizado importantes obras
- Obras de construcción.

Es posible que frente a una oportunidad se realice la entrevista, relevamiento de información, de forma remota y la recorrida se haga posteriormente de forma presencial.

Los establecimientos en los que recomendamos realizar inspecciones remotas son los siguientes establecimientos:

- Con actividades de bajo riesgo
- Sin antecedentes siniestrales
- Sin sospecha de fraude
- Inspeccionadas en el último año sin recomendaciones críticas
- Actividades civiles.

NUESTRA EXPERIENCIA

Desde la experiencia de LEA es una gran herramienta, que no siempre es la más adecuada, pero que no teniendo otra alternativa (por tiempo, costo u oportunidad) es una excelente forma de contar con información. Requiere mucha rigurosidad y experiencia por parte del inspector (las

habilidades requeridas se incrementan, debido al análisis abstracto que requiere este tipo de metodología).

Los clientes ven “con buenos ojos” esta nueva forma de análisis, en general asociado a una menor cantidad de horas puestas a disposición. Las recorridas virtuales son un desafío, pero nos ha sorprendido, para bien, la naturalidad con que los asegurados y clientes muestran sus instalaciones, lo que hace la tarea más sencilla. Hay un aspecto cultural que influye mucho, por lo que este aspecto se deberá analizar en cada país y actividad particular.

EL FUTURO YA COMENZÓ

En el mundo post pandemia vemos una combinación de la mejor alternativa, in situ o remoto, de las diferentes etapas de la auditoría que hoy ya comenzó a darse de manera natural, afectado por las restricciones de cada sitio por la pandemia. No solo la posibilidad de combinar, sino de flexibilizar y buscar el mayor agregado de valor en cada una es la clave. Hoy existe una omnicalidad (el servicio además de contar con varios canales, no necesariamente empieza y termina en el mismo) que supero la multicanalidad de forma natural.

Somos optimistas con el futuro, pero sabemos que los desafíos serán mayores, no solo en términos de profesionales sino también en sistemas, conexión, tiempos y especialidad.

Aun así, el mayor desafío sigue siendo el mismo, ser especialistas, conocer en profundidad los riesgos que afectan a nuestros clientes y a la sociedad en general, para poder detectarlos, reducirlos y evitarlos.

Actualmente desde LEA estamos realizando los siguientes servicios de manera remota en los siguientes servicios:

- Análisis de riesgos para el mercado de seguros y reaseguro
- Análisis de escritorio de riesgos para la suscripción
- Tasaciones bancarias
- Valuaciones de edificio y contenido
- Certificado de valor
- Análisis de cartera de compañías de seguros
- Análisis de cúmulos de riesgo, por terremoto, por ejemplo
- Ajuste de siniestros
- Análisis de atmósferas explosivas (ATEX)
- Análisis de peligro de polvos (DHA)
- Análisis de coberturas, límites y sublímites
- Seminarios y cursos
- Asesoramiento integral
- Además de brindar servicio a través de nuestras herramientas (algunas desde hace 20 años)

ORIENTADOS HACIA EL INTERIOR DEL PAÍS, CON TRATO PERSONALIZADO, RAPIDEZ DE RESPUESTA Y CALIDAD DE SERVICIO

ENTREVISTA A LUCAS MENZANO, GERENTE COMERCIAL & MARKETING



Impulsamos tus valores

¿CUÁL ES LA ESTRATEGIA COMERCIAL DE LA COMPAÑÍA PARA 2021?

Principalmente continuaremos desarrollando una estrategia integral de posicionamiento de marca haciendo hincapié en la excelencia del servicio tanto al productor como a nuestros asegurados. Así mismo, hemos comenzado a trabajar en el portfolio de producto de nuestra cartera diversificando las condiciones comerciales para cada perfil de asegurados estableciendo las herramientas necesarias para cumplir con las expectativas de nuestro principal canal de venta que es y seguirá siendo el productor asesor de seguros.

¿CÓMO EVOLUCIONA LA VENTA ONLINE?

Hemos desarrollado junto con IT la nueva plataforma mobile logrando agilizar la carga operativa del PAS brindándoles a los asegurados autogestión de sus pólizas. Estas nuevas implementaciones nos han permitido potenciar la plataforma online generando nuevas oportunidades de negocios de manera más eficiente y ágil. Hay dos aspectos de la venta online que continuaremos destacando como factor clave de la estrategia comercial y que marcan a fuego el vínculo comercial con el PAS. La primera condición es que la herramienta sea amigable para el usuario logrando como resultado la generación de prospectos; en segundo lugar, brindar junto con las herramientas tradicionales el soporte tecnológico necesario para fortalecer la gestión comercial priorizando siempre al productor asesor de seguros.

¿QUÉ ESTÁN HACIENDO PARA CAPTAR A LOS PÚBLICOS DIGITALES?

Estamos enfocados en fortalecer el vínculo personalizado y en brindar atención de manera inmediata, para ello hemos comenzado tareas para poder mejorar la calidad de nuestros datos aplicando inteligencia comercial en la base de asegurados identificando cluster y comportamientos de nuestros asegurados.

Continuaremos con las campañas digitales de captación de nuevos clientes como "landing page", campañas selectivas a

través de las redes sociales y desarrollos mobile para perfiles de clientes digitales.

¿QUÉ ROL OCUPAN LOS PAS EN ESTE NUEVO ESCENARIO?

Nuestros esfuerzos digitales están direccionados a generar nuevas herramientas que simplifiquen la performance operativa del PAS, como así mantenernos en la postura de no generar "venta online" sin la participación directa de nuestros socios estratégicos, entendemos que este canal debe comportarse del mismo modo que los tradicionales y desde la compañía vamos a brindar todo lo necesario para que así sea.

¿CUÁLES SON LOS PRÓXIMOS PASOS DE LA COMPAÑÍA EN TÉRMINOS COMERCIALES? ¿TIENEN PREVISTO LANZAR NUEVOS PRODUCTOS?

Hemos construido un plan de negocios para este 2021 con dos pilares fundamentales, por un lado, lanzar nuevos productos y al mismo tiempo mejorar las condiciones comerciales de los actuales. El negocio del seguro posee dinamismo y debemos reinventarnos permanentemente para lograr competitividad.

El año pasado hemos lanzado el programa "Club Nativa PAS" que premia el esfuerzo de cada uno de los productores con viajes, premios y beneficios exclusivos. Continuaremos con estas acciones donde los resultados han superado nuestras expectativas.

¿QUÉ RAMOS SE PRESENTAN COMO MÁS PROMISORIOS?

El plan comercial estará enfocado en continuar creciendo en el ramo automotor, como así también en Hogar y Comercio dónde venimos trabajando desde hace

unos años obteniendo excelentes resultados a través de acciones de crossselling y upselling.

Respecto a los demás ramos de nuestro portfolio de producto, vamos a relanzar vida y transporte de mercaderías.

¿EN QUÉ MERCADO CENTRALIZAN LA PRODUCCIÓN Y DÓNDE SE DESARROLLA EL CANAL DE VENTAS?

La compañía orienta su estrategia comercial principalmente en el Interior del País concentrados fuertemente en las provincias de Buenos Aires, La Pampa, Río Negro, Santa Fe y Córdoba; estas dos últimas se incorporaron en el 2019 tras el relanza-



LUCAS MENZANO, GERENTE COMERCIAL & MARKETING

miento de la marca a nivel nacional. Los Productores Asesores de Seguros del interior encontraron en Nativa "trato personalizado e inmediatez en brindar respuestas a sus necesidades"; estos factores claves nos diferencian de la competencia y nos posicionan como una compañía orientada a brindar calidad del servicio.



NATIVA seguros

Impulsamos
tus valores

www.nativaseguros.com.ar

Seguinos en:    Nativa Seguros

Nº de inscripción en SSN
0247

Atención al asegurado
0800-666-8400

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



SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN

NUESTRO ÚLTIMO VIAJE EN FOTOS



EL DEBER DE SALVAMENTO Y EL DEBER DE PREVENCIÓN EN EL CÓDIGO CIVIL Y COMERCIAL

OBLIGACIÓN DE SALVAMENTO.

Art. 72. El asegurado está obligado a proveer lo necesario, en la medida de las posibilidades, para evitar o disminuir el daño y a observar las instrucciones del asegurador. Si existe más de un asegurador y median instrucciones contradictorias, el asegurado actuará según las instrucciones que aparezcan más razonables en las circunstancias del caso.

Violación

Si el asegurado viola esta obligación dolosamente o por culpa grave, el asegurador queda liberado de su obligación de indemnizar en la medida que el daño habría resultado menor sin esa violación.

La primera cuestión para destacar es que el siniestro no resulta ser un presupuesto necesario para que la carga se vuelva operativa. El deber evitar el daño ocurre en una etapa anterior a la ocurrencia del siniestro, razón por la que la actividad que se le exige al asegurado es de naturaleza preventiva.

El salvamento se fundamenta en el principio recíproco de colaboración o cooperación de las partes de la relación sustancial y constituyen deberes a ser realizados en tiempo oportuno, en el plazo establecido en la póliza o en el plazo legal. La impuntualidad o mora es un quiebre efectivo de la confianza sujeto a las consecuencias legal.

Se trata de actos insusceptibles de ser interpretados como de reconocimiento de la admisibilidad de los derechos del asegurado en los términos del artículo 56 LS, aunque si el asegurador participó del salvamento, tiene virtualidad para ser considerado como comunicación eficiente de la denuncia de siniestro.

CONDICIONES DE ADMISIBILIDAD

La carga de evitar y disminuir el daño expresada en el art. 72 contiene el deber de adoptar medidas para cuando éste se concrete o amenace concretarse; por ello tiene por objeto: evitar total o parcialmente el daño y se inicia desde que el siniestro es inmediatamente inminente, momento en el cual se puede calcular razonablemente que se producirá el siniestro subsistiendo hasta que son posibles los daños.

SUJETO PASIVO DE LA CARGA

Ateniéndonos literalmente al texto del artículo 72 de la Ley de Seguros, la carga recae sobre el asegurado, aunque las medidas deben ser adoptadas por quien resulta ser el titular del interés asegurable (tomador, asegurado o beneficiario, en su caso), y de ellos

el que se halle en mejores condiciones para llevar a cabo la medida.

MODALIDADES DE LA CARGA

El cumplimiento de la carga puede materializarse por medio de un acto positivo (face-re), o bien de una omisión (non facere) con la debida diligencia correspondiéndose con el “límite de lo posible” y lo razonable que se presume en las instrucciones del asegurador, cuando estas hayan ocurrido, y cuando ello no ocurre se deberá actuar conforme las medidas que haya tomado hombre prudente o diligente.

TRATAMIENTO DE LOS GASTOS

Reembolso, gastos, salvamento

Art. 73. *El asegurador está obligado a reembolsar al asegurado los gastos no manifestamente desacertados realizados en cumplimiento de los deberes del artículo 72, aun cuando hayan resultado infructuosos o excedan de la suma asegurada.*

Reembolso infraseguro
En el supuesto de infraseguro se reembolsará en la proporción indicada en el artículo 65, párrafo segundo.

Instrucciones del asegurador

Si los gastos se realizan de acuerdo a instrucciones del asegurador, éste debe siempre su pago íntegro y anticipar los fondos si así le fuere requerido.

Los gastos de salvamento son por cuenta del asegurador en la medida en que “sean consecuencia de un siniestro amparado por la póliza”, ya que el mismo sólo podría acontecer frente a un riesgo cubierto debido a que de lo contrario no existiría riesgo que salvar.

Aunque es válido indicar también, conforme enseña Stiglitz que el costo del salvamento afrontado por el asegurador, no implica la asunción de un riesgo independiente o autónomo sino que se condice con una carga complementaria que opera sólo en tanto y en cuanto se produzca la transformación del riesgo cubierto en siniestro indemnizable.

LAS INSTRUCCIONES DEL ASEGURA-

DOR

Las instrucciones deben emanar del asegurador, de su representante, o de un mandatario o agente institorio con facultades (art. 54, L.S.), quedan excluidos los productores (art. 53 de la L.S.) sin que sea necesario que exista un pedido previo del asegurado para ejercer el derecho de impartir instrucciones.

Si existe más de un asegurador y median instrucciones contradictorias, el asegurado actuará según las instrucciones que aparezcan más razonables en las circunstancias del caso (art. 72, L.S.).

Pluralidad de aseguradores, el que dirige la operación tiene preminencia; debiéndose

aclarar que en el caso de la existencia de un coaseguro con un asegurador líder (piloto) será este a quien el asegurado deberá respetar.

Así en el seguro de accidentes personales se debe sujetar a las instrucciones en tanto sean razonables (art. 150). Y en el seguro de la responsabilidad civil, acatará las instrucciones con las consecuencias para el asegurador fijadas en el art. 111, 3er. párrafo, respecto de las costas judiciales, aun cuando el asegurado soporte

formalmente el daño.

Las instrucciones pueden ser dadas anticipadamente y convenidas en el condicionado de póliza y en el caso del artículo 104 L.S., referido al seguro de mortalidad de animales es de fuente legal, señalándose “Cuando el animal asegurado enferme o sufra un accidente, el asegurado dará inmediata intervención a un veterinario, o donde éste no exista, a un práctico”.

Sanción por incumplimiento de la carga. Dolo o culpa grave

La ley de Seguros establece en el artículo 72 segundo párrafo que: “Si el asegurado viola esta obligación dolosamente o por culpa grave, el asegurador queda liberado de su obligación de indemnizar en la medida que el daño habría resultado menor sin esa vio-



DR. GUSTAVO BOSCO, ABOGADO

lación”.

Como el artículo fija la sanción por el incumplimiento de la carga, el contrato no puede fijar otra que sea más grave para el asegurado (art. 36) ya que se trata de una estipulación inmodificable por su letra o naturaleza.

Por lo que para que la sanción sea posible, la violación del deber debe ser dolosa o por culpa grave y su consecuencia es la liberación del asegurador en la medida en que el daño hubiera resultado menor sin esa violación.

REEMBOLSO DE LOS GASTOS DE SALVAMENTO

Conforme al artículo 73 de la L.S., el principio general consiste en que los gastos efectuados para evitar o disminuir el siniestro son reembolsables al asegurado y si bien alguna doctrina señala que ello es porque son realizados en beneficio del asegurador, en nuestra opinión, los mismos también son realizados en beneficio propio y a los efectos de evitar la sanción establecida por la ley.

El fundamento del reembolso resulta por cuanto direccionar la actividad a la evitación o disminución de los daños tiene una connotación valiosa con fundamento en el *principio de transparencia, economía y sustentabilidad que se persigue*, de lo contrario, es decir, sin que el asegurado tuviera derecho al reembolso de los mismos, se vería agravada su indemnidad.

Prueba de ello es que la obligación del reembolso por parte del asegurador se extiende a los gastos de salvamento aun cuando, sumados al monto del daño, excedan la suma asegurada, y cuando pese a la adopción de tales medidas la finalidad de evitación o amonización no se haya alcanzado.

La obligación aludida alcanza en virtud de lo expresado por el art. 70, a la reparación de los daños materiales provocados a las cosas aseguradas por parte del asegurado que hayan sido utilizados para el salvataje ya que los mismos no pueden ser invocados por el asegurador para sostener la provocación del siniestro respecto de ellos.

HASTA QUÉ PUNTO LOS GASTOS QUE SE REALICEN SE ENCUENTRAN RELACIONADOS CON LA CARGA ENUNCIADA POR EL ART. 72?

Son exigibles desde que el siniestro es inmediatamente inminente, subsistiendo hasta que son posibles los daños y hasta dicho momento serán reembolsables, de ahí que surja la importancia de determinar el momento de finalización del siniestro, el que variará de acuerdo con el tipo de siniestro y cobertura de que se trate.

EL LÍMITE DE LA FRANQUICIA

Isaac Halperin, indicó que “... la circunstancia de que el daño no exceda de la franquicia pactada, no libera al asegurador por los gastos, ni tampoco porque éstos no alcancen a exceder de esa franquicia”.

Entendemos que salvo en lo concerniente a la proporción de reembolso indicada en el art. 73.2 LS para el caso del infraseguro, existe una total independencia entre los gastos de salvamento y la suma asegurada. El sustento de tal afirmación se encuentra en el primer párrafo del mencionado artículo que establece que la Compañía de Seguros tiene la obligación de reembolsar los gastos aunque “... excedan de la suma asegurada”.

Por otro lado, la solución adoptada por la ley de seguros tiene su correlato desde una perspectiva lógica por cuanto, al ser los gastos de salvamento en beneficio preeminente de la aseguradora, resulta claro que todas esas erogaciones efectuadas por el asegurado, deben ser reembolsadas.

En este punto deseamos destacar una cuestión, que permitirá establecer claramente cual es el objeto de la implementación del instituto de la franquicia. Ya que erróneamente se ha entendido que la franquicia resulta ser una modalidad tendiente para estimular en el asegurado la prevención del siniestro.

Esa postura reitera un error habitual confundiendo el establecimiento de una franquicia con lo que técnicamente en materia de seguros se conoce como descubierto obligatorio.

En efecto, la franquicia llamada también “seguro a segundo riesgo” pone en cabeza del asegurado la asunción de ciertas consecuencias dañosas pero que de ningún modo está enfocada a la prevención; casualmente su origen, válido por cierto, está relacionado con la frecuencia de la siniestralidad, teniendo por finalidad liberar al asegurador de indemnizar los daños minúsculos o insignificantes, debiendo sólo responder cuando la misma supere dicha base mínima. De esta forma el asegurador evita participar en los denominados “pequeños siniestros”, facilitando la gestión empresarial y suprimiendo costos administrativos de mayor cuantía que el siniestro mismo. Lo señalado tiene sustento en el hecho de que el asegurado puede contratar otro seguro a los efectos de encontrarse cubierto por dicho importe y/o eliminar la franquicia del contrato mediante el pago de una extraprima.

Por el contrario, el Descubierto Obligatorio, frecuentemente utilizado en las pólizas de Responsabilidad Civil, Seguro Técnico y Robo de Valores; también resulta ser una delimitación objetiva de la cobertura que opera sobre el daño y no sobre la suma asegurada por medio del que se establece una participación porcentual a cargo del asegurado “que no puede ser cubierta por otro seguro”.

De tal forma, el asegurado participa del daño en todos los siniestros, por lo que es éste y “no la franquicia” el recurso con el cual cuentan los aseguradores para establecer un límite para que los daños causados les sean trasladados en su integridad.

IMPUGNACIÓN DE LOS GASTOS DE SALVAMENTO

1. para el supuesto de contrato celebrado con un solo asegurador que haya emitido instrucciones, su ejecución incorrecta no ateniéndose a su solicitud;
2. para el supuesto de contrato celebrado con un solo asegurador que no haya emitido instrucciones, la realización de gastos manifiestamente desacertados;
3. para el supuesto de contrato celebrado con más de un asegurador, pero con uniformidad de instrucciones, su inobservancia;
4. para el supuesto de contrato celebrado con más de un asegurador, pero mediando instrucciones contradictorias, la realización de las diligencias que no aparezcan como las más razonables conforme las circunstancias del caso.

Se deberá acreditar:

- (a) la existencia de instrucciones
- (b) su inobservancia
- (c) desacierto en la selección de medidas de salvamento en cuanto no se adaptan a las circunstancias del caso, cuando provienen de instrucciones contradictorias
- (d) gastos manifiestamente desacertados, siendo estos los que excedan su costo más allá de lo prudente pero para ello deben analizarse las características del caso en concreto.

De acuerdo con la LS, si los gastos han sido efectuados por un tercero, éste tiene derecho al reembolso, pero el mismo sólo sería exigible al asegurado, y a su vez este último ejercerá su derecho contra el asegurador. No obstante, y de acuerdo con el Código Civil y Comercial entendemos que los gastos realizados por un tercero también pueden serles exigidos al asegurador en los artículos referidos a la función y acción preventiva.

El tercero carecerá de acción directa contra el asegurador para obtener el reembolso de los gastos de salvataje, con lo que se comprueba que la actuación del asegurado no resulta ser la de un mandatario del asegurador.

Las pautas de la ley de seguros argentina referidas al Salvamento, determinan que:

- se puede superar la suma asegurada,
- no se aplica la franquicia,
- no se reembolsa cuando existe dolo o culpa grave y en la medida que el daño se haya incrementado por esa actividad.
- dicho dolo o culpa grave debe ser personal del propio asegurado,
- se debe reintegrar aunque resultaren infructuosos,
- se reembolsan todos los gastos de salvamento salvo que fueran manifiestamente desacertados.

CONDICIONADOS ABUSIVOS

Existen algunos condicionados de pólizas que claramente pretenden vulnerar estas disposiciones legales excluyendo o limitando la cobertura de estos gastos, a veces estable-

ciéndolos directamente como un sublímite de las sumas aseguradas lo que claramente resulta totalmente ilegal.

Hacemos algunas referencias indicándose exclusiones o limitaciones para la cobertura de **Retirada de Productos** para los seguros de Responsabilidad Civil Producto, coberturas Todo Riesgo Operativo con sublímites de **Gastos de Aceleración o Costos Extras, Gastos Extraordinarios** y hasta Sublímites de **Gastos de Extinción de Incendios** lo que evidencia la ilegalidad manifiesta de estos condicionados.

Por lo expresado, entendemos que tratándose de gastos que tienen por finalidad evitar o disminuir el daño, las cuestiones antes mencionadas se deben considerar como “Gastos de Salvamento” y de los “Deberes de Prevención”.

Por ello, cualquier “exclusión de cobertura” de los mismos, aunque pretendan ser establecidas como caducidades convencionales, sea que se desprendan del contrato o que surjan de una reglamentación de la Superintendencia de Seguros de la Nación, no le va a quitar la “nulidad genética intrínseca” de las mismas, dado que como bien enseña el art. 989 del Código Civil y Comercial, ... la aprobación administrativa de las cláusulas generales no obsta a su control judicial”.

Así también, las normas relativas a la función preventiva del CCyC motivaron que la SSN por Res. 39327, dicto normas en materia de Seguro de Responsabilidad Civil Automotor y de Responsabilidad Civil excluyendo de la cobertura con carácter general –salvo pacto en contrario– la responsabilidad del asegurado que pueda provenir del deber de prevención establecido en el artículo 1710 del nuevo Código Civil y Comercial de la Nación so pretexto que lo contrario podría implicar el amparo de ciertas conductas disvaliosas de parte del asegurado debido al desentendimiento respecto del riesgo, pese a reconocer que la excepción reglada en el art. 70 LS recepta el deber de prevención de los daños. De lo expresado, no se entiende la razón por la que desconoce la existencia de los arts. 72 y 73 LS que casualmente son los que fundamentan la inclusión de tal excepción.

Por ello la Resolución de la SSN resulta violatoria de los artículos 72 y 73 LS ya que los mismos resultan ser normas inmodificables total y parcialmente por su letra o naturaleza conforme la categorización del art. 158 LS. Esto debido a que se puede apreciar que se encuentran expresados en términos imperativos y que el deber de salvamento resulta esencial en el contrato de seguros, ya que de no existir dicho instituto quedaría en manos del asegurado el pago de la indemnización por parte del asegurador.

Se trata para nosotros de una Cláusula “ilegal” que además aporta “confusión” en torno a los alcances del seguro, por cuanto una Cláusula de una Póliza no puede dejar sin

efecto normas sustanciales del CCyC y de ningún modo podría pretender tornar inaplicables las disposiciones referidas al deber de salvamento, derivadas de los deberes establecidos en los arts. 72 y 73 de la Ley de Seguros.

Por lo tanto, y conforme lo hemos consignado en el capítulo correspondiente teniendo en cuenta que la evolución de la responsabilidad ha ampliado su horizonte amparando la prevención y su estrecha vinculación con el deber de salvamento es que las normas de los artículos 72 y 73 de la L.S. deben considerarse aun más como de naturaleza inmodificable.

INFLUENCIA DEL DEBER DE PREVENCIÓN DEL CCYC EN LA OBLIGACIÓN SALVAMENTO

Existe una interrelación entre el art. 1710 del CCyC y el deber de salvamento del art. 72 y 73 de la LS pudiéndose establecer similitudes, diferencias.

En primer término el Deber de Prevención resulta ser una obligación cuyo cumplimiento puede ser exigido mediante la Acción Preventiva

El Deber de Salvamento de la LS es una carga.

En la prevención, si un tercero evita o disminuye el daño podrá ser resarcido de los gastos incurridos de acuerdo con las normas del enriquecimiento sin causa.

En el salvamento, en cambio, el asegurador deberá resarcirlo siempre que las medidas no sean manifiestamente desacertadas, siendo que además ante el incumplimiento ólo podrá no resarcir el mayor daño producido por el incumplimiento por dolo o culpa grave, lo que equivale a decir que tiene que existir relación causal entre el incumplimiento y el daño originado por la inobservancia.

Así también, la prevención está direccionada de forma genérica a la idea de evitar los daños, y si los mismos fueron producidos, contribuir a su minoración; ya que conforme hemos señalado, la evolución social requiere para este momento histórico como respuesta al tratamiento de los de daños que los mismos no se produzcan debido a que las reparaciones o indemnizaciones que se implementaron como respuesta ex post al resultan ser incompletas y tardías; siendo sujetos pasivos de la norma toda persona con lo que resultan obligados el dañador, la propia víctima y hasta los terceros.

El deber de salvamento de la LS se encuentra dispuesto como un deber de conducta para el asegurado que tiene una finalidad más específica ya que se encuentra direccionado a la evitación (y minoración) de los daños pero de un siniestro que resulte inminente.

Carlos Juan Zavala Rodríguez al analizar

el Salvamento del art. 524 del viejo Código Comercial (antecedente de nuestra ley de seguros) ha indicado que esta carga nace “... en presencia del peligro inminente de que el siniestro se produzca”.

De ello se concluye que para que dicho deber sea exigible, el asegurado tiene que estar enfrentando una “crisis”, en el sentido que advierta que el daño se va a materializar conforme el curso normal y ordinario de los acontecimientos o que el mismo ya se encuentre en curso tal como lo indica el Dr. Waldo Sobrino.

Soler Aleu además señala que por el contrario el asegurador deberá reintegrar los gastos efectuados por el asegurado, si como consecuencia de un incendio en un lindero se adoptan medidas o precauciones para evitar la comunicación del fuego hostil a su local, como pueden ser la contratación de peones llevar los efectos asegurados a otro local, o la realización de cortafuegos, aun cuando las medidas adoptadas no hubieran impedido el siniestro o disminuido los daños”.

El “Deber de Prevención” es la aplicación específica del principio del *alterum non laedere* del art. 19 de la Constitución Nacional y no solo respecto a que no existe un derecho a dañar, sino que del mismo modo hay que evitar que el daño se produzca.

No obstante, y en lo que a nuestro tema se refiere, el Deber de Prevención incluye situaciones que no se encuentran comprendidas dentro del Deber de Salvamento, como serían todas las cuestiones que “no son inminentes”. Planteada la cuestión en estos términos y encontrándose plenamente demostrado que el asegurador se encuentra obligado al reintegro de los gastos que tengan como causa un deber de salvamento, vale decir aquellos que se deban incurrir cuando se advierta la inminencia del siniestro o cuando el mismo comenzó a ocurrir; entendemos que la acción preventiva podrá ser direccionada contra el asegurado y su asegurador.

Así también, si tenemos en consideración que el art. 1712 Código Civil y Comercial de la Nación con un criterio muy amplio establece que tendrán legitimación activa para requerir el Deber de Prevención, quienes “acrediten un interés razonable”, entendemos que las aseguradoras ante la inmediatez de la ocurrencia del siniestro pueden recurrir a la interposición de la acción preventiva a los efectos de “obligar” a sus asegurados e inclusive a los terceros que resulten víctimas de un hecho por causa de un riesgo asegurado, a la implementación de las medidas de salvamento ya sea para evitar o disminuir el mismo, de modo tal de que por medio de esta acción se puede verificar que en la relación asegurativa, esta carga del deber de evitar o disminuir los daños se ha convertido en una verdadera obligación exigible por parte del asegurador.



**Lo que tu
cliente busca,
lo que vos
necesitás.**

En Grupo San Cristóbal nos une el propósito de hacer que nuestros clientes estén seguros, cuidando su patrimonio y su bienestar.

Por eso estamos siempre pensando en productos que brinden soluciones integrales y se complementen, ofreciéndote a vos las mejores herramientas para crecer y avanzar.

Nos une el compromiso con el cliente.



**GRUPO
SAN
CRISTÓBAL**

Nos une el compromiso.

www.gruposancristobal.com.ar

APORTES PARA UN CORRECTO ASEGURAMIENTO

Me invitaron a escribir sobre temas técnicos, y entonces de los últimos siniestros ocurridos y de las inquietudes que pude advertir en las distintas emisiones del programa de radio, me incliné a recordar estos temas que son sencillos, pero siempre en vigencia.

Son temas simples, pero considero que van a ser de utilidad, por cuanto van a refrescar algunos conceptos, que a veces, la habitualidad, los mantienen olvidados.

El primer tema que quiero desarrollar es el correspondiente a la CLÁUSULA DE REPARACIÓN y/o RECONSTRUCCIÓN.

La citada CLÁUSULA es indispensable incorporarla dentro del Contrato de Seguros, para la cobertura de Daños al edificio.

Su incorporación en Póliza no tiene un costo adicional, lo que, sí debe tenerse en cuenta es que en la suma asegurada debe considerarse el valor real de construcción a nuevo del bien.

No debe entenderse que el valor de reconstrucción es similar al valor de comercialización, por cuanto en este último hay otros conceptos incluidos, que no corresponden ser tomados para la evaluación.

En caso de siniestro o daño esta cláusula, ampara el valor de reconstrucción y/o reparación y por consiguiente si se actúa con la diligencia debida, y con presupuestos acordados a los valores de plaza aprobados por el ajustador, el importe indemnizable sería similar al importe del daño, con la única observación en caso de tener deducibles.

Esta consideración es muy importante para las características que prevalecen en nuestro país.

Es decir, con Cláusula de Reconstrucción, el "Valor a Riesgo" que considerará el Ajustador es el valor de reconstrucción a nuevo del bien, para consecuentemente, determinar la existencia o no de un eventual infraseguro.

De no haber infraseguro, se liquidará íntegramente la pérdida, sin descontar ninguna depreciación por uso y antigüedad.

Si no tuviera la CLÁUSULA DE REPARACIÓN y/o RECONSTRUCCIÓN, se tomará el valor a nuevo del bien y se descontará un porcentaje en concepto de depreciación, por lo que el ajuste de pér-

didadas seguirá el mismo proceso de determinación.

Aun, si el valor en riesgo estuviera comprendido dentro de la suma asegurada, el Asegurado no sería indemnizado con el total del costo de la reparación.

Es importante además destacar que, con la existencia de la CLÁUSULA DE REPARACIÓN y/o RECONSTRUCCIÓN y en el supuesto que la suma asegurada resulte insuficiente, es decir sea menor que el valor en riesgo (existencia de infraseguro), el ajustador deberá hacer dos cálculos de pérdidas.

Uno de los ajustes (a) será tomando en consideración el valor de reconstrucción y el infra seguro.

El ajuste restante, (b) será considerando el valor depreciado del bien y se tomará en cuenta para definir la indemnización, el monto que resulte mayor.

Para una mejor ilustración, nos permitimos ejemplificar los dos supuestos:

a) Con CLÁUSULA de Reposición y con existencia de Insuficiencia de seguro el monto indemnizable sería \$ 550.000.-

b) Sin CLÁUSULA de Reposición y tomando el valor depreciado y sin existencia de Insuficiencia de seguro el monto indemnizable sería \$ 580.000.-

Sobre la base de los supuestos precedentemente, el importe a indemnizar será el indicado en el ítem b)

Es importante destacar, que aún teniendo CLÁUSULA DE REPARACIÓN y/o RECONSTRUCCIÓN, el monto a indemnizar resultante nunca podrá ser inferior al que resultase calculando como si tal cláusula no existiese.

Es por ello, que mi recomendación es solicitar siempre la inclusión de la mencionada Cláusula.

Adicionalmente, me permito comentar, la situación de una unidad funcional dentro

de un edificio de propiedad horizontal.

En este punto y de acuerdo a la experiencia de un ajustador de pérdidas, es muy importante saber que el valor de las partes comunes del edificio corresponde al 65% a 70%, del total del mismo.

Destaco esta situación porque en muchas ocasiones, más de las deseables, se interpreta que las partes comunes del edificio solo están integradas por pasillo, terrazas y otros sitios similares, no considerando la estructura del edificio, los servicios comunes, las paredes de los pasillos, el frente, etc.

Es importante no confundir las "partes comunes", con "espacios comunes".

Como consecuencia de estas determinaciones, queda un reducido valor para la consideración de las partes propias.



RUBÉN QUILINDRO, COUNTRY MANAGER
CRAWFORD & COMPANY

Sería ideal que la suma asegurada comprenda el 100% del valor total de reconstrucción del edificio y así evitar discusiones con las partes propias.

Sabemos que los seguros del edificio son afrontados por los propietarios, dentro de

las expensas y qué mejor que sepan que están bien cubiertos.

Adicionalmente, sugiero que aquel Productor y/o Asesor que tenga asegurados consorcios pueda complementar con Pólizas de hogar individuales para el resto de las unidades funcionales y así tener una cobertura integral que beneficia a todos.

El otro tema sobre el que me gustaría hacer una reflexión es sobre las coberturas de Responsabilidad Civil, ya sea para actividades comerciales y también para viviendas particulares.

Es importante considerar las coberturas de Responsabilidad Civil a linderos, como también el complemento de Responsabilidad Civil Comprensiva, para comercios y el adicional de Responsabilidad Civil Privada.

Porque tener en cuenta estas coberturas, porque en un caso de incendio principalmente, la causa y por ende la responsabilidad puede ser del propio ocupante de la vivienda y/o unidad funcional, que afecta a terceros.

Hemos visto muchos casos de estos, cortocircuitos, velas encendidas, etc., que afectan a propiedades linderas y éstas pueden ser utilizadas como viviendas o como

oficinas o comercios, en general estos en la planta baja, resultando con pérdidas más allá de las de la propia edificación, pudiendo ser afectados otros bienes como mercaderías y/o pérdida de ventas y otras.

Estas pérdidas que, en general no son tomadas en cuenta, pueden resultar muy importantes y en ocasiones complicar al responsable del evento.

En cuanto a comercios, estos deberían considerar contratar las coberturas de Responsabilidad Civil más amplias, por cuanto los riesgos que están asumiendo y sin ser totalmente conscientes de ello, van desde daños sufridos por sus propios clientes dentro de sus instalaciones, daños a linderos, daños en aceras, etc.

Es importante evaluar el tipo de comercio, la cantidad de clientes que ingresan y permanecen en las instalaciones, sus linderos, etc.

Adicionalmente, y en caso de que, se trate de un comercio forme parte de un edificio de propiedad horizontal ampliar la evaluación, ya que un problema de una pequeña pérdida de agua podría perjudicar a todo un edificio de oficinas y/o locales comerciales.

Esta consideración también debería tener

se en cuenta para cuando se aseguren y/o asesoren en caso de viviendas particulares.

Las coberturas existen, lo importante está en manos de los amigos Asesores, Organizadores y Productores, que deben identificar los riesgos y consecuentemente solicitar las coberturas necesarias.

Es por eso, que, en base a la experiencia de haber estado en la actividad, menciono que el asesor de seguros es fundamental para contar con un buen asesoramiento, descontando que siempre la decisión será del Asegurado.

Estoy en el convencimiento, que el asesor de seguros no va a hacer que un Asegurado se beneficie con un siniestro, pero un asesoramiento deficiente, sin dudas puede llegar a perjudicar el patrimonio del Asegurado.

Espero que estos análisis hayan sido de interés y colabore con la inquietud de cada uno de los lectores y de los amigos Productores, Organizadores, Asesores y de todos aquellos que forman parte del desarrollo de esta tan interesante actividad.

Los saludos con afecto.

Rubén Quilindro

NUESTRO ÚLTIMO VIAJE EN FOTOS



COBERTURA DE RESPONSABILIDAD CIVIL CRUZADA

COBERTURA DE RESPONSABILIDAD CIVIL CRUZADA:

Esta cobertura es muy importante para tener en cuenta en pólizas de Responsabilidad Civil de Obras y/o tareas donde hay varias firmas involucradas y en Pólizas de Ingeniería de Construcción y Montaje Car. y EAR.

En efecto, en general en las obras además de un Comiteante y a veces un inversor, están el Contratista principal y contratistas diversos y subcontratistas.



ING. ERNESTO BODENHEIMER,
TITULAR DE IBA
LATINOAMÉRICA

Y en una obra donde existen riesgos de todo tipo, no es nada extraño que un accidente producido por una de las Empresas que trabajan en la misma dañen a bienes de otra de las que trabaja en el predio. por Ej., un subcontratista dañe a bienes de comiteante, o al revés o existan accidentes responsabilidad del Contratista principal que dañe bienes de otras empresas que operan en la obra. Estos siniestros generan conflictos graves en el clima de la obra si alguien tiene que hacerse cargo de esos daños, terminando muchas veces en litigios. Por eso es importante contratar esta cobertura adicional, siendo un texto tipo de esta cláusula el siguiente:

“COBERTURA DE RESPONSABILIDAD CIVIL CRUZADA

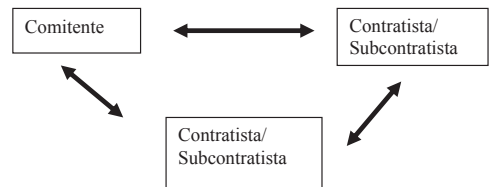
Queda entendido y convenido, en los términos de la presente cláusula y demás condiciones de póliza y previo pago de la prima adicional que corresponda, la cobertura de responsabilidad civil de la póliza se aplicará a cada una de las partes aseguradas especificadas en las CONDICIONES PARTICULARES como si para cada una de ellas se hubiera extendido una Póliza por separado. Sin embargo, la COMPAÑÍA no

indemnizará al ASEGURADO en virtud de esta cláusula por a. Pérdidas o daños que afectaren a los bienes cubiertos o amparables bajo la cobertura de DAÑOS MATERIALES de esta póliza, aunque no existiere obligación de indemnizar por haberse acordado un deducible o un límite de indemnización; b. la responsabilidad por lesiones corporales, fatales o no, o enfermedades que afectaren a empleados o trabajadores asegurados o que hubieran podido asegurarse mediante un seguro de responsabilidad civil patronal.

La responsabilidad total de la Compañía nunca podrá exceder, en total, para un accidente o serie de accidentes derivados de un mismo y único evento, el límite de indemnización estipulado en las CONDICIONES PARTICULARES”

Lo importante para que esta cobertura cubra a todos los involucrados en la obra o tareas, es que estén declarados en la póliza como Asegurados por esta cobertura, con lo cual cualquier daño o perjuicio responsabilidad de uno de Asegurados que afecte a otro de los asegurados, funcionara como una póliza de Responsabilidad Civil propia. Solo deben verse claramente las exclusiones que se indican claramente en la cláusula. Generalmente esta cobertura tiene una suma Asegurada bien definida, la cual debe ser analizada con un criterio profesional de acuerdo al tipo de riesgo y un deducible muchas veces diferente que el General, esto es materia de negociación de acuerdo a necesidades y sus posibilidades entre el tomador de la póliza, su Broker o Asesor de Seguros y el Suscriptor de la póliza, que a su vez debe reasegurar en general el riesgo.

Responsabilidad Civil Cruzada



DAÑOS DE CONTRATISTA A COMITENTE Y A OTRO CONTRATISTA DURANTE MONTAJE



VIGA SOSTENIDA POR GRÚA QUE CAYÓ SOBRE CATENARIA FERROVIARIA DEL COMITENTE



DAÑOS DE CONTRATISTA SOBRE CABLES TELEFÓNICOS PERTENECIENTES A CABLEADO EN OPERACIÓN DEL COMITENTE

Cumplimos 100 años
Cumpliendo



HOLANDO
— SEGUROS —

Con los mismos valores que construimos hasta ahora, hoy más que nunca reafirmamos nuestro compromiso de estar cerca tuyo, trabajando en equipo para brindar el mejor servicio.

SEGUROS PATRIMONIALES

- Automotores
- Riesgos Agrícolas
- Caución
- Consorcios
- Comercios
- Hogar
- Transportes
- Aeronavegación
- Embarcaciones de Placer

SEGUROS DE PERSONAS

- Colectivo
- Individual y Salud
- Accidentes Personales
- Plenus
- Sepelio

ART

Conocé más ingresando a nuestra web en www.laholando.com



La Holando Sudamericana Cía de Seguros S.A.
Nº Inscripción SSN 0079
Sarmiento 309 | C1041 AAG | Ciudad de Buenos Aires
| Argentina (011) 4321 - 7600
comercial@laholando.com
www.laholando.com



SEGURO 365: ECONOMÍA COLABORATIVA PARA PRODUCTORES DE SEGUROS

SEGURO³⁶⁵.com

PRESENTACIÓN SEGURO 365 / PROPÓSITO DE TRANSFORMACIÓN

Seguro365 fue creado con el propósito de conectar clientes digitales con Productores Asesores de Seguros (P.A.S.), realizando el aporte de estos profesionales y garantizando la continuidad de su actividad.

Sobre los valores de la Economía Colaborativa, desarrollamos un Multicotizador de seguros online para compartirlo con los P.A.S. asociados, teniendo la certeza de que nuestros colegas necesitan de estas herramientas tecnológicas para adaptar su negocio a los tiempos que corren y garantizar la continuidad del mismo.

Hay muchos ejemplos de proyectos colaborativos exitosos, desde aplicaciones de alquiler de taxis hasta empresas de alquiler de departamentos, por nombrar los más relevantes, que no son más que plataformas que entendieron cómo eliminar la asimetría de información entre los consumidores y proveedores de bienes y servicios, facilitando la interacción y, por lo tanto, la transacción comercial entre ellos.

Es así como Seguro365 conecta a los consumidores que buscan coberturas de seguros a través de internet con un Productor Asesor de Seguros que los pueda atender personalmente en su localidad, ya que valoramos el servicio que solo estos profesionales pueden brindar.

Bajo esta consigna procuramos satisfacer las necesidades del mercado asegurador, clientes, P.A.S.

y aseguradoras, mediante los siguientes objetivos principales:

- 1) Agregar valor al mercado asegurador
- 2) Potenciar la actividad del Productor Asesor de Seguros
- 3) Mejorar la experiencia del cliente
- 4) Promover el Desarrollo Sustentable

¿CÓMO LO HACEMOS?

El primer paso es buscar productores con una fuerte vocación de servicio y que compartan nuestra visión acerca del futuro del mercado de seguros, la importancia de incorporar herramientas tecnológicas a nuestro negocio y que quieran formar parte de una comunidad colaborativa que los potencie en su desarrollo comercial.

Luego, les otorgamos la representación exclusiva de Seguro365 en su localidad o

espacio urbano de hasta 50.000 habitantes, garantizando la calidad de servicio que nuestros clientes buscan.

Ponemos a disposición de los productores la experiencia de nuestro equipo de marketing y publicidad digital para comenzar a transitar juntos el camino hacia la captación de prospectos (clientes digitales). Este punto es de suma importancia, ya que de esto depende la calidad de las oportunidades que se generen, que luego se convertirán en pólizas y clientes satisfechos.

Por último, apostamos a la fuerza del vínculo personal entre productores y clientes para identificar las necesidades de aseguramiento de estos últimos, brindarles un asesoramiento profesional y garantizar el desarrollo sostenible y sustentable de nuestra actividad.



NICOLÁS REAL Y BRUNO REAL

SEGURO365.com

MULTICOTIZADOR DE SEGUROS ONLINE
ATENDIDO POR PRODUCTORES ASESORES DE TODO EL PAÍS

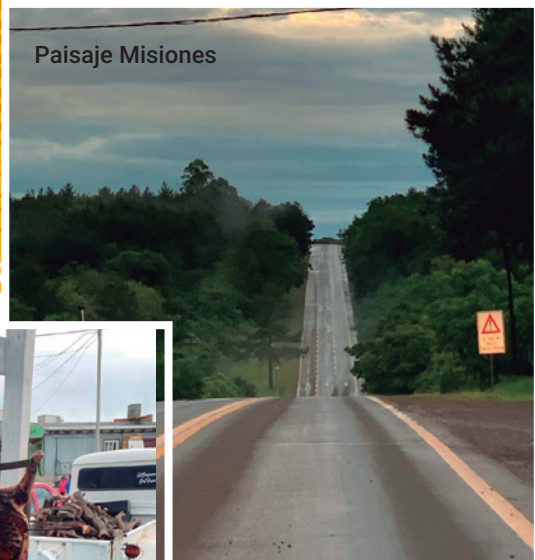
Agregamos valor y potenciamos la actividad del productor.

SUMATE!!

The laptop screen shows the Seguro365 website with the heading "Cotizá online el seguro de tu auto" and a sub-heading "Compara precios y coberturas en segundos". Below this are input fields for "Marca", "Año", and "Modelo", and a red "COTIZAR GRATIS" button. The website header includes "Inicio", "Asesor", "Asistencia al viajero", "Productores", "Contacto", and a phone number "0810.222.0272".

www.seguro365.com seguro365 0810.222.0272

NUESTRO ÚLTIMO VIAJE EN FOTOS



ARM SERVICES: AYUDA AL ECOSISTEMA ASEGURADOR EN LA TOMA DE MEJORES DECISIONES DE RIESGOS Y MITIGACIÓN DE LAS PÉRDIDAS

ARM Services

CONTANOS ACERCA DE ARM SERVICES Y DE LOS PRINCIPALES SERVICIOS QUE ESTÁ PRESTANDO EN EL MERCADO.

Nuestra empresa, es una empresa, que hace 10 años se preguntó cómo podía ayudar al ecosistema asegurador y a tomar mejores decisiones de riesgos, cómo mitigarlos y cómo mejorar la experiencia de los clientes. Naturalmente, sin ser aseguradora, ni productor, simplemente un proveedor.

Este es un objetivo, que nos propusimos hace 10 años, bastante ambicioso y todo parecería que lo hemos logrado, después de una década. Básicamente, somos reconocidos como gerenciadore, es una terminología que tiene su origen en Brasil, teniendo en cuenta que hacemos análisis de riesgo, gerenciamiento y liquidación de siniestros de transportes de cargas. Como para que se entienda un poco, los servicios siguen un poco la lógica del círculo de Deming, donde uno identifica el riesgo, después lo tiene que evaluar, luego lo gestiona, lo transfiere y si algún riesgo residual lo retiene, éste vuelve a un proceso de control y vuelve a empezar el círculo de Deming, con lo cual, nosotros, estamos en la parte de análisis y gerenciamiento.

Aparte, tenemos servicios de telemetría, para lo que es el seguro automotor, éste es un proyecto muy ambicioso con el INTI, que si tenemos tiempo, te lo podré contar. También contamos con préstamos servicios a las ART, con estudios de credibilidad y confianza, fundamentalmente en los riesgos in itinere, que es donde hay muchas pérdidas.

Nuestra empresa, es una empresa argentina, que tiene operaciones en nuestro país y somos realmente federales y nos expandimos con oficinas en Chile, Latinoamérica. Tanto en Perú, como en Colombia, Ecuador, México y Brasil tenemos partners, y prestamos de servicios de prevención de pérdidas, en contratos de reaseguro facultativos, en el mercado de Londres y de Miami; aparte participamos en distintas mesas técnicas en la Asociación Latinoamericana de Suscriptores de Riesgos Marítimos.

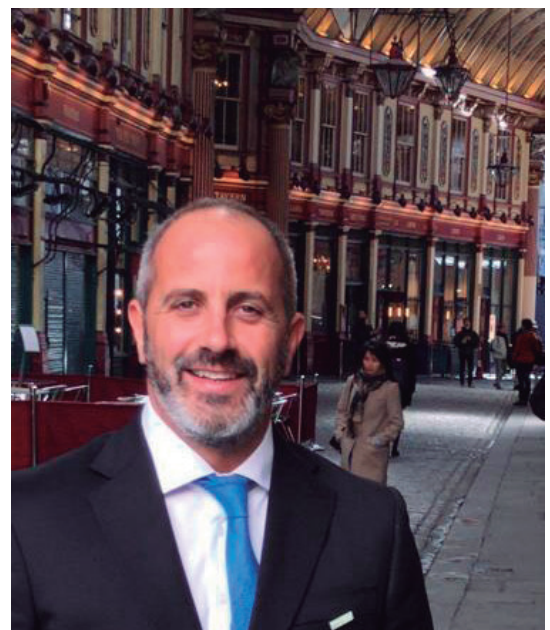
Para cerrar un poquito, qué es ARM, somos 70 colaboradores en el equipo interdisciplinario que conforma nuestra empresa, tenemos muchísima experiencia en seguridad, contamos con licenciados en seguros, en comercio exterior, abogados, contadores, ingenieros electrónicos, ingenieros en sistema, licenciados en administración, peritos ajustadores, ingenieros industriales. Si el año ayuda y si Dios quiere, probablemente terminemos

el año, con una facturación cercana a los 300 millones de pesos. Esto para resumirte qué es ARM.

MUCHAS VECES SE PIENSA QUE GERENCIAMIENTO ES SOLO MONITOREO. POR LO QUE NOS DECIS EL PANORAMA ES MAS AMPLIO QUE ESO.

Ciertamente esa visión que se puede tener de los gerenciadore es bastante limitada, pero la culpa no es de quien nos conoce así, sino de nosotros que claramente no debemos haber hecho bien los deberes en comunicar todas nuestras capacidades. Voy a resumir un poquito el alcance los servicios, cuando te describía análisis de riesgo, ¿qué es análisis de riesgo? Es un servicio que se le presta a las aseguradoras y a los productores. ¿Qué tipo de análisis de riesgos hacemos? De transporte de cargas ya sea para dadores o transportistas, de flotas, no importa que sea una flota de vehículos medianos, livianos o pesados, de flotas que transportan mercancías peligrosas, hacemos análisis de STP, que se lo conoce como Stock Throughput, que es un híbrido entre property y transportes, donde se cubre el riesgo del stock en el depósito. Ahora, ¿cómo hacemos estos análisis? Con una matriz de riesgos que es un software propio, no utilizamos el criterio de los cinco dedos oscilantes, sino que es un software que tiene muchas preguntas, cada pregunta tiene respuestas posibles, cada respuesta tiene asociado un factor de frecuencia e intensidad, y un motor matemático actuarial que ayuda a poner en tiempo presente, el riesgo futuro con indicadores gráficos. El informe también presenta observaciones y hay recomendaciones que son no vinculantes. ¿Para qué sirven los análisis? Porque te permiten básicamente conocer la exposición a riesgo desde sus orígenes, es lo que nosotros llamamos las causas raíces y desde ahí surgen recomendaciones para mitigar esa exposición a riesgo, que es lo que nosotros llamamos áreas de gestión. El análisis, lo que permite es te facilita a la compañía, incluso al productor, la colocación posterior de riesgo, y naturalmente la fidelización del cliente porque está muy cerca de su riesgo, que es lo que él quiere

cuando contrata un seguro, es decir, te quiere cercano a su problema, no solamente como un instrumento de transferencia. Con esta herramienta metodológica que te contaba tenemos más de mil análisis de riesgo realizados en Latinoamérica, incluso ni siquiera la cuarentena fue un obstáculo, porque muchos de estos análisis los podemos actualizar. Nuestra siguiente unidad de negocio es la del gerenciamiento, bueno, ahí nuestro cliente es el asegurado que es mayormente el que nos paga el servicio de seguridad logística, y ahí atendemos lo que mencionabas antes, que es como mayormente se nos conoce, el riesgo



GONZALO DELGADO ZEMBORAIN,
DIRECTOR ASOCIADO DE ARM SERVICES

de la seguridad de la carne, la piratería que después en tal caso nos ponemos a charlar, de vuelta si el tiempo nos lo permite, sobre los problemas que está teniendo la Argentina en este delicado momento. Ahí básicamente nuestra intervención es en pólizas que se conocen como emitidas bajo programa de financiamiento de riesgos, que a diferencia de las pólizas convencionales, se delegan en un gerenciadore la responsabilidad de las cosas transportables, es decir de la carga, y se libera al asegurado de dar cuenta del cumplimiento de las medidas de seguridad porque fueron delegadas en un gerenciadore. ¿Cómo se lo hace? Un centro de operaciones 7/24, muchí-

sima inversión en tecnología, en sistemas de monitoreo, integrados inevitablemente con todos los satelitales, y bueno, básicamente el centro de operaciones en nuestro caso, para que te des una idea, se monitorea nunca a menos de 750 camiones por día y se coordinan más de 150 móviles de custodia por día. Tenemos personal motorizado en la calle para tener una rápida respuesta cuando hay algún tipo de problema, contactos con la fuerza de seguridad nacionales, provinciales, municipales, fiscalías, juzgados. Bueno. ¿Qué es lo que nos permite esto? Básicamente lograr que uno de cada dos eventos logremos frustrarlo, y al final las condiciones de riesgo se reducen al orden del 70 por ciento.

¿CÓMO HACE EL PRODUCTOR DE SEGUROS PARA ACERCAR SU CLIENTE A ARM Y SI ESO NO PONE EN RIESGO, LA OPERATORIA ACTUAL EN CUANTO A QUE ÉL TIENE UNA PÓLIZA DE SEGURO DE TRANSPORTE, FLOTANTE? ¿CÓMO FUNCIONA ESE ACERCAMIENTO DEL PRODUCTOR A LA EMPRESA DE USTEDES?

El productor puede tener un cliente que tiene siniestralidad y es una buena oportunidad para que entremos en contacto y que tratemos de ayudarlo con su cliente a mitigar la exposición a riesgo, lo puede hacer el productor proactivamente o a la compañía de seguros porque está sufriendo la siniestralidad. O también para el productor que tiene un cliente estratégico que representa una participación muy importante en su portafolio de clientes y necesita agregarle valor, nuestra intervención le agrega valor. Porque de vuelta, en esto que te comentaba del círculo de Deming, noso-

tros estamos muy conectados con el origen de exposición a riesgo, que probablemente por ignorancia, en el buen sentido lo digo, el productor puede no conocer, es decir por qué el cliente tiene la exposición que tiene, por qué el cliente no está logrando mitigarla, y ahí nosotros podemos ser su articulador en ese proceso.

POR ÚLTIMO, CONTANOS ACERCA DE LOS DESARROLLOS TECNOLÓGICOS QUE ESTÁN HACIENDO EN TELEMÁTICA

El año pasado se nos presentó una oportunidad de entrar en contacto con el Instituto Nacional de Tecnología Industrial, y junto con ello empezamos a desarrollar el dispositivo telemático que es ni más ni menos que un GPS que se enchufa en la computadora del vehículo y ese dispositivo captura no solo toda la información de los parámetros de la computadora del vehículo sino que incluso tenés latitud, longitud, y tiene un acelerómetro. Toda esa información va a la nube, y desde la nube hay un sistema que estamos desarrollando que captura todos esos datos, los ordena y los convierte e información. Ahora, ¿qué es lo que nos pasó a todos los argentinos con la cuarentena? Que los vehículos circulan menos, que la exposición a riesgo se redujo sensiblemente y que los seguros de vehículos siguen siendo los que convencionalmente conocemos donde se paga casi te diría una tarifa plana y no está mayormente asociada a los kilómetros o a la verdadera exposición a riesgo de los vehículos. Este dispositivo que estamos desarrollando con el INTI, que está en una etapa muy pero muy avanzada, viene a ser una herramienta que le

permita al ecosistema asegurador a llevarle condiciones de cobertura y de precio a sus clientes en función de la exposición al riesgo que es, si se quiere, algo que nos debemos los argentinos y que está bastante desarrollado en otras latitudes.

DESTACADOS

A lo largo de la nota Gonzalo también nos expresó lo siguiente:

- “Nuestro servicio básico es el análisis de riesgo, que es un servicio que se le presta a las Aseguradoras y a los P.A.S.”

- “Hacemos análisis de STP donde se cubre el riesgo del stock en el depósito y también hacemos análisis de property con una matriz de riesgos, que es un software propio”

- “Estos análisis te permiten conocer la exposición a riesgo, desde sus orígenes, para facilitar a las Aseguradoras y a los P.A.S., la colocación del riesgo y la fidelización del cliente. Llevamos más de mil análisis de riesgos realizados en Latinoamérica bajo esta herramienta metodológica”

- “Nuestro Centro de Operaciones 7/24, con tecnología de muchísima inversión en sistemas de monitoreo integrados, nunca monitorea menos de 750 camiones por día y se coordinan más de 150 móviles de custodia por día”.

- “Logramos frustrar uno de cada dos eventos delictivos y al final las condiciones de riesgo se redujeron al orden del 70%”.



ARM Services

Cumple 10 años y lo festeja con el orgullo de ser la empresa líder del sector

Análisis de Riesgos

Seguridad Logística

Liquidación Siniestros

www.arm-services.com

EXPERIENCIA E INNOVACIÓN EN EL MERCADO CON FOCO EN MICROSEGUROS

VARESE BROKERS ES UNA COMPAÑÍA DE INTERMEDIACIÓN DE SEGUROS CON EXPERIENCIA EN EL MERCADO.

Nosotros comenzamos como la mayoría, a generar operaciones comerciales en todos los ramos y de a poco empezamos a incursionar en el tema específico de microseguros o seguros inclusivos, particularmente en el año 2014 y 2015.

En ese año empezamos a investigar a nivel mundial una ola creciente respecto de este tema de Microseguros, que venía de años antes y que realmente había un potencial de mercado enorme en toda Latinoamérica y también en Argentina, pero que faltaban todavía algunas condiciones para que esto termine de profundizarse y establecerse.

Insertos en esto que nos apasiona, nos hicimos miembros de Microinsurance Network, siendo los únicos en Argentina que forman parte de esta red mundial de especialistas en el tema que está en 80 países, por lo que hoy podemos decir que somos una referencia en cuanto a seguros inclusivos en nuestro país.

Empezamos a investigar qué pasaba en países que habían tenido modelos exitosos porque la verdad que hay una conjunción de temas, y además de generar algunos programas de microseguros en Argentina, ideamos la creación del primer market place de estos productos en Latinoamérica, dando forma a Estacubierto.com, donde por suerte pudimos conformar un equipo de profesionales destacados, sumado al equipo de Varese Brokers, socios estratégicos como 2Brains de Chile que es nuestro partner tecnológico, la colaboración enorme de Andrea Camargo y Clemence Tatin Jaleran, que son dos profesionales con más de 15 años de experiencia en el segmento de seguros inclusivos a nivel mundial.

En el contexto actual pandémico y post pandémico de nuestro país y del continente, urge generar herramientas de inclusión social, financiera y laboral desde nuestra industria, por lo que además de trabajar en el desarrollo comercial de programas de microseguros, somos parte del Laboratorio de Innovación de la SSN con gente de varias compañías, de la SSN misma y de MECON.

Asimismo, participamos activamente de AMES (Asociación Mujeres en Seguros) cuyo objetivo es generar inclusión laboral y social en la industria otorgando becas a mujeres de segmentos vulnerables para que puedan realizar el curso de PAS y poder tener una actividad de largo plazo en una

industria sana y sólida como es la aseguradora.

Varese también tiene un valor agregado importante que es como un laboratorio de ideas permanente, entonces si bien no tenemos una organización con productores muy grande, lo que tratamos de hacer es modelos comerciales que a las compañías le den un poco de valor agregado, trabajando no solo como aliados comerciales sino también diseñando producto, generando research e investigando alianzas comerciales.

Como veras, nos apasiona el trabajar por un mercado asegurador más amplio, mas inclusivo y que llegue a todos los hogares de nuestro país y de nuestro continente, por eso nos involucramos en varios proyectos que terminan siendo uno solo en una mirada 360°.

Desde Estacubierto.com propiamente, estamos lanzando productos innovadores con compañías como Sancor, RUS, CNP, Provincia Seguros, Previnca y BBVA, todos teniendo en cuenta al cliente del segmento al que apuntamos como eje del diseño, la comunicación y los procesos internos.

Nuestros objetivos son expandir el mercado asegurador a la población de menores ingresos, con productos de fácil adquisición, comprensión y utilización, que tengan servicios tangibles para mejorar su uso y fomentar la conciencia aseguradora a partir de experiencias positivas.



Como compañía, el desafío es la consolidación en Argentina y la expansión a varios países de Latinoamérica de todos estos temas, por lo cual tenemos conversaciones con colegas en Perú, Colombia, Paraguay, Bolivia y Guatemala, para avanzar paulatinamente a dichos mercados con nuestro market place.

Paralelamente a la digitalización del site estamos llevando adelante proyectos presenciales para generar un mix entre lo



Estás bien cuando estás cubierto

digital y lo presencial que nos asegure la llegada a las comunidades donde esta nuestro asegurado, con una calidad de servicio optima y con productos a medida.

Esperamos un gran año 2021 para nuestra empresa, y estamos trabajando fuertemente para que así sea.



GONZALO VARELA Y MAXIMILIANO SELVA, SOCIOS DE VARESE BROKERS SRL



CONSULTORES
EN SEGUROS &
MICROSEGUROS



Estás bien cuando
estás **cubierto**

El primer sitio de compras de
microseguros en Argentina

NUESTRO ÚLTIMO VIAJE EN FOTOS



Mario Rodolfo Isa,
Tucumán



Marcelo Spertino,
Bariloche



Puerto Pirámides

EL PRODUCTOR Y LA MARCA PERSONAL

Hace poco tiempo me preguntaron para qué sirve el marketing, y la respuesta, más allá de cualquier discurso técnico, es sencilla, para vender más, retener a nuestros clientes y ganar más dinero.

Los productores de seguros son prácticamente los creadores de la “marca personal”, un tema que hoy en día, está en boca de muchos marketineros, pero...

¿qué es la marca personal?

La marca personal es cómo nos perciben nuestros clientes, competidores y prospectos, es lo que dicen de nosotros cuando no estamos en la habitación, son los atributos con los que nos mencionan y los motivos por los cuales deciden llamarnos a nosotros y no a otros. Todos nosotros poseemos dicha marca, la hayamos trabajado o no, basta con recordar cualquier conversación con algún amigo donde se nombra a un tercero, en ese momento surgen cosas como, “que buena persona”, “es muy simpático”, “es un poco despistado”.

Pero si tenemos en cuenta que la marca personal es una herramienta de ventas y de retención, es importante transmitir aquellos atributos que nuestros clientes están buscando. Es decir, cosas como, responsable, atento o ágil, son mucho mejor percibidas que distraído, confiado o relajado.

La marca personal se construye de 2 maneras, con los hechos y con la comunicación, “no solo hay que serlo, sino, parecerlo”, por ello lo primordial es comenzar con el día a día, cómo atendemos a nuestros clientes y qué servicio les brindamos.

En marketing a la relación con el consumidor se la conoce como experiencia del cliente (customer experience), y al realizar nuestra estrategia de atención, uno de los primeros pasos es realizar un mapa, o un recorrido del consumidor con nuestra marca. Cada hito que recorre el cliente es conocido como momento de la verdad, y aquellos momentos donde está en juego su satisfacción son conocidos como puntos de dolor. En seguros podemos centrarnos en 3 momentos de la verdad.

- La contratación
- La renovación
- El momento de la contraprestación del contrato (ya sea por siniestros o por asistencias)

El momento de la contratación es donde el productor asesor de seguros despliega todo su conocimiento para proponer al cliente la mejor cobertura posible sobre su riesgo, pero también es donde estamos entregando el “valor de la promesa”, es donde vamos a colocar la vara con la que nos van a medir en el futuro, es decir, si prometemos que vamos a atender sus necesidades de lunes a domingo, las 24hs, el asegurado va a esperar que eso se cumpla, y si al momento de necesitarlo no se realiza, es donde el momento de la verdad se transforma en un punto de dolor y el valor de la promesa se rompe, es decir, después de haberlo prometido al momento de la venta, no cabe

la posibilidad de no atenderlo un domingo por la tarde.

La renovación, muchas veces automática, es un momento ideal para revalidar nuestra relación con el asegurado, es la oportunidad para conseguir lo que muchas empresas trabajan durante meses para lograr, un momento WOW, ese momento donde se otorga un valor agregado que sorprende al cliente, un valor no solicitado que refuerza la relación productor asegurado. Es una excelente oportunidad para conseguir algún descuento que no estaba planeado, o, algún replanteo del riesgo que permita al cliente estar más cubierto.

Por último, está el momento de la contraprestación del contrato, muchos automáticamente piensan en el siniestro, ese momento tan crucial en la vida de una póliza con un productor, no obstante, el pedido de un remolque o un cerrajero a tiempo muchas veces genera más niveles de recomendación que el pago de un accidente a un tercero. Es una pequeña acción, que muestra el valor de la póliza al asegurado y le permite extrapolar esa situación a una necesidad mayor.

Esto tiene una explicación aplicada en las neurociencias, nuestro cerebro, esta preparado para olvidar los malos momentos con el fin de poder seguir avanzando con nuestras vidas, para entenderlo mejor, basta con observar uno de los seguros mas antiguos que hay en el mercado, el seguro de vida, que en realidad cubre la muerte, no obstante, el nombre se inclina por su lado positivo, y hoy en día, está mutando a asesora financiera, siempre buscando mantenerse lejos de los pensamientos negativos, es decir, una grúa enviada y que soluciona un pequeño problema, muchas veces va a quedar en la memoria de nuestro asegurado por más tiempo que el pago de un siniestro.

Todas estas acciones nos van a permitir retener más clientes, crear una marca personal y además generar recomendaciones, pero ¿Cómo logramos transmitir esto a la gente que aún no nos conoce?

Esta es la parte fundamental de una buena comunicación, antes mencionamos que la marca personal es lo que dicen de nosotros cuando no estamos en la habitación, pero cuando nadie nos conoce, ¿Quién habla por nosotros?

El desarrollo de internet y las nuevas relaciones digitales nos dan la oportunidad única de poder indicar a todo el mundo quiénes somos, a punto tal, que no estar en este mundo digital, para muchos es sinónimo de no existir. Si al comprar cualquier producto consultamos en internet, es nor-

mal que, al contratar un seguro, también lo hagamos. Cuando hablamos de marketing tenemos que entender que existen 3 espacios de comunicación.

- Espacios propios
- Espacios pagos
- Espacios ganados

Los espacios propios son nuestra herramienta fundamental, es nuestra fan page en Facebook, nuestro Website, nuestro perfil en linkedin, sin bien es autorreferencial, es donde vamos a comunicar al mundo quiénes somos, y qué es lo que hacemos. Claramente no todas las redes sociales son para todos los mensajes, el saber segmentar es fundamental para tener éxito.

Los espacios pagos, son los que nos van a permitir estar primeros, ser lo primero que lea el consumidor, ya sea en el mundo digital, o en el marketing tradicional. Como años atrás los productores hacían panfletos o carteles, hoy se pagan campañas en Google, o en redes sociales.

Los espacios ganados son los más importantes y por ende los más difíciles de conseguir, es cuando alguien transmite nuestro mensaje, ya no somos nosotros quienes decimos las cosas, es otro, y eso le da el valor



LIC. SEBASTIÁN VERGÉ, ESPECIALISTA EN MARKETING DE SEGUROS

de la recomendación, alguien mas esta diciendo que nosotros somos responsables y dignos de confianza. Los espacios ganados pueden ser notas en revistas, radios, programas de televisión, o algo tan sencillo como una mención, o una recomendación en nuestros posts.

Entonces, atender bien y conseguir recomendaciones es el camino tradicional, no obstante, para lograr un crecimiento exponencial de nuestras carteras, es fundamental una buena comunicación y estar en el mundo digital, para no solo serlo, sino que, además, parecerlo.



**Únicos en Marketing con
especialidad en Seguros**

www.verge.com.ar

NUESTRO ÚLTIMO VIAJE EN FOTOS

Playa Union, Rawson



Teresa Lauria, Ituzaingo



COVID-19 : LA CUARENTENA Y EL DEBER DE NO DAÑAR A OTRO

“MUCHA GENTE PEQUEÑA, EN LUGARES PEQUEÑOS, HACIENDO COSAS PEQUEÑAS, PUEDE CAMBIAR EL MUNDO”. EDUARDO GALEANO. PERIODISTA Y ESCRITOR URUGUAYO (1940-2015)

La inesperada pandemia generada por el virus mutante del COVID-19, importado de China (integrante de la familia de los coronavirus) y la medida de aislamiento social, preventivo y obligatorio tempranamente dispuesta por el DNU 297/20, a fin de prevenir la circulación y el contagio, toda vez que hasta el momento no existe vacuna o medicación antiviral; nos convoca a reflexionar sobre la conducta asumida por los seres humanos como integrantes de la comunidad; la conciencia del riesgo latente de contagio de la enfermedad; y las consecuencias legales que se derivan de la falta de acatamiento o infracción al cumplimiento de dicha medida, la que motivada en la protección de la salud pública, restringe el derecho de circulación –garantizado por el art. 14 de la Constitución Nacional (en adelante CN)-, y prohíbe la realización de eventos culturales, recreativos, deportivos y religiosos, que impliquen la concurrencia de personas. Teniendo como referencia el principio general de no dañar a otro (del latín: *alterum non laedere* o *naeminem laedere*) de fuente constitucional (art. 19 CN) y legal (arts. 1708, 1716, 1717 y concordantes del Código Civil y Comercial, en adelante CCC), y como norte y anhelo, la prevención del daño (arts. 1710 a 1713 CCC).

Esta etapa de distanciamiento social nos impone cambios en nuestras rutinas, hábitos de vida y comunicación con los demás, lo que pone a prueba las capacidades de adaptación, improvisación y creatividad de las personas, exacerbándose las virtudes y defectos humanos. A la vez que nos sirve para rescatar la importancia de las pequeñas cosas y gestos que realizamos de manera automática en la habitualidad de nuestro diario vivir.

Como nunca antes se observó y valoró la conducta individual en nuestro metro cuadrado, aportando nuestro granito de arena o de mostaza –como dice la Biblia-, para cuidarnos y cuidar –siguiendo las recomendaciones sanitarias- a nuestra familia y vecinos; con un efecto multiplicador hacia los habitantes del resto de la provincia y de la Argentina toda. Logrando así que el sacrificio personal (responsabilidad individual) se convierta en un acto de solidaridad hacia los demás (responsabilidad social).

“No hagas a los demás lo que no quieras que te hagan a ti”, dice la regla de oro con basamento en el sentido común y que garantiza la tranquilidad de conciencia.

La cuarentena con sus sucesivas extensiones ya ha superado los cuarenta días que le dan identidad (aunque según el Diccionario de la Real Academia Española, consultado en www.rae.es, en una de sus acepciones se indica: Tiempo de 40 días, meses o años), incrementando los niveles de angustia y ansiedad por la incertidumbre de no saber cuándo se acaba; lo que provoca que la población se relaje, baje la guardia y hasta comience a dudar o cuestionar su eficacia sanitaria, buscando formas para “escapar” del encierro o como algunos de revelarse y advertir que a partir del 11 de mayo volverán a hacer su vida sin restricciones. Su-

odontología, oftalmología, kinesiología, etc.), que deberán también adaptar la prestación del servicio a las reglas de seguridad correspondientes.

Debemos recordar que así como no existen derechos absolutos, ya que hasta el derecho a la vida puede ser restringido en situaciones límite catalogadas como no punibles, como son los casos del llamado aborto necesario o terapéutico y el aborto sentimental y eugenésico; tampoco ningún derecho puede ser ejercido abusivamente, debiendo el juez ordenar las medidas necesarias para hacer cesar los efectos de dicho abuso y, si correspondiere, fijar una indemnización (art. 10 CCC). Y por supuesto que los derechos a la libre circulación, a trabajar, a reunirse, a comerciar y a ejercer toda industria lícita, no escapan a dicho razonamiento (art. 14 CN). Todos los derechos son relativos y sujetos a reglamentación razonable (art. 28 CN).

Pero como siempre ocurre, así como las conductas positivas o valiosas de la gran mayoría la población contribuye a formar un círculo virtuoso que protege a la sociedad, existe una minoría de personas que con acciones u omisiones negativas o disvaliosas (con mayor repercusión mediática que los buenos actos), están dispuestas a romper ese círculo, amenazando la subsistencia, la convivencia y las normas impuestas para la vida en sociedad, en este contexto de emergencia sanitaria.

Así aparecen los llamados “rompe cuarentena”, es decir, aquellos sujetos que con actuaciones individualistas, egoístas, irresponsables y con pleno conocimiento de sus actos y consecuencias, deciden voluntariamente asumir el riesgo y violar las disposiciones de confinamiento o distanciamiento social, poniendo así en peligro la salud pública por la amenaza de contagio del virus y su posible propagación a los miembros de la sociedad (circulación viral comunitaria).

Teniendo en cuenta que toda sociedad civilizada y ordenada se construye sobre la base de premios y castigos, fueron previstas sanciones administrativas incorporadas al DNU 297/20 (multas y retención preventiva de vehículos) y penales contenidas en el Código Penal –en adelante CP- (delitos contra la salud pública: arts. 202 y 203



DR. MARTÍN PIROLA

mado ello a la presión económica causada por la imposibilidad de trabajar y generar ingresos, salvo claro está, las actividades y servicios declarados esenciales. Todo lo cual produce una peligrosa tensión entre salud y economía, rivalidad que los gobiernos nacionales, provinciales y municipales deberán equilibrar o complementar a través de la implementación de medidas autorizadas por los respectivos protocolos de bioseguridad e higiene recomendados por la autoridad de salud pública para cada tipo o modalidad de trabajo, ya que recordemos que lo que se quiere evitar es el aumento del riesgo de contagio ocasionado por la cercanía entre personas, sobre todo en lugares de afluencia masiva o aglomeración de gente. Además de las prácticas médicas individuales necesarias, no urgentes (ej.

-propagación de enfermedad-; 205 –violación de medidas contra epidemias- y contra la administración pública: 239 -resistencia y desobediencia a la autoridad-), para aquellos que incurren en transgresiones a la legislación.

También por supuesto que puede generarse la responsabilidad civil del infractor por los daños y perjuicios causados a otro en su persona o en sus bienes (art. 1716 CCC), siempre que se acrediten los cuatro presupuestos o elementos necesarios para su nacimiento: a) antijuridicidad o ilicitud (acción u omisión contraria al ordenamiento jurídico, art. 1717 CCC); b) daño (lesión o detrimento a un bien o a un interés jurídico patrimonial o espiritual, individual o colectivo, art. 1737 CCC); c) relación de causalidad (nexo de causalidad adecuado entre la conducta antijurídica y el daño, art. 1726 CCC); y, d) factor de imputabilidad o atribución legal de responsabilidad (es decir, cuál es el fundamento que da el legislador para imputar responsabilidad a un sujeto que ha causado un daño, o dicho de otro modo, el por qué la ley hace responsable a una persona del daño que ha ocasionado, arts. 1721, 1724 y 1725 CCC).

Ahora bien, en la puntual temática bajo tratamiento se impone recordar algunas fechas claves e importantes a los fines del análisis de la previsibilidad de las consecuencias de su conducta (lo que puede prever un hombre común, razonable y prudente, conf. art. 1724 CCC) y conocimiento (la ley se presume conocida por todos desde su publicación en el Boletín Oficial, conf. art. 8 CCC), exigidos al sujeto incumplidor:

- Diciembre de 2019: descubrimiento o comienzo del virus en Wuhan, Provincia de Hubei, China.

- 11/03/20: la Organización Mundial de la Salud declara al COVID-19 como una pandemia.

- 12/03/20: DNU 260/20 dictado por el Presidente de la Nación, por el cual se amplía la emergencia pública en materia sanitaria en virtud de la pandemia, y se obliga al aislamiento obligatorio durante 14 días a las siguientes personas: a) los “casos sospechosos” (personas con síntomas); b) quienes posean confirmación médica de haber contraído el virus; c) quien en los últimos días tenga historial de viaje a “zonas afectadas” o de alto riesgo.

- 16/03/20: Decreto 432/20 –modificado por Decreto 433/20- dictado por el Gobernador del Chaco, por el cual se aprueba el Protocolo Unificado de Actuación para la etapa de contención de la emergencia sanitaria por coronavirus, convirtiéndose en la primera provincia en implementar la cuarentena, con vigencia desde el 18/03/20.

- 19/03/20: DNU 297/20 dictado por el Presidente de la Nación, por el cual se dispone el aislamiento social, preventivo y obligatorio desde el 20/03/20.

Las tecnologías de la información y comunicación (TIC) en el mundo globalizado de la sociedad de la información se encargan de que las noticias sean conocidas por todos en tiempo real, potenciado aún más en esta etapa de crisis en la que la realidad (offline) fue superada por la virtualidad (online). Aunque los muertos e infectados pertenecen al campo de la realidad.

Volviendo a las figuras delictuales, la que reviste mayor gravedad es la penada en el art. 202 CP, previendo una pena de reclusión o prisión de tres a quince años, para aquel que propagare o transmitiere una enfermedad peligrosa y contagiosa para las personas. El delito se consuma con la mera acción de propagar sin importar si se produjo el contagio (delito de peligro). Lo que la ley penal castiga es la amenaza del bien jurídico protegido (salud pública) y ello justifica la anticipación de la pena antes de que se logre el contagio positivo. El autor debe tener conocimiento de la existencia de la enfermedad (no de que él está infectado) y del peligro de contagio (dolo directo: voluntad deliberada de cometer un delito a sabiendas de su ilicitud y del daño que se puede causar). Pero también es admisible el dolo eventual, es decir, el que habiéndose representado como posible el resultado dañoso (contagio de la enfermedad), y siéndole indiferente y no obstante ello, sigue adelante con su conducta (tener contacto o compartir objetos con personas sin respetar el distanciamiento físico y demás recaudos de seguridad).

A continuación el art. 203 CP prevé la modalidad culposa del delito de propagación de enfermedad (conducta sin el debido cuidado para evitar el daño, pero sin intención de causarlo) castigando al que difunda la enfermedad, por imprudencia (cuando se obra precipitadamente, es decir, se hace lo que no se debe o más de lo debido), negligencia (no hacer lo que debe o hacer menos de lo debido), impericia (desconocimiento o no cumplimiento de las reglas y métodos propios de la actividad o profesión) o por inobservancia de los reglamentos u ordenanzas. Agravándose la pena si resultare la enfermedad o muerte de alguna persona. Para profundizar sobre este delito recomendamos la lectura del artículo del Dr. Godofredo Héctor Pérez Dudiuk, Delitos contra la seguridad pública. Propagación de enfermedad, eDial.com, DC29AA, 16/03/20.

Seguidamente el art. 205 CP reprime con prisión de seis meses a dos años al que infringe dolosamente las medidas obligatorias que la autoridad competente (nacional, provincial o municipal) hubiera dispuesto para evitar que una epidemia –con mayor razón una pandemia- se introdujera en un lugar donde no existía o que no se siguiera difundiendo si es que ya existía.

Como muchas enfermedades, el virus del COVID-19 tiene un período de incubación, que es el tiempo que transcurre entre la infección por el virus y la aparición de los síntomas de la enfermedad, que según los datos disponibles oscila entre 1 y 14 días, y en promedio alrededor de 5 días. Es decir que los síntomas no son inmediatos y durante ese período de ventana inmunológica están las personas asintomáticas. Precisamente en esta fase es donde se advierte la potencialidad viral de este enemigo invisible y es por ello que se exige a la población

extremar los recaudos en el cumplimiento de la cuarentena, reduciendo la locomoción vehicular o peatonal para la compra de artículos de limpieza, alimentos, medicamentos o combustible en los comercios de cercanía, para de esa forma evitar o minimizar el riesgo de contagio.

Puntualmente en la ciudad de Resistencia, Chaco, se generó una causa penal que está en plena etapa de investigación, a raíz de

ASÍ APARECEN LOS LLAMADOS “ROMPE CUARENTENA”, ES DECIR, AQUELLOS SUJETOS QUE CON ACTUACIONES INDIVIDUALISTAS, EGOÍSTAS, IRRESPONSABLES Y CON PLENO CONOCIMIENTO DE SUS ACTOS Y CONSECUENCIAS, DECIDEN VOLUNTARIAMENTE ASUMIR EL RIESGO Y VIOLAR LAS DISPOSICIONES DE CONFINAMIENTO O DISTANCIAMIENTO SOCIAL

una denuncia radicada por los Fiscales Federales Federico Carniel y Patricio Sabadini ante la Juez Federal Zunilda Niremperger, por el delito de propagación de enfermedad, en virtud de la muerte por coronavirus de una abogada de 64 años que había tenido contacto con las dos mujeres denunciadas, una médica de 77 años (denominada como paciente 0 del Chaco y uno de los primeros casos confirmados en el país) y su hija becaria de la Universidad Nacional del Nordeste (UNNE), quienes habían regresado de España el 28 de febrero de 2020, país considerado de alto riesgo, donde contrajeron la enfermedad y continuaron desarrollando sus actividades habituales en la capital chaqueña. La denuncia destaca que las mujeres sospechadas habrían contagiado el virus a varias personas en la provincia, por lo que se las acusa de ser las autoras del inicio de la cadena de contagios locales.

Si bien la acción penal es independiente de la reclamación civil por los daños y perjuicios resultantes de un mismo hecho, tramitando los expedientes en juzgados diferentes en la mayoría de los casos, existiendo un régimen de prejudicialidad o influencia del proceso penal sobre la acción civil (arts. 1774 a 1780 CCC), que establece como principio general que el dictado de la sentencia civil debe suspenderse hasta la conclusión definitiva del proceso penal (sentencia firme), con las excepciones a la regla; existe una relación directa entre ambas.

Es que los elementos probatorios incorporados al proceso penal serán de suma importancia para la eventual demanda de daños y para el Juez Civil sobre todo respecto de la existencia del hecho principal (causa adecuada del daño) y de la culpa del condenado.

Así volviendo al caso judicial que se le sigue a la paciente 0 del Chaco, el Fiscal deberá probar la conducta dolosa o culposa de la imputada en el conocimiento del virus y de la potencialidad de contagio para así tener por consumado el delito. Pero si va por más, acusando a las denunciadas (madre e hija) de ser las responsables de la muerte o enfermedad causada a otras personas, será necesario acreditar la cadena de contagio (que podrá suministrarla el Ministerio de

Salud) para así demostrar la vinculación causal entre el contacto que mantuvieron las infectadas con las personas contagiadas que a la postre fallecieron o bien debieron ser aisladas y/o recibir tratamiento médico para recuperar su salud.

Mientras que la actividad probatoria en la sede civil a los fines de endilgar responsabilidad civil por los daños y perjuicios causados a las personas que adquirieron el virus (damnificados directos) o a sus familiares en caso de muerte (damnificados indirectos), será más o menos intensa, aprovechando lo ya probado en sede penal y deberá centrarse en la evidencia de: a) el daño sufrido por la víctima (muerte, lesiones o incapacidad) en concepto de indemnización por fallecimiento, incapacidad (física y/o psíquica), lucro cesante, pérdida de chances o daño moral, según corresponda (arts. 1737 y ss. CCC); b) la omisión de la diligencia debida (culpa), intención deliberada de causar el daño (dolo) o bien su actuación indiferente, insensible o despreocupada por los intereses ajenos (dolo eventual) –art. 1724 CCC–; y, c) el nexo causal entre el daño y la conducta del demandado (art. 1726 CCC). Teniendo especial consideración en el caso del Chaco la profesión de médica de la denunciada, lo que eleva la diligencia exigible y la previsibilidad de las consecuencias de su conducta en virtud de sus conocimientos adquiridos en el arte y ciencia de curar (art. 1725 CCC).

Entonces en el caso del delito de propagación de enfermedad y su posible derivación civil, se advierte claramente que en la instancia penal basta la amenaza de la salud pública para su configuración, no siendo necesario la ocurrencia de la muerte o enfermedad de la víctima (daño) –aunque si ello ocurre se elevará la pena y de esa forma se facilitará o alivianará la carga probatoria del demandante civil (art. 1776 CCC)–; siendo que en materia civil se requiere la consumación del daño para que nazca el deber de indemnizar los daños y perjuicios causados como expresión típica de la función resarcitoria de la responsabilidad civil.

Pero a la par de la clásica función de la responsabilidad civil de reparar el daño ya causado, el CCC le añade la función preventiva (arts. 1710 a 1713 CCC), de manera de adelantar la tutela legal a la etapa previa a la producción del perjuicio, por lo que el incumplimiento de la obligación de prevención (evitar el daño, no disminuir sus consecuencias o no agravarlo), da lugar a la acción preventiva por parte de quien acredita un interés razonable (individual o colectivo) en la prevención del daño. No es necesario que concurra un factor de atribución objetivo o subjetivo en la acción u omisión del demandado, y el Juez puede actuar de oficio o a pedido de parte.

Es decir que así como mencionamos al deber de no dañar a otro como principio orientador de nuestro derecho positivo y de aplicación transversal a todas las ramas de las ciencias jurídicas, también debemos incluir en la misma categoría al deber de prevención del daño.

Como bien dice Kofi Annan (Ex Secretario

General de la ONU y Premio Nobel de la Paz): “Construir una cultura de la prevención no es fácil. Si bien los costos de la prevención deben pagarse en el presente, sus beneficios se hallan en el futuro distante. Además, los beneficios no son tangibles. Son los desastres que no ocurrieron”. Como verán esta frase nos da una idea de continuidad, de política de estado, y se contraponen a cualquiera de las políticas cortoplacistas, de shock o de impacto mediático que pretenden los gobernantes con fines electorales. La salud pública no se condice con los tiempos electorales.

Los presupuestos o elementos necesarios de la acción preventiva son: a) antijuridicidad o ilicitud (acción u omisión contraria al ordenamiento jurídico, art. 1717 CCC), pero en términos de una amenaza de producción de daño, de agravamiento –o continuación o aumento– de la magnitud del daño en curso; b) interés del peticionante individual, homogéneo o colectivo, patrimonial o extrapatrimonial; c) posibilidad concreta del accionado de adoptar una conducta positiva o de abstención para evitar el daño o sus efectos; y, d) relación de causalidad (nexo de causalidad adecuado entre la conducta debida y el resultado probable, arts. 1725, 1726, 1727 CCC).

Será operativa la acción preventiva a través

ENTONCES EN EL CASO DEL DELITO DE PROPAGACIÓN DE ENFERMEDAD Y SU POSIBLE DERIVACIÓN CIVIL, SE ADVIERTE CLARAMENTE QUE EN LA INSTANCIA PENAL BASTA LA AMENAZA DE LA SALUD PÚBLICA PARA SU CONFIGURACIÓN, NO SIENDO NECESARIO LA OCURRENCIA DE LA MUERTE O ENFERMEDAD DE LA VÍCTIMA

de las herramientas procesales disponibles que resulten más adecuadas. Entre ellas: la acción de amparo, medidas cautelares en su rol preventivo, las llamadas medidas autosatisfactivas y de tutela anticipatoria, y el mandato preventivo o de prevención, que consiste en la imposición judicial de medidas para evitar o mitigar el daño.

Por su parte si relacionamos el delito de propagación de enfermedad y la acción preventiva civil (en la evitación del daño), veremos que hay coincidencia ya que en ambas figuras es necesaria la inminencia o proximidad de un daño contra la salud pública para su configuración, no requiriéndose la concreción del resultado dañoso para que surja la responsabilidad penal y civil.

Pensamos que en el caso de la transmisión del COVID-19 y teniendo en cuenta la suprema importancia de los intereses individuales (vida y salud) y colectivos (salud pública) en juego, el instrumento de la prevención aparece como el más oportuno y apropiado en estos tiempos de urgencia sanitaria –y también judicial– en los que se busca evitar el contagio masivo del virus detectando los focos de contagio (barrios, asentamientos, geriátricos, etc.) de manera de contener al virus y así impedir su extensión al resto de la sociedad.

Y si hablamos de intereses colectivos no

podemos dejar de mencionar la acción de clase internacional (acción colectiva) interpuesta ante el Tribunal de Distrito Sur de Florida, EE.UU. (país con más muertos por coronavirus), por unos residentes de dicho Estado (en nombre de ellos mismos y de todos aquellos en situación similar) contra la República Popular China y el Gobierno de la ciudad de Wuhan, por los daños sufridos por la pandemia (muertes, lesiones, daños materiales y emocionales), que los reclamantes estiman en una suma superior a los USD 5.000.000.-, alegando que las autoridades gubernamentales del país asiático demoraron en alertar tempranamente al mundo acerca de la peligrosidad del virus, censurando a los médicos que lo habían descubierto antes del 3 de Enero y no confirmando la transmisión humana recién hasta el 20 de Enero, después de que el virus ya se había propagado por todo China. Detallando los demandantes que los acusados actuaron negligentemente en el manejo del brote del COVID-19, cometiendo las siguientes infracciones: a) No admitir el conocimiento de los peligros del virus, su letalidad, y la facilidad de transmisión de humano a humano; b) No contener el virus en sus primeras etapas cuando sabían o debían saber de sus peligros y facilidad de transmisión; c) No contener el virus más

rápidamente cuando la propagación fue evidente; d) No restringir una reunión pública de más de 40.000 familias de Wuhan cuando sabían o tenían problemas sabidos de los peligros del virus y facilidad de transmisión; e) Falla de las entidades gubernamentales de manera adecuada y razonable supervisar el brote y contener sus efectos; f) No proporcionar una advertencia adecuada y razonable a los demandantes; y, g) Difusión de materiales y declaraciones que proporcionan información incorrecta a personas dentro y fuera de China.

Todo lo reflexionado nos tiene que hacer repensar tanto a los particulares como a las autoridades competentes que la salida de la cuarentena debe ser gradual y a medida que el virus sea controlado, para evitar el peligro del rebrote y así volver a la cuarentena estricta. Recurriendo a experiencias piloto, si fuera el caso, para monitorear el comportamiento de los habitantes de una determinada ciudad o provincia.

A poco que avancemos en las fases de la cuarentena, se irán levantando las restricciones y el poder de policía sanitario del Estado será menos intenso y más permisivo con la población, de manera de ir restableciendo los derechos que le fueron restringidos y así las personas vuelvan a tomar sus propias decisiones de movilidad y en las relaciones interpersonales, comprometidas con los nuevos hábitos incorporados o aprendidos durante la cuarentena.

Cuando volvamos a la “nueva normalidad”, se verá si aprovechamos este período de prueba para mensurar la repercusión colectiva que poseen las acciones individuales, que en su faz positiva se resume en el amor por el prójimo y el respeto por los otros seres humanos.

50

Años

EP PIROTA & ASOC.

DESDE 1968

TRAYECTORIA PROFESIONAL CON CONTINUIDAD FAMILIAR



DR. JOSÉ HERNANDO PIROTA
ESC. ELDA DE LAS MERCEDES CATTANI
DR. MARTÍN DIEGO PIROTA
DRA. VALERIA LORENA PIROTA


Profesionales colaboradores:


- DRA. MARÍA RAMONA NIEVES MORALES
- DRA. MARÍA BELÉN RAMÍREZ
- ESC. VERÓNICA ANTONELLI ROCH

Agradecemos a nuestros clientes la confianza renovada en nuestra capacidad y especialización profesional:

- ALLIANZ ARGENTINA COMPAÑÍA DE SEGUROS S.A.
- BANCO DE LA NACIÓN ARGENTINA
- BANCO PATAGONIA S.A.
- CAJA DE SEGUROS S.A.
- CARDIF SEGUROS S.A.
- COMPAÑÍA DE SEGUROS LA MERCANTIL ANDINA S.A.
- COPAN COOPERATIVA DE SEGUROS LIMITADA
- EME EQUIPO MÉDICO DE EMERGENCIAS S.R.L.
- EVOLUCIÓN SEGUROS S.A.
- ICBC - INDUSTRIAL AND COMMERCIAL BANK OF CHINA S.A.
- LA MERIDIONAL COMPAÑÍA ARGENTINA DE SEGUROS S.A.
- ORÍGENES SEGUROS DE RETIRO S.A.
- METLIFE SEGUROS S.A.
- RÍO URUGUAY COOPERATIVA DE SEGUROS LIMITADA
- SAN CRISTÓBAL SOCIEDAD MUTUAL DE SEGUROS GENERALES
- SECURITY DEFENSA JURÍDICA S.A. SERVICIOS LEGALES PREPAGOS
- SEGUROCOOP COOPERATIVA DE SEGUROS LIMITADA
- SEGUROS SURA S.A.
- SMG SEGUROS S.A.
- SWISS MEDICAL ART S.A.
- SWISS MEDICAL S.A.

CÓRDOBA N° 606 (3500) RESISTENCIA - CHACO - ARGENTINA
TEL.: (+54) 362 4421983 / 362 4423616

 www.estudiopirota.com.ar

 EstudioPirota

 EstudioPirota



**PIROTA
& ASOCIADOS**
ESTUDIO JURÍDICO NOTARIAL

ACTUALIDAD DE LA ASOCIACIÓN ARGENTINA DE LIQUIDADORES Y PERITOS DE SEGUROS (AALPS)

EN UN AÑO SIGNADO POR LA PANDEMIA, LA ACTIVIDAD NO SE DETIENE, SE ACRECIENTA.

Retomando el hilo de aquello que comentamos hace un año cuando nos referimos a las inquietudes de la AALPS, veo con agrado que puedo comenzar a escribir sin necesidad de excusarme en la pandemia, a justificar inacción por las restricciones operativas, de desplazamiento y demás argumentaciones hoy habituales en todos los que debemos hacer un repaso de lo que hicimos y lo que no.

De verdad es magnífico no tener que caer en el lugar común al poder afirmar que no solo llevamos adelante la mayoría de aquellas premisas sino incorporamos otras ideas nuevas que impulsamos durante el ASPO; al punto que las pusimos en marcha desde el mismo mes de Abril ppdo.

Fue así que avanzamos con determinación en aquel objetivo prioritario de “visibilizar” a nuestra Asociación, con sendos ejes en una franca apertura hacia el mercado y en la revaloración de la profesión.

En el primer aspecto hemos fortalecido vínculos con funcionarios de la SSN a cargo del Área de Registros, con autoridades de las Asociaciones de Compañías, de Productores Asesores, Reaseguradores, organizaciones de lucha anti fraude, etc., e incluso con los medios de comunicación y prensa. Obviamente restringidos del contacto personal que la hora impone, hemos recurrido a los medios digitales y demás recursos a nuestro alcance para auspiciar y estrechar tales vínculos.

Una muestra contundente en esa dirección ha sido lo acordado con los funcionarios del Área de Registros de la SSN para la toma del examen anual a quienes aspiran acceder a nuestra matrícula, que se realizará a fines de Noviembre y por primera vez vía zoom, para lo cual hemos contado con el valioso y desinteresado aporte de FAPASA que supo facilitarnos su propia plataforma; de modo tal que habremos de replicar la metodología y protocolo aplicados con los PAS.

En cuanto al eje dirigido a revalorizar la profesión, hemos tenido a lo largo del año más de una docena de entrevistas con personas representativas del mercado, naturalmente de interés particular para nuestra

matrícula, que incluyeron enriquecedores debates e intercambios con Gerentes de Siniestros, responsables de áreas técnicas, suscripción y análisis de riesgo de Aseguradoras, Brokers de Seguros y de Reaseguros, locales e internacionales, funcionarios y representantes de entidades y asociaciones que nuclean la actividad aseguradora, etc.

Hemos tocado una amplia variedad de temas relacionados no solo con lo que esperan las Aseguradoras de nuestra presentación en el actual contexto sino de la que se prevé a futuro, en un escenario de cambios y modernización que nos obliga a una actualización constante, poniendo énfasis en la capacitación, incorporación de tecnología, sistemas de video peritación, herramientas para identificación del fraude, etc.; aspectos todos convergentes hacia un foco prioritario puesto en el servicio, tanto en la atención del cliente – Asegurado cuanto en la agilidad de respuesta, sin perder de vista la eficiencia en la gestión de liquidación del siniestro.

En todas esas charlas se puso de manifiesto la relevancia del rol técnico del liquidador, cuya premisa es determinar de manera imparcial, ajustada a Condiciones de póliza y conforme las mejores prácticas, el monto indemnizable con el que contribuir frente a un hecho encuadrado en las garantías ofrecidas por el contrato; gestión que se debe llevar adelante teniendo en cuenta la atención de calidad al Asegurado, (cliente final de la cadena aseguradora), cuidando en particular formas y plazos.

También se hizo particular hincapié en la relación con los PAS, fundamentalmente con el objeto de alentar el triángulo virtuoso que debiera ser la acción conjunta del PAS con el Perito Liquidador y las Compañías en la liquidación de los siniestros,

atento a que un vínculo fluido y un intercambio profesional entre los 3 actores fortalecerá la eficiencia y celeridad de la gestión, que redundará en la satisfacción de la “cuarta pata” que sería el Asegurado, y con ello a un mejor resultado para los intereses de todas las partes.

Es por ello que la interacción entre el liquidador matriculado y el PAS resulta clave en pos del objetivo final en el ajuste de cualquier siniestro, especialmente en los casos en que el reclamo no cuente con amparo total sino parcial, y más aún en aquellos en que corresponda su declinación, cuya falta de cobertura debe respaldarse en argumentos técnicamente idóneos y contractualmente sólidos.



ARQ. ALBERTO DURÁN, PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN ARGENTINA DE LIQUIDADORES Y PERITOS DE SEGUROS

Lo cierto es que hemos logrado una magnífica repercusión, con una participación de nuestra gente y una performance más positiva de la que habíamos imaginado.

Por otro lado, luego de la nueva versión que pusimos en práctica en 2019, durante el 2020 comprobamos con satisfacción que siguió creciendo el uso del Sistema FENIX que nuestra Asociación aporta para la lucha contra el fraude, devenido en

una problemática cada vez más recurrente y que afecta a todos los participantes del mercado.

Todo lo dicho nos impulsa a continuar trabajando por el desarrollo de la profesión del liquidador como participe protagónico dentro de la actividad aseguradora, asumiendo el rol de “cara visible” de nuestros mandantes, siendo la figura que se hace presente cuando las promesas hechas al momento de contratar una póliza deben materializarse; y esto al margen de que determinadas condiciones, como la falta

de una adecuada actualización de honorarios, o la intervención de liquidadores no matriculados, atentan contra la calidad y eficiencia en el servicio de liquidación de siniestros, lo cual termina lesionando la imagen de los PAS y las Aseguradoras.

Es necesario entonces seguir propiciando la generación de mecanismos, herramientas y sistemas que permitan la atracción de talento hacia la profesión del Liquidador de Siniestros, convencidos de que ello redundará en una mejora para todo el mercado y sin lo cual en los próximos años el

servicio se vería perjudicado.

En definitiva, si bien la pandemia ha puesto a prueba nuestra capacidad de respuesta, podemos afirmar que no solo hemos podido mantener la atención normal de todos los siniestros sin demoras, sino que ha sido un año de aprendizaje, de adopción de nuevas tecnologías y de marcado desarrollo en las relaciones institucionales con los demás actores del mercado, todo lo cual nos facultará a seguir mejorando en años futuros.

NUESTRO ÚLTIMO VIAJE EN FOTOS



Rosana Monzón,
RUS Corrientes



Organización Hereter & Luco, Posadas

NO SOLO DE SUEÑOS VIVE EL HOMBRE



Los sueños son esos mundos sin límites, abiertos a la imaginación y dónde todo es posible. En un sueño podemos volar, podemos solucionar los problemas del

Si te propusiera a vos, que estas leyendo, recordar algo que hoy es realidad pero que empezó en un sueño ¿Cuál sería? ¿Cómo

junto a Fernando Tornato con un sueño que querían concretar. Era el sueño de viajar por el país estando mano a mano con profesionales de los 4 puntos cardinales de nuestra querida Argentina. Hoy, pasados X años, y habiendo superado quién sabe cuantos obstáculos, lo siguen haciendo. Transformar un sueño en realidad requiere también voluntad, resiliencia, decisión, disciplina y visión.

Te invito a que, como Productor Asesor de Seguros, no dejes de soñar. Pero fundamentalmente a que selecciones al menos uno de ellos y lo bajes a la realidad, ya sea para mejorar tu desempeño profesional o tu vida personal. El grado de satisfacción de haberlo intentado, aunque no salga como lo soñaste, será inmensamente superior a seguir pensando “Y si lo hubiera hecho?”

Un saludo para cada uno en el rincón de nuestra querida Argentina en la que estás!

Nicolás de Olazábal
Director
Selling Point
Av Las Heras 3828 8°B
(1425) CABA
+54 9 11 4404 0290
(Te invitamos a conocer nuestros Programas de Desarrollo Profesional en Seguros en www.sellingpointla.com)



mundo , podemos ser inmortales y realizar nuestros mas increíbles proyectos. Cuando despertamos de uno de esos lindos sueños nos sentimos con ganas de vivir la vida en plenitud, de aprovechar cada minuto de la mejor manera.

Sin embargo, como dice el título, no solo de sueños vive el hombre. Porque para que se vuelvan realidad, deben ir acompañados de ideas, de planificación, de objeti-

empezó? ¿Qué decisiones y acciones hicieron que ese sueño poco a poco se fuera materializando? Se fuera haciendo realidad.

Escribiendo esta nota me vino a la memoria un encuentro que tuve con Marcelo Deve, amigo y director de Tiempo de Seguros. Desayunando en la confitería Clark's que estaba en la calle Sarmiento y Florida, me comentó al pasar que estaban



vos, de plazos y de mucho compromiso y templanza para superar los obstáculos que invariablemente aparecen. Obstáculos propios de cada persona y externos. Aquellos que no podemos manejar pero que impactan directa o indirectamente.



SERVICIOS DE ALTA CALIDAD PARA SER COMERCIALIZADOS POR LOS P.A.S.



Te damos una mano

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.

Entrevista a Pablo Sotelo, Gerente Comercial

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, médico, 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. En ella principalmente se explican las asistencias, se administra la cartera y se conoce la comisión del PAS por la promoción de los productos. Además el Productor puede solicitar la creación de productos adaptados a su cartera de asegurados. En este caso, se diseñan 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 a 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 ofrecemos a través de nuestra web.

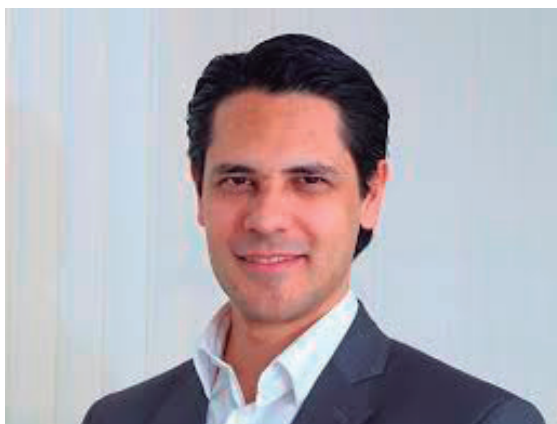
TDS: ¿CUÁL ES EL BENEFICIO DE CONTRATAR IKÉ ASISTENCIA PARA LA FLOTA ASEGURADA?

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.



PABLO SOTELO, GERENTE COMERCIAL DE IKÉ ASISTENCIA ARGENTINA S.A.

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.

NUESTRO ÚLTIMO VIAJE EN FOTOS





CORAJE ES CREAR *TU PROPIO FUTURO*

En Allianz brindamos confianza y tranquilidad a nuestros clientes, sustentados en sólidos indicadores financieros que afirman nuestra solvencia.

Un grupo asegurador comprometido con la innovación, y el desarrollo de soluciones para hacer frente a los desafíos del futuro.

Un equipo enfocado a la eficiencia y la calidad, para brindar siempre el mejor servicio a nuestros asegurados y productores.

Consultá a nuestro equipo comercial para más información.



Allianz 



SEGUIMOS EVOLUCIONANDO

Junto a nuestros Productores Asesores de Seguros

ECOMOVILIDAD

RESPONSABILIDAD CIVIL AMPLIADA

AMPLIACIÓN DEL MERCADO



FEDERACION PATRONAL
SEGUROS S.A.



www.fedpat.com.ar

**Seguimos desarrollando nuevos
beneficios** para vos y tus asegurados.