



Asegurando

PRESENTE & FUTURO

Revista Bimestral · N° 56

DICIEMBRE 2018



PLURALIDAD DE VOCES EN PARANÁ

SE LLEVÓ A CABO EL CONGRESO NACIONAL DE PRODUCTORES ASESORES DE SEGUROS, EN LA CIUDAD DE PARANÁ, PROVINCIA DE ENTRE RÍOS.



CON GRAN ÉXITO SE LLEVÓ
A CABO ENSEGUROS 2018



LUIS DONDA
PRESENTAMOS AL NUEVO
SECRETARIO DE LA FEDERACIÓN

Cuando crecés, te ves distinto.

Para potenciar nuestro crecimiento en Latinoamérica, abrimos una etapa en la comunicación y lo hacemos renovando nuestra identidad corporativa.

Seguimos construyendo confiabilidad y solvencia, para llevar adelante nuestra visión: mirar al futuro. Es nuestra forma de reafirmar el compromiso con los valores que nos identifican desde hace más de cien años.

 Berkley Argentina Seguros
| a Berkley Company

 Berkley Argentina ART
| a Berkley Company

 Berkley Argentina Re
| a Berkley Company

 Berkley Colombia Seguros
| a Berkley Company

 Berkley Brasil Seguros
| a Berkley Company

 Berkley Uruguay Seguros
| a Berkley Company

 Berkley México Seguros
| a Berkley Company

 Berkley México Fianzas
| a Berkley Company

 Berkley International Puerto Rico
| a Berkley Company

 Berkley Latam & Caribbean
| a Berkley Company



La voz de los Productores Asesores de Seguros



CNPAS 2018

EnSeguRos 2018

Luis Donda

Dr. Fernando
Mc LoughlinLic. Luis
MadeDr. Eduardo
Toribio

Con el espíritu federal que caracteriza a FAPASA, la provincia de Entre Ríos fue la sede del Congreso Nacional de Productores Asesores de Seguros (CNPAS2018) realizado los días 29 y 30 de Noviembre. Con una asistencia multitudinaria, casi 1.300 colegas de todo el país se dieron cita en Paraná para comprobar la impecable organización lograda por APAS Entre Ríos y la Federación. De esta manera se demostró, una vez más, la representatividad y capacidad de movilización del movimiento de productores asesores de seguros de la Argentina. En esta edición informamos sobre el evento desde la página 6, resaltando las palabras del Presidente de FAPASA, Jorge L. Zottos; del Vicesuperintendente de Seguros de la Nación, Guillermo Plate; y la muy interesante Tribuna Política, con la participación de María Teresa Teves (Presidenta de APAS Santiago del Estero); María Rosa Blanco (Presidenta de APAS Cuyo); Mario Quintana (Presidente de APASER); y Agustina Decarre (Tesorera de FAPASA). Los PAS reunidos en este congreso redactaron la Carta de Paraná, que fija los lineamientos políticos para los próximos dos años de la vida institucional de FAPASA. Reproducimos este documento cuya lectura recomendamos. También damos cuenta de la exitosa realización de EnSeguRos 2018, que tuvo lugar el 9 de Noviembre.

Más adelante, se destacan los avances en la capacitación llevada a cabo durante 2018. En este sentido,

se remarca que se ha logrado el pleno cumplimiento de la Resolución SSN 38.052, incluyendo el hecho de que por primera vez los agentes institorios cumplieron con la capacitación obligatoria que establece la normativa.

Asimismo, se informa sobre las reuniones del Consejo Federal, la relación de FAPASA con los colegas uruguayos, la renovación de autoridades en seis asociaciones primarias, y toda la actividad de las APAS.

En nuestra habitual sección 'Perfiles' presentamos al nuevo Secretario de la Federación: Luis Donda.

Después, el Dr. Fernando Mc Loughlin analiza las razones del continuo protagonismo del PAS en el mercado.

El Lic. Luis Made, por su parte, nos invita a reflexionar sobre las nuevas coberturas que "surgen como respuesta a nuevas demandas de una sociedad que cambia, que modifica su cultura, que altera sus hábitos", como es el caso de los seguros para mascotas.

Cerrando la edición el asesor de FAPASA y especialista en Derecho de Seguros, el Dr. Eduardo Toribio, analiza fallos de la provincia de Córdoba que marcan deficiencias en la información al asegurado, y otro sobre la gestión de cobranza.



CONSEJO DIRECTIVO DE FAPASA

Presidente Sr. Jorge L. Zottos

Vicepresidente Sr. Hugo Chinellato

Secretario Sr. Eugenio Luis Donda

Prosecretario Sr. Santiago Ripoll

Tesorera Sra. Agustina Decarre

Protesorero Sr. Néstor Fabián Álvarez

Vocal Titular 1° Sr. Néstor H. Cassiet

Vocal Titular 2° Sr. Horacio Zacarías

Vocal Titular 3° Sr. Daniel Assale

Vocal Titular 4° Sra. Martha Noemí Tapia

Vocal Titular 5° Sra. Ana María Lazopulos de Quintana

Vocal Titular 6° Sra. Alejandra Frías

Vocal Suplente 1° Sr. Luis Marini

Vocal Suplente 2° Sr. Carlos Torrisi

Vocal Suplente 3° Sra. Laura Eguren

Vocal Suplente 4° Sr. Horacio Miguel Moreno

JUNTA FISCALIZADORA

Titular 1° Sra. Norma Masague

Titular 2° Sr. Maximiliano Stockar

Titular 3° Sr. Horacio Lavaisse

Suplente 1° Sra. Mariela Echeverría

Suplente 2° Sra. Agustín De La Uz

FAPASA: Chacabuco 77 Piso 3° y 4°
Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina
Área Comunicacional Tel. 011 4343 0003
fapasa@fapasa.org.ar
www.fapasa.org.ar

STAFF

Director

Jorge L. Zottos

Editor

Hugo Chinellato

Coordinación

Consejo Ejecutivo de FAPASA

Redacción

Lic. Anibal Cejas

Asistente

Eugenio Luis Donda

Colaboradores

Lic. Luis Made

Dr. Fernando Mc Loughlin

Dr. Eduardo Toribio

Diseño

Santiago Arce

www.santiagoarce.com

Administración

Graciela Palermo

Publicidad

Alicia Lorenzo

Jorgelina Fernández Calderón

SUMARIO



6

PLURALIDAD DE VOCES
EN PARANÁ
CNPAS 2018

DOCUMENTO DE FAPASA
CARTA DE PARANÁ

16



18

CON GRAN ÉXITO SE LLEVÓ
A CABO ENSEGUROS 2018

NOTICIAS
INSTITUCIONALES

20



24

NOTICIAS
FEDERALES

PERFILES:
LUIS DONDA

30

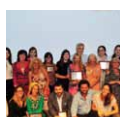
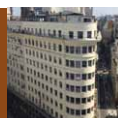


34

EL PAS COMO "PROTAGONISTA"
EN EL MERCADO ASEGURADOR
Dr. Fernando McLoughlin

SOBRE LA NUEVA NORMATIVA
DE GOBIERNO CORPORATIVO

40



42

NOTICIAS
DEL SECTOR

CUIDADO CON EL PERRO
Lic. Luis Made

47



48

JURISPRUDENCIA
Dr. Eduardo Toribio

PLURALIDAD DE VOCES EN PARANÁ

LOS DÍAS 29 Y 30 DE NOVIEMBRE SE LLEVÓ A CABO EL CONGRESO NACIONAL DE PRODUCTORES ASESORES DE SEGUROS, EN LA CIUDAD DE PARANÁ, PROVINCIA DE ENTRE RÍOS. HUBO INTENSOS DEBATES SOBRE TODOS LOS TEMAS DE INTERÉS PARA EL PRODUCTOR ASESOR DE SEGUROS. LOS COLEGAS TUVIERON LA OPORTUNIDAD DE PREGUNTAR DIRECTAMENTE A LOS DIRIGENTES Y FUNCIONARIOS DE LA SSN SOBRE DISTINTOS ASPECTOS DE LA REALIDAD PROFESIONAL.

Organizado por FAPASA y por APAS Entre Ríos, el CNPAS2018 reunió a más de 1.300 colegas de todo el país, junto a dirigentes de las APAS, funcionarios de la Superintendencia de Seguros de la Nación, ejecutivos de las aseguradoras y especialistas del sector.

Por la SSN estuvieron presentes el Vicesuperintendente Guillermo Plate, la Gerente de Estudios y Estadísticas Jimena Aguilera, y Gerente de Autorizaciones y Registro Juan Manuel Iglesias.

El evento fue el ámbito para que los colegas allí reunidos elaboraran la CARTA DE PARANÁ, que reproducimos aparte. El documento fue redactado por un grupo de nueve especialis-

tas, asesores de la Federación y dirigentes: el Dr. Fernando Mc Loughlin, el Lic. Miguel Baelo, los presidentes de las asociaciones Daniel Layus (APAS Córdoba), Luis Tais (APAS Salta), Carlos Yebra (APAS Catamarca), 'Tito' Spessot (APAS Corrientes), y representando al Consejo Directivo de FAPASA, Hugo Chinellato (Vicepresidente), Luis Donda (Secretario) y Fabián Álvarez (Protesorero).

Dos días de intenso debate

La primera jornada comenzó con un show musical, y continuó con disertaciones y conferencias sobre la consolidación del negocio de los PAS (a cargo de Fernando

Mc Loughlin), la relación comercial con los millenials (Daniela Mora Simoes), y el manejo de las relaciones entre familiares cuando trabajan en la misma empresa, algo que ocurre con frecuencia entre los PAS (José María y Martín Quirós).

Luego, en la apertura formal del Congreso, Jorge L. Zottos, Presidente de FAPASA, hizo uso de la palabra recordando las acciones de la Federación para que las autoridades comprendieran la necesidad de formalizar y regular la actividad de los agentes instituidos (AI).

En este sentido, resaltó que ahora los AI están cumpliendo con la capacitación obligatoria y



que regularizarlos sirvió para que los funcionarios constaten que el 90% de las denuncias que los asegurados que formalizan ante la SSN tienen que ver con la actuación de los AI.

En este marco, Zottos destacó que los PAS tienen la oportunidad de diferenciarse de los canales no profesionales incrementando su capacitación.

Inició su disertación agradeciendo a la Sra. Silvia Bechir, al Sr. Mario Quintana (Presidente de APASER) y a toda la Comisión directiva de APAS Entre Ríos por la excelente organización del CNPAS2018.

“Este evento bianual que se reanició en Córdoba en 2016 (luego

de una larga pausa) es muy importante para marcar el rumbo de la gestión de FAPASA para los próximos dos años”, definió. Y enfatizó: “Los dirigentes recorremos el país, escuchamos a los PAS, a los Aspirantes, a las comisiones de jóvenes de las APAS, y también receptamos las inquietudes de los PAS en las redes sociales”.

Sobre los AI, dijo: “Los agentes institorios no van a desaparecer (porque son mandatarios, tal como se contempla en el Código Civil y Comercial). Son actores con los cuales tendremos que convivir.

Pero nosotros tenemos que destacar nuestro valor agregado para que el cliente asegurado perciba la

enorme diferencia que existe entre contratar un seguro con el PAS o con un AI. En una de mis primeras gestiones al frente de FAPASA fuimos a la SSN a plantear la competencia desleal que representaban los agentes institorios. Nos encontramos con más de 3.000 carpetas de agentes institorios operando.

Como primera medida hicimos gestiones, que se concretaron con la sanción de la Resolución 38.052, en 2013, para eliminar la autorización a operar a los agentes institorios personas físicas. ¿Por qué? Porque habíamos detectado que muchos PAS inhabilitados seguían operando bajo la modalidad de agentes institorios.

Luego, fuimos por la regulación

de los agentes institorios personas jurídicas. Pero allí nos encontramos con un obstáculo. El Banco de la Provincia de Buenos Aires y el Banco de la Nación Argentina, los dos más grandes agentes institorios del país, forzaron prórrogas semestrales a la aplicación de la Res. 38.052.-, por lo cual la norma estaba escrita pero no se cumplía.

Tuvimos que esperar hasta la gestión del Dr. Juan Pazo, quien entendió las injusticias que padecíamos los PAS a manos de los AI, para que la norma entrara en plena vigencia.

Hoy la cantidad de agentes institorios se redujo a 279 (antes eran 3.000). Y hasta el 30 de octubre, 202 AI cumplieron con la capacitación obligatoria que marca la normativa. Así, 5.369 personas responsables de atención al asegurado fueron capacitadas mediante este programa”.

En otro momento de su discurso, Zottos alertó a sus colegas sobre un nuevo fenómeno que se da en Argentina en relación a los AI: “Colegas, tengan en cuenta que en la Argentina algunos ex agentes institorios se han inscripto en la SSN como sociedades de PAS. Y desde FAPASA, y las 22 asociaciones que la conforman, queremos ‘separar la paja del trigo’.

No queremos a los agentes institorios enquistados en nuestra pro-

fesión. ¿Por qué? Porque el 95% de las denuncias de los asegurados por irregularidades en la contratación de su seguro se originan en el accionar de los agentes institorios. El 5% restante obedece a problemas con los canales directos de las compañías o con PAS.

Si el organismo de control ve que la documentación y los presentados por los agentes institorios cumplen con la normativa, no pueden negarles la autorización a operar como sociedades de PAS.

Entonces, somos nosotros los que tenemos que marcar la diferencia con nuestro asesoramiento y nuestro valor agregado. Y ello se logra con capacitación y mejorando la tecnología del PAS”.

Más adelante, el Presidente de FAPASA marcó: “Si bien la tecnología en la comercialización de seguros está avanzando, el PAS tiene una gran oportunidad. Porque el asesoramiento sigue siendo una pieza fundamental del proceso de ventas.

Todas las coberturas, aun el seguro automotor, tienen una alta complejidad. Hay que analizar si cubre granizo, cuáles son las exclusiones, los montos de las franquicias, entre muchos otros aspectos.

Todo esto no se puede resolver solo en Internet. El asesoramiento sigue siendo importante. Solo el

PAS es capaz de fidelizar una cartera. En épocas de crisis, la gente mira con detalle cuanto paga por sus seguros. Y es el PAS el único capaz de retener a sus clientes.

Mucho se habla de que los jóvenes solo compran por Internet, pero cuando tienen un problema con una empresa, directamente cambian de compañía. No dan chance a una nueva oportunidad. Y aquí, otra vez, solo el PAS, mediante un correcto asesoramiento, puede retener al cliente”.

También, hizo referencia a la venta ilegal de seguros que se ha constatado en distintos puntos del país. E insistió en que los colegas deben hacer llegar sus denuncias a las APAS de su región para que estas la eleven a la SSN.

“La venta ilegal es un problema que no se da en las grandes ciudades, pero en muchos otros lugares, como en el norte argentino y en localidades con pocos habitantes, hay mucha venta ilegal –alertó Zottos-.

Hemos detectado más de 461 puntos de venta ilegal en todo el país, donde calculamos que se manejan ventas ilegales por valor de \$ 120 millones mensuales y se estafa a alrededor de 100 personas por día.

Las constancias escritas de pseudo-cobertura de seguro automotor no responden a la normativa pero las

autoridades de control de tránsito las toman como válidas por desconocimiento.

Y las personas no se dan cuenta que han sido estafadas hasta que tienen un siniestro. Por ello, pueden llegar a pagar durante años a estas organizaciones delictivas. Estamos trabajando para denunciar

la venta ilegal. Y también entendemos que esto cambiará cuando la conciencia aseguradora de la gente avance”.

Entre otros conceptos destacados, el dirigente sostuvo que “afortunadamente, AAPAS y FAPASA lograron un entendimiento por el que se dejaron de lado años de

divergencias personales, que no tenían razón de ser dado que ambas entidades defendían y defienden los mismos valores y principios”.

Y resaltó que los PAS jóvenes tienen un espíritu colaborativo mucho más presente que el de generaciones anteriores: “Trabajan sin egoísmos y saben que el colega no



*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. Por eso, siempre podés contar con un Productor Equitativo cerca.

La Equitativa. Nosotros, nuestros productores y vos.



Superintendencia de Seguros de la Nación.
Para consultas y reclamos 0800-666-8400.
www.ssn.gob.ar. Número de Inscripción SSN: 044



LAEQUITATIVA.COM.AR SEGUROS@LAEQUITATIVA.COM.AR
Carlos Pellegrini 1069 - C1009ABU - CABA - (+54 11) 5070 3000



es un enemigo, que el enemigo es (por ejemplo) la venta ilegal de seguros y todas las otras injusticias que sufre el PAS; y que todos juntos tenemos que trabajar para incrementar la conciencia aseguradora”.

En otro momento de su exposición, anticipó que FAPASA está trabajando en el desarrollo de una aplicación para celulares para los productores asesores y que la Federación lanzará una campaña para crear conciencia aseguradora en la población haciendo foco en la labor del PAS.

Tribuna política

A continuación, se desarrolló la denominada Tribuna Política,

un ámbito abierto al debate y a las preguntas de los colegas reunidos en el auditorio. Además del Presidente de FAPASA, Jorge L. Zottos, estuvieron sentados en el escenario los dirigentes: María Teresa Teves (Presidenta de APAS Santiago del Estero); María Rosa Blanco (Presidenta de APAS Cuyo); Mario Quintana (Presidente de APASER); Agustina Decarre (Tesorera de FAPASA).

Todos respondieron a las consultas de los productores asesores de seguros allí reunidos. Y cada una de las mujeres presentes en el escenario desarrolló un tema en particular.

María Teresa Teves, Presidenta de APAS Santiago del Estero, habló

sobre la venta ilegal de seguros y los caminos para denunciar este flagelo.

María Rosa Blanco, Presidenta de APAS Cuyo, analizó la inserción de la mujer y de los jóvenes en el movimiento de productores asesores de seguros.

Y Agustina Decarre, Tesorera de FAPASA, analizó la categorización del PAS frente al Impuesto sobre los Ingresos Brutos. Sobre este último tema, Decarre puntualizó: “Estamos trabajando sobre la modificación de la carga impositiva de Ingresos Brutos (IIBB) para los PAS.

Esto depende de cada provincia, porque es un tributo provincial.

En la provincia de Buenos Aires la tasa de Ingresos Brutos es bastante elevada. Allí, los PAS somos gravados en el momento de emisión, la aseguradora actúa como un agente de retención. Incluso existe una duplicidad de carga impositiva.

Esto se origina en que los PAS somos considerados intermediarios en la ley de seguros. Nosotros facturamos comisiones, si bien entendemos que el nuestro es un trabajo profesional. El objetivo es ser considerados como profesionales y no como intermediarios, para que se nos aplique una tasa distinta de IIBB.

Nosotros no obtenemos un beneficio por la diferencia entre la compra y la venta sino que brindamos un servicio con un valor agregado. Nuestra retribución es un honorario.

Y este debate no depende de la creación de un Colegio Profesional. No necesitamos estar colegiados para que las provincias nos tipifiquen como profesionales. Este debate debemos sostenerlo con cada fisco provincial. En la provincia de Buenos Aires, llegamos a imponer del tema al Director Ejecutivo de ARBA y en la Cámara de Diputados de la provincia este tema se está tratando en la Comisión de Presupuesto”.

María Rosa Blanco se focalizó en el trabajo en equipo y su experien-

cia en APAS Cuyo: “El trabajo en equipo es fundamental. Y en ellos hay que buscar los talentos que cada persona posee. No todos pueden ocupar y desempeñar todos los puestos.

Hay que encontrar el talento que todos tenemos para una tarea específica. Todos podemos aportar algo: las mujeres, los jóvenes, los hombres.

Durante mi primer mandato como Presidenta de APAS Cuyo se creó la Comisión de Jóvenes, que trabaja muy bien, con el liderazgo de Daniel Di María. Y luego fue el turno de crear la Comisión de Mujeres.

El proceso de creación de esta última fue el siguiente: comenzó con una capacitación específica para mujeres, después festejamos el Día de la Mujer y luego hicimos una nueva capacitación. Recién entonces se creó formalmente la comisión.

Los equipos tienen que tener compromiso, responsabilidad, ganas de brindar su tiempo de manera gratuita y solidaria. Si no se tienen estas condiciones es muy difícil. Para ser dirigente hay que tener vocación de servicio y ser solidario. Y presentar sus ideas de manera clara dentro del marco de su Asociación, no afuera, en el café.

También es importante escuchar

a todos y abrir la Asociación a los distintos puntos de vista. La Asociación no es una propiedad de sus dirigentes, que estamos de paso, sino de los productores asesores de seguros. Para participar no alcanza con tener una buena idea. Hay que generar proyectos. Cuando tenemos una buena idea hay que volcarla en un papel, fundamentarla, y analizar los recursos (económicos y humanos) necesarios para llevarla a cabo”.

María Teresa Teves, por su parte, se refirió a la venta ilegal de seguros: “En Santiago del Estero hay mucha venta ilegal de pseudo seguros. Por supuesto que no se trata de venta de seguros, en realidad se trata de venta de papeles que no tienen ningún tipo de respaldo legal.

Desde APAS Santiago del Estero hemos hecho llegar a la SSN, a través de FAPASA, varias denuncias bien fundamentadas con comprobantes que demuestran las maniobras ilegales.

Las acciones que tomó la SSN atendiendo esas denuncias logró motivar a otros colegas de la zona a realizar más denuncias, porque habían visto que las mismas eran útiles”.

Otra dificultad para combatir la venta ilegal consiste en que, por desconocimiento, las autoridades de tránsito municipales admiten

la circulación de vehículos y motos con los comprobantes ilegales de seguros. Al respecto, Teves señaló: “Desde la APAS estamos haciendo docencia visitando a intendentes y autoridades de tránsito de la provincia para informar acerca de cuáles son las pólizas de seguros válidas para que las distinguan de las ilegales”.

La palabra del Vicesuperintendente

Más adelante, el Vicesuperintendente de Seguros de la Nación, Guillermo Plate, acompañado por el Gerente de Productores, Juan Manuel Iglesias, y por la Gerente de Estudios y Estadísticas, Jimena Aguilera, expuso sobre las políticas que lleva adelante el organismo de control.

En este sentido, marcó que se están implementando cambios normativos y tecnológicos para lograr en un futuro cercano una supervisión basada en riesgo, a tono con las prácticas llevadas adelante en la mayor parte del mundo.

Y que “los reguladores velamos por la solvencia de las compañías para la protección de los asegurados”.

Plate reiteró que los tres ejes de la gestión de las actuales autoridades de la SSN son “la reinserción internacional, la modernización y crecimiento del mercado”.

En cuanto al primer punto, precisó: “Estábamos muy lejos de las mejores prácticas de supervisión y, sobre todo, muy lejos del enfoque basado en riesgo, enfoque que se pone en práctica en la mayoría de los mercados.

Hay pocos países que siguen adoptando un esquema que podríamos llamar de ‘Solvencia I’ como el de la Argentina. Este es un esquema de los años 60.

Hoy miramos los balances que nos llegan un mes y medio después de cerrados. Ahora estamos en camino a una supervisión que se anticipe a los riesgos futuros de las compañías”.

Sobre la modernización del sistema, afirmó: “Hemos implementado el expediente electrónico para desburocratizar, ‘despapelizar’ y transparentar la gestión. Un ejemplo es la póliza digital. Cuando asumimos, los balances de las Compañías se recibían en papel, en formato físico.

Del mismo modo, se generaba un expediente en papel con cada denuncia o por cualquier otro motivo. Los procesos eran obsoletos y la gestión no contemplaba ningún tipo de avance tecnológico.

Nosotros comenzamos a generar expedientes electrónicos y trámites a distancia. Ahora, evitando el uso de papel y los desplazamientos,

la Superintendencia de Seguros de la Nación recibe los balances, la actualización societaria de las compañías, todo en formato digital.

Por otra parte, ahora se puede exhibir la constancia de la contratación de seguros en formato digital. Hoy tenemos cerca de 13 millones de movimientos mensuales en el sistema de la SSN. 9 millones son pólizas y 4 millones son endosos.

Hemos actualizado los procesos y los procedimientos. Y seguimos trabajando en ello.

Toda esta información, y mucha más, nos permite hacer supervisión incluso desde la Superintendencia de Seguros de la Nación, sin tener que desplazarnos físicamente hacia las Compañías. Todo esto optimiza nuestra supervisión.

La póliza digital ha generado un ahorro en las Compañías y ello ha posibilitado sumar a varias entidades al Seguro Verde para plantar árboles y mitigar gases emitidos por el parque automotor.

Y ustedes, los productores asesores de seguros, tienen un rol muy importante en la difusión del Seguro Verde, para que el asegurado sepa que una parte del dinero que paga por su cobertura se destina a promover un medio ambiente más sano y a generar conciencia aseguradora.

#1
VOS



LO PRIMERO SOS VOS

Hemos implementado un sistema más ágil para recibir denuncias, que también sirve para receptor las denuncias de venta ilegal de seguros que tanto preocupa al sector. Y creemos que implementar un nuevo enfoque de supervisión y las nuevas herramientas tecnológicas que mencioné contribuyen al crecimiento del mercado”.

En este sentido, Plate enumeró una serie de medidas que, desde la visión del organismo de control, favorecen y crean las condiciones para el crecimiento del mercado de seguros: “Hemos ampliado la apertura del reaseguro, y fuimos uno de los impulsores de la regulación sobre financiamiento productivo para potenciar el crédito que permita el desarrollo del seguro hipotecario y su securitización.

Regulamos y promovemos el desarrollo del microseguro y del ciberseguro.

Establecimos un nuevo régimen de inversiones para que las aseguradoras puedan invertir en la economía real, como el caso del FONDEP, infraestructura, PPP, desarrollos inmobiliarios y securitización de hipotecas.

Establecimos un nuevo régimen de reservas para las ARTs en base a la gestión de sus juicios.

Seguimos trabajando con la SRT para que las jurisdicciones que no

“DEFENDER AL ASEGURADO TAMBIÉN IMPLICA LLEVAR ADELANTE POLÍTICAS PARA QUE LA ADMINISTRACIÓN DE LAS COMPAÑÍAS SEA ALTAMENTE PROFESIONAL”.

lo han hecho aún adhieran a la reforma de la ley de Riesgos del Trabajo.

Regulamos el seguro de vida colectivo obligatorio, el seguro de caución obligatorio que estableció el nuevo Código Civil y Comercial (que no había sido regulado hasta ahora) brindando tranquilidad a los adquirentes de propiedad horizontal.

Asimismo, regulamos los seguros de caución aduaneros, para otorgar más agilidad a estos trámites.

Logramos que la posibilidad de establecer incentivos fiscales para los seguros de Vida y Retiro esté en cabeza del Poder Ejecutivo. Estos incentivos están fijos desde hace más de 20 años.

En dos años de gestión hemos avanzados bastante. Somos optimistas en que los incentivos se actualizarán pero todavía no sabemos cuándo.

Estamos trabajando en un nuevo seguro automotor, en conjunto con el sector privado. Y hemos actualizado los capitales mínimos para las aseguradoras.

Y mediante una norma de Gobierno Corporativo queremos dar mayor transparencia a la administración de las aseguradoras.

Esta norma solicitará que las entidades designen un director independiente de los accionistas, que los directores sean idóneos, sea gente capacitada, que se autoevalúen, que los directores se sometan personalmente a la sanción del art. 59 en cuanto a la ejecución y cumplimiento de normas sobre reaseguros, inversiones, capitales, reservas, suscripción, liquidación de siniestros. Esto es más control y más transparencia.

Defender al asegurado también implica llevar adelante políticas para que la administración de las compañías sea altamente profesional”.

Después, los PAS tuvieron la oportunidad de preguntar directamente a los tres funcionarios de la Superintendencia de Seguros de la Nación presentes en el escenario sobre distintos temas relacionados con el desarrollo de la profesión y del mercado.

Luego de un intenso debate, la segunda jornada culminó con la elaboración y lectura pública de la CARTA DE PARANÁ, el documento que fija los lineamientos estratégicos para la actuación del movimiento de productores asesores de seguros. ■



Seguros de Salud



Seguros de Accidentes Personales



Seguros de Sepelio



Seguros de Vida



NUEVO MICROSEGUROS | SALUD



RESPALDO Y PROTECCIÓN. **SIEMPRE!**

0810 345 0049
www.previncaseguros.com.ar



Nº de inscripción en SSN
0409

Atención al asegurado
0800-666-8400

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





CONGRESO DE PRODUCTORES ASESORES DE SEGUROS 2018 PARANÁ 29 Y 30 DE NOVIEMBRE 2018

CARTA DE PARANÁ

El Congreso de Productores Asesores de Seguros organizado por la Federación de Asociaciones de Productores Asesores de Seguros llevado a cabo en la ciudad de Paraná los días 29 Y 30 DE NOVIEMBRE 2018 continuando, y reafirmando, los principios y valores que fueron plasmado en la CARTA DE CÓRDOBA a instancia del Congreso de Productores Asesores de Seguros de octubre de 2016. En este congreso se reafirma la vocación de los PAS de continuar liderando el desarrollo de la cultura aseguradora en el país, fundada en el bien social de una mayor difusión del seguro basándose en los siguientes principios:

1. El Congreso ha profundizado en los objetivos buscados en CÓRDOBA, de proteger la actividad del PAS manteniendo su vocación de resguardar el interés de los asegurados de un asesoramiento independiente brindado por un PAS profesional que se mantiene actualizado mediante capacitación permanente y obligatoria diferenciándose así de otros canales de comercialización que no ofrecen dicho asesoramiento.
2. Se ha hecho especial foco sobre los cambios de hábitos de compra en internet de los asegurables, mayormente jóvenes, preservando la lealtad comercial con el canal PAS no ofreciendo beneficios económicos por renunciar al asesoramiento del PAS. El solo acceso a internet de la información no garantiza que los asegurados sabrán interpretarla. La tentación de una improbable “reducción de costos” pondría en riesgo el desarrollo de la cultura aseguradora en el país si el resultado es el aumento los reclamos en protección al consumidor.
3. No habrá garantía de trato equitativo y justo con los asegurados sin un activo control por parte de los organismos de supervisión de la identidad, idoneidad y legalidad de aquellos que comercialicen seguros por internet y el indeclinable compromiso de las aseguradoras de no autorizar que su marca y productos sean ofrecidos por internet si dichos ofertantes no están autorizados por el organismo de control y cumplen, respecto de los asegurados, idénticas obligaciones a las asumidas por los PAS a través de su ley de actuación profesional.
4. Se ha considerado que las comisiones deben ser pactadas libremente. Todo tope a la retribución del PAS, previsto por cualquier elemento regulatorio, resulta contrario al espíritu de libertad que siempre a primado entre las aseguradoras y el PAS.
5. Todos los países que tienen un desarrollo en sus seguros de vida aplican beneficios impositivos importantes. Se ha manifestado en este Congreso la necesidad de continuar impulsando medidas para aumentar la cantidad de personas que accedan a estos seguros.
6. La errónea categorización de la actividad del PAS lo afecta tributariamente. Se continuarán las acciones para lograr el reconocimiento de la profesionalidad de la actividad del PAS y su adecuación tributaria en la aplicación de impuestos nacionales, provinciales y municipales.

7. La lucha contra la comercialización ilegal es un compromiso irrenunciable asumido en este Congreso. FAPASA profundizará las acciones conjuntas con las APAS e impulsará un mayor accionar de los organismos de control, cámaras de aseguradoras y de la justicia.

8. Se desarrollarán programas que ayuden a al crecimiento del negocio del PAS como empresas lográndose de esta manera dar las condiciones para que el negocio del PAS cuente con todas las garantías necesarias de continuidad en el tiempo. Especial atención se tendrá impulsar la organización de las empresas familiares a través de formatos societarios modernos de modo que la continuidad de estas empresas favorezca a la consolidación de la relación con los asegurados.

9. Se promoverá las condiciones necesarias para el desarrollo de las distintas comisiones en las APAS. Se buscará el protagonismo y participación de todo grupo con problemáticas particulares. Especialmente se fomentará la integración de los noveles PAS al mercado mediante programas de inducción.

10. Se continuará con las acciones tendientes a lograr el cumplimiento por parte de los agentes institorios de sus regulaciones específicas promoviendo las buenas prácticas comerciales con los asegurables.

11. Se impulsará, en conjunto con la Superintendencia, la difusión en medios de comunicación de la conciencia aseguradora y el rol del PAS en la comunidad, mediante campañas tendiente al reconocimiento de su importancia en la administración eficiente de los riesgos de sus clientes.

12. Se ha visto la necesidad de evaluar programas tendientes a complementar el actual sistema de jubilación del PAS y lograr alcanzar un sustento digno a la vejez.

13. Se ha reconocido la importancia de ofrecer al organismo de control una visión pluralista de los temas a regular. Se insistirá en la necesidad de permitir a FAPASA participar activamente con sus equipos de trabajo.

14. Se evaluará las necesidades de capacitación de empleados de productores tendiente a desarrollar una oferta por parte de FAPASA de este servicio en función de las necesidades de los PAS.

15. Se ha considerado que se deberá continuar evaluando las ventajas y desventajas de constituir Colegios profesionales para el PAS

16. Se continuará con el desarrollo de tecnologías y procedimientos tendiente a reducir la carga administrativa de los libros de operaciones que facilite el cumplimiento de esta obligación con la ayuda del organismo de control.

En este aspecto, agradeciendo el esfuerzo y compromiso de APASER en su calidad de anfitrión del congreso y los desafíos ya asumidos en la CARTA DE CÓRDOBA, que están integrados en las agendas de acciones para los próximos años, continuaremos apoyando a los organismos de control y a las aseguradoras a través del aporte de ideas y proyectos convencidos de nuestro compromiso como líderes en calidad de servicio al asegurado.

En la Ciudad de Paraná 30 de noviembre de 2018.-

CON GRAN ÉXITO SE LLEVÓ A CABO ENSEGUROS 2018



El viernes 9 de noviembre se llevó a cabo con gran éxito la vigésima primera edición del ya tradicional Congreso **EnSeguRos 2018**. En esta oportunidad se superó nuevamente el record de asistentes conseguido en la edición anterior. Una clara muestra de su interés y capacidad de convocatoria dentro del sector asegurador.

En el acto de apertura el Presidente de FAPASA, Jorge L. Zottos, se dirigió a la nutrida concurrencia enfatizando la tarea de los Pro-

ductores Asesores de Seguros y las instituciones que los representan en cuanto a la generación de Conciencia Aseguradora. También destacó el enorme compromiso de los colegas con la profesión.

Por otra parte, recordó que se han tomado medidas para efectivizar la capacitación de los agentes inscriptorios y dar cumplimiento a la resolución SSN 38.052.-

Asimismo, se refirió a las denuncias que se han formulado sobre

los inescrupulosos que llevan a cabo venta ilegal de seguros en distintos lugares del país, e instó nuevamente a los PAS a acercar a sus respectivas APAS toda la información que puedan obtener sobre este accionar delictivo.

El Presidente de APAS Rosario y Sur de Santa Fe, Giani Percivalle, agradeció a los colegas que se dieron cita en Rosario y enfatizó que el productor asesor de seguros es el canal comercial más profesional en la intermediación de seguros.



**SEGUROS
RIVADAVIA**

**Protegemos aquello
que más te importa**



0810 999 3200
www.seguosrivadavia.com

Seguinos en:  



Descargá nuestra
aplicación.



Disponible para iOS
y Android.

ESTADÍSTICAS DEL ENTE COOPERADOR LEY 22.400



Desde que la SSN delegó en el Ente Cooperador Ley 22.400 la emisión y entrega de credenciales y diplomas a los nuevos productores asesores de seguros que obtuvieron su matrícula profesional, se han extendido 2.817 credenciales y 1.310 diplomas. Es-

tas cifras corresponden al período mayo a octubre del corriente año.

Además, se observa un crecimiento muy importante de la cantidad de rubricas digitales. Durante 2018, la rúbrica digital supera en un 184%

a la rubrica por libros manuales y hojas móviles.

Entre enero y octubre de este año se han hecho 10.366 rúbricas por libros manuales y 29.449 en formato digital.

16.540 PAS REALIZARON EL CURSO E-LEARNING OBLIGATORIO

Hasta finales del mes de Octubre, 16.540 Productores Asesores de Seguros completaron satisfactoriamente el curso de E-Learning obligatorio para 2018 sobre Seguros de Caución: Evolución y Actualidad /

Modernización del Estado: Trámites a Distancia (TAD), en la página del ente Cooperador Ley 22.400.

Para quienes no lo hayan realizado, recordamos que hay tiempo hasta

el 31 de diciembre de 2018, sin costo alguno hasta esa fecha. Asimismo, el curso gratuito no obligatorio sobre 'Unidad de Información Financiera' fue realizado por 7.949 PAS.

202 AGENTES INSTITORIOS CUMPLIERON CON LA CAPACITACIÓN OBLIGATORIA

De acuerdo a lo normado por el art. 22 de la Res. SSN 38.052, la Resolución SSN 463/2018 estableció que los Responsables o Gerentes del Departamento o Gerencia de Seguros y los Responsables de Atención al Cliente Asegurado de los Agen-

tes Institorios (AI) deben realizar el Curso Básico de Formación Técnica en Seguros, bajo la modalidad E-Learning, considerando el 30 de Octubre como fecha límite.

De acuerdo a datos del Ente Coope-

rador Ley 22.400, vencido el plazo, fueron 202 AI los que cumplieron con lo establecido por la SSN, capacitando a 5.493 responsables. Por otro lado, 74 AI y 1.396 representantes no cumplieron con la obligación mencionada.

REUNIÓN DEL CONSEJO FEDERAL DE FAPASA



El miércoles 7 y jueves 8 de noviembre se realizó una nueva reunión del Consejo Federal de FAPASA. Haciendo honor al federalismo que caracteriza a la entidad, esta vez la cita fue en Sunchales, Provincia de Santa Fe. El Grupo Sancor Seguros tuvo la gentileza de ceder las instalaciones de su Casa Central para la ocasión.

En el encuentro, que reúne a los di-

rigentes de todas las APAS del país, se trataron temas como la venta ilegal, las denuncias de las APAS y de FAPASA para que las autoridades pertinentes detengan este accionar delictivo, las políticas que está llevando adelante la Federación y las asociaciones primarias que la conforman para la defensa de la actividad del PAS y la generación de conciencia aseguradora. Además se analizaron algunas

problemáticas regionales de las APAS.

Por otra parte, se trabajó en la diagramación definitiva del CNPAS2018 (ver Cronograma en este mismo boletín) y se organizó la presencia de las APAS en dicho congreso. En este sentido, cabe destacar que las APAS confirmaron su presencia con delegaciones de PAS de cada rincón del país.

Creada por un grupo de Organizadores en 1965, AOSS es la primera y hasta el momento única institución de su tipo en el mercado, con 53 años de trayectoria y de vinculación ininterrumpida con el Grupo Sancor Seguros.

Como entidad que nuclea a los Organizadores del Grupo Asegurador N° 1 de Argentina, AOSS les brinda apoyo y respaldo en su actividad, así como medios de asistencia y beneficios sociales que también incluyen a su núcleo familiar.



www.aoss.com.ar

CONVENIO ENTRE FAPASA Y AOSS



Se firmó un convenio de cooperación entre FAPASA y la Asociación de Organizadores de Sancor Seguros (AOSS). Se trata de un compromiso de colaboración y asistencia mutua en el cual ambas instituciones generarán políticas en defensa de la actividad del productor asesor de seguros y para la generación de conciencia aseguradora; trabajarán en programas para reforzar la imagen del seguro y el rol profesional

del PAS en la sociedad, capacitación y profesionalización para los PAS, y campañas para el enriquecimiento y crecimiento del sector asegurador.

Por AOSS estuvieron presentes su Presidente Horacio Coppetti, el Secretario Luis Lehmann, y el Síndico Luis Raviolo.

Por la Asociación Mutual de Productores Asesores de Sancor Seguros

(AMPASS), asistió su Vicepresidente Marcelo Ghione. Y por FAPASA, Hugo Chinellato, Vicepresidente; Agustina Decarre, Tesorera; Hugo Cassiet, Secretario Interino; y Horacio Zacarías, Prosecretario Interino. Por parte de la aseguradora Sancor, participaron el CEO Alejandro Simón y los Gerentes Osiris Trossero, Sergio Montagna, Gustavo Giubergia, Eduardo Estrada, Luciano Mo y Clorinda Mantaras.

FAPASA CON LOS COLEGAS URUGUAYOS



El día 26 de octubre se celebró en Uruguay el Día del Corredor de Seguros y el 25 Aniversario de la Cámara Uruguaya de Asesores Profesionales de Seguros (CUAPROSE).

FAPASA, invitada a participar del agasajo realizado por CUAPROSE, estuvo representada por su Presidente, Jorge L. Zottos, y su Tesorera, Agustina Decarre.

En su disertación, el Presidente de CUAPROSE, Daniel Lagomarsino, detalló algunos de los desafíos del sector: “Debemos evolucionar y ser partícipes de las decisiones del mercado asegurador, no siendo solo receptores de medidas sino siendo parte de las decisiones y las solucio-

nes que impulsen los cambios. Para ello, debemos capacitarnos, jerarquizar la profesión, actuar unidos y ser necesarios.

A corto de plazo tenemos dos grandes metas: lograr la sanción de una ley de comercialización de seguros y reaseguros, y la creación de una federación de corredores de seguros.

Desde la misma, encontraremos soluciones a nuestra problemática: defensa del rol, capacitación, desarrollo de nuevas herramientas y servicios, la creación de un registro único, y la redacción de un Código de Ética del que se habla hace más de 30 años y todavía no se concretó”.

En Uruguay los corredores de seguros están nucleados en dos entidades: la Asociación de Profesionales Asesores en Seguros (APROASE) y CUAPROSE.

Inspirándose en la experiencia argentina de FAPASA, los colegas uruguayos están embarcados en la meta de unirse en una federación.

Desde aquí, deseamos que se logre la unidad de los productores, y que avancen en la capacitación y transparencia en el mercado asegurador

Son los augurios de FAPASA y de los productores asesores de seguros de la Argentina.

APAS CUYO FIRMA CONVENIO CON ANDINO TENIS CLUB



Dentro del marco de las nuevas políticas sociales de la actual gestión, y de acuerdo a los objetivos de la plataforma electoral, se celebró en el día de hoy la firma de un acuerdo de mutua cooperación entre el Andino Tenis Club y APAS Cuyo.

El convenio entre ambas instituciones establece el uso de las instalaciones del Andino Tenis Club a todos los socios de APAS, que se encuen-

tren con su cuota al día y para lo cual se fijan tarifas promocionales y otros beneficios.

Este es uno de los primeros acuerdos entre empresas e instituciones que celebra la Asociación en la ciudad de Mendoza, teniendo como objetivo ampliar estas acciones tanto al departamento de San Rafael, como a las provincias de San Juan y San Luis.

La firma se celebró en la sede de calle Gutierrez con la presencia del Presidente del Andino Tenis Club Sr. Facundo Marquesini, la Presidenta de APAS Cuyo María Rosa Blanco y miembros de la Comisión Directiva, Edgardo Juchniuk, Vicepresidente, Claudia Cruz, actual Secretaria y Mónica Quiroga representante de la Comisión Revisora de Cuentas.

ATPAS LLEVÓ A CABO EL ÚLTIMO PCC DEL AÑO

Con la asistencia de 180 productores, el 4 de diciembre, en el Centro Cultural Eugenio Flavio Virla, el doctor Fernando Mc Loughlin, tuvo a su cargo el dictado de la última clase dentro del Programa de Capacitación Continuada.

Los temas que dictó el Dr. Fernando Mc Loughlin de Buenos Aires estuvieron orientados a las necesidades actuales del PAS. Por un lado el módulo obligatorio: “El Mercado que Viene: Productos, Segmentos, Canales” y por

otro, el módulo referencial: “Herramientas de la Negociación para el PAS”.

Culminó así un año de intensa actividad de la Asociación, en materia de difusión y capacitación.

LA COMISIÓN DE DEFENSA AL PAS RECIBIÓ UNA DENUNCIA POR COMPETENCIA DESLEAL

La Denuncia consistió en que a un cliente de compañía X le llegó un mail con sus datos del vehículo, ofreciéndole un descuento contratando en la misma compañía, o las alternativas. Quiere decir que este PAS o Broker, tiene y está utilizando la base de datos de la compañía.

El mail le llegó a varios clientes,

es por eso que el PAS acercó la denuncia. Desde la Comisión de Defensa al Productor se resolvió enviar cartas documentos al “PAS/ Broker” y a las compañías que figuraban en dicha oferta, con el objetivo de intimarlos a que dejen de hacer la propuesta.

Una de las compañías involucra-

das ya refirió tomar cartas en el asunto y dieron de baja ese código. Remarcamos la importancia de que los productores se acerquen a AAPAS, y sobre todo, a la comisión de defensa del productor para poder acompañarlos frente a estas actitudes, u otras que perjudiquen la actividad profesional de los PAS.

ÚLTIMO PCC EN MAR DEL PLATA



El miércoles 21 de noviembre se realizó en los salones del Hotel UTHGRA Presidente Perón de Mar del Plata, el último PCC del año de AMPAS con la disertación del Licenciado Luis Made, con la temática pautaada y la referencial.

Al evento asistieron alrededor de trescientos colegas de esta ciudad y de la zona de influencia. Fue una jornada de camaradería en la cual los asistentes compartieron, además de la actualización educativa profesional, momentos de charla distendida sobre sus realidades laborales y personales.



Sponsor Oficial de Las Leonas y Los Leones

trunfoseguros.com    descargá Triunfo Móvil

LAS APAS DE BAHÍA BLANCA, SANTIAGO DEL ESTERO, SANTA FE, MISIONES, CUYO Y CENTRO DE BUENOS AIRES RENOVARON SUS AUTORIDADES



APASCBA Comisión Directiva 2018-2020

Presidente: Vacas Marcelo Santiago
Vicepresidente: Marini Luis Alfredo
Secretario: Via Micaela
Pro Secretario: Batelli Leonardo V.
Tesorero: Aladino María Celeste
Protesorero: Frontalini Adalberto D.
Vocales Titulares
 1º: Batelli Ricardo Víctor
 2º: Baliño Alicia

3º: Cortajerena Verónica
 4º: Lopez Pablo Matías
 5º: Cabrera Abel
 6º: Ordoqui Silvina
Vocales Suplentes
 1º: Rodriguez Santos Matías
 2º: Matrella Yanina
 3º: Caballero Vicente Omar
 4º: Larroca Lucas Oscar

Revisor de Cuentas
 1º : García Oscar Celestino
 2º: Alonso María Jorgelina
 3º: Martín Carolina
Revisor de Cuentas Suplentes
 1º: Elicegui Silvia
 2º: Orellano Gustavo



APAS SANTIAGO DEL ESTERO

Presidente: María Teresa Teves
Secretario: Daniel Zirpolo
Tesorera: Cecilia Tarletta
Vocales Titulares:
 1º: Daniel Rosemberg

2º: Alejandro Ortega
 3º: Agustina Brizuela
Vocales Suplentes:
 1º: Juan Luis Fernández
 2º: Flavia Osward

Junta Fiscalizadora:
 Titular 1º: Leandro iglesias
 Titular 2º: Natalia Meza
Suplente:
 Julio Ravello



APAS CUYO

Presidente: María Rosa Blanco
Vicepresidente: Edgardo Juchniuk
Secretaria: Claudia Alejandra Cruz
Tesorero: Juan Alberto Fernández
Secretaria de Actas: Silvina Sánchez
Pro Tesorera: Graciela Rufino

Vocales Titulares:
 1º: Daniel Dimaria
 2º: Carlos Torrisi
 3º: Nadio Capraro
Vocales Suplentes:
 1º: Fabián Pacheco

2º: Belardino Difabio
 3º: Pablo Syriani
Comisión Revisora de Cuentas:
 Ricardo Gahona
 Mónica Quiroga
 Rubén Jofré



APAS SANTA FE Consejo Directivo 2018/2019

Presidente: Jorge Rapela

Vicepresidente: Mario Assenza

Secretaría: Nory Cavia

Tesorero: Matías Bianchi

Vocales Titulares:

1º: Alejandro Bianchi

2º: Diego Mendoza

3º: Julio Gimenez

4º: Francisco Suligoy

Vocales Suplentes:

1º: Jorge Besso

2º: Leandro Arietti

3º: Daniel Faiman

4º: Carlos Marchetti

Revisor de Cuentas Titular:

1º: Carlos Bisio

2º: Analía Cottier

Revisor de Cuentas Suplente:

Marcelo Chialvo



AMPAS (MISIONES)

Comisión Directiva 2018/2020. Nombre de la Lista : Unión Generacional de PAS

Presidente: Patricia I. Hereter

Vicepresidente: Mirian R. Olivera

Secretario: Santiago Ripoll

ProSecretario: Damian Horianski

Tesorero: Alberto Federico Haag

Pro Tesorero: Miguel Ángel Loveli

Vocales Titulares:

1º: Luis Alberto Hofbauer

2º: Juan Pedro Roulet

Vocales Suplentes:

1º: Maximiliano Stockar

2º: Marco Aníbal Gottschalk

Revisor de Cuentas Titular:

1º: Pablo Alberto Girard

2º: Mabel Analía Rodríguez

Revisor de Cuentas Suplente:

Chávez Juan Tomas



APAS BAHÍA BLANCA

Presidenta: Miriam Riposati

VicePresidente: Daniel Scattolini

Secretario: Martín Ghione

Pro-Secretaria: Daniela Boffa

Tesorero: Agustín de la Uz

Pro-Tesorero: Lisandro Redivo

Vocales Titulares:

1º: Matías Grandoso

2º: María de las Mercedes Insausti

3º: Alejandro Claverie Bidart

4º: Carlos Marileo

5º: Valeria Navarro

6º: Diego Zugasti

Vocales Suplentes:

1º: Daniel Rueda

2º: Silvia Arauzo

3º: Analía Daich

4º: María de las Mercedes Romero

Revisores de cuenta titulares:

Matías Fritz

Cristian Ayala Torales

Revisores de Cuentas Suplentes:

Gabriela Paola Luna

Diego Alexandre

Tribunal de Honor:

Omar Artola

Ovidio Real

ENTREGA DE DIPLOMAS EN ENTRE RÍOS Y CUYO



Los graduados del curso para aspirantes a productor asesor de seguros dictado por el Centro Federal de Capacitación en sus filiales de APAS Entre Ríos y APAS Cuyo, que obtuvieron su correspondiente matrícula profesional, recibieron con orgullo los diplomas que los acreditan en tal condición.

En Cuyo, se realizaron ceremonias en San Rafael y la ciudad de Mendoza, en San Juan y en San Luis.

El 10 de noviembre, 52 nuevos colegas recibieron su diploma en un acto llevado a cabo en el hotel Tower, en San Rafael, Provincia de Mendoza.

El 16 de noviembre, la cita fue en San Juan, donde 92 colegas recibieron sus diplomas en una ce-

remonia realizada en la sede del Consejo de Ciencias Económicas.

El día 20 de noviembre se entregaron 350 diplomas a los nuevos productores asesores de seguros de Mendoza (y también a un grupo de profesionales con varios años de trayectoria que por distintos motivos no obtuvieron su certificado) en un acto realizado en el hotel Park Hyatt Mendoza.

La mesa académica estuvo presidida por María Rosa Blanco (Presidenta de APAS Cuyo) y por Jorge L. Zottos (Presidente de FAPASA).

Y el 23 de noviembre se entregaron los diplomas a 60 colegas en la provincia de San Luis, en Hotel Dos Venados.

Por otra parte, el sábado 17 de noviembre, en un acto realizado en el Centro Provincial de Convenciones, los graduados entrerrianos también recibieron su diploma.

En representación de la comisión directiva de APASER, entregaron los diplomas Mario Quintana (presidente), Liliana Alzugaray, Ana Lazopulos, Sergio Paez, Hugo Taborda, Laura Maciel y Silvia Bechir, como también los docentes Félix Herrera, Diego Ochoa, Hernán Izaguirre y Mónica Rossi.

APAS Entre Ríos agradeció la presencia y acompañamiento de los directivos de APAS Santa Fe, como también a las compañías que colaboraron con los presentes para premiar a los estudiantes destacados.



Tranquilo. Nosotros te cubrimos.



Contactate con tu Productor Asesor
o tu sucursal más cercana.

SanCristobalSG | sancristobalseg



ASOCIART Mobile PAS

Tu oficina en la mano.

La nueva aplicación de **Asociart**
para los Productores Asesores de Seguros
que **se mueve con vos.**

Principales funcionalidades:

- Cotizar de modo simple y rápido.
- Gestionar contratos y servicios para tus clientes.
- Emitir certificados de cobertura.
- Visualizar los pagos disponibles.
- Recibir novedades.



Nº de inscripción en SSN: 10000000000000000000
Asociación de Seguros: 10000000000000000000
Organismo de control: www.ssn.gov.ar

PERFILES

LUIS DONDA

EN NUESTRA SECCIÓN PERFILES PRESENTAMOS AL NUEVO SECRETARIO DE LA FEDERACIÓN, LUIS DONDA, QUIEN ASUMIÓ SU CARGO EN EL PASADO MES DE OCTUBRE.

Revista Asegurando (RA): ¿En cuál zona ejerce su actividad de PAS?

Luis Donda (LD): En las provincias de Chaco, Formosa, Corrientes, Misiones, Santiago del Estero y Norte de Santa Fe.

RA: ¿Estado civil?

LD: Divorciado.

RA: ¿Hijos?

LD: 2 hijas.

RA: ¿Edad?

LD: 48

RA: ¿Tiene oficina propia?

LD: Sí, en Resistencia, Chaco.

RA: ¿Cuántos empleados tiene?

LD: Uno.

RA: ¿Cuántos PAS trabajan en su Organización?

LD: 63.

RA: ¿Tiene algún hobby?

LD: No, no tengo ningún hobby en particular, pero me inclino por la lectura, la filatelia y la numismática.

RA: ¿Cuál es el último show que vio, o la última película?

LD: La última película fue 'La caída del Halcón Negro' (hace años que no voy al cine). Y el último recital fue el de Mario Boffil (Chamamé) en 2017.

RA: ¿Qué significa para Ud. la Justicia?

LD: Es el paquete de reglas, el contrato social, el marco, donde un pueblo, una sociedad o una comunidad se desarrolla e interactúa

en igualdad de oportunidades y condiciones.

RA: ¿Qué es lo que más le gusta de la ciudad donde vive?

LD: El aire a pueblo, caminar dos cuadras y saludar a por lo menos una persona conocida.

RA: ¿Cuál es el suceso de su niñez o adolescencia que más recuerda y por qué?

LD: El año nuevo en Río de Janeiro, a los 10 años de edad, mirándolo por TV.

Le pregunté a mi papá, ¿cómo podía haber gente disfrutando de ese espectáculo maravilloso?, ¿cómo podía estar ahí esa gente? Y la respuesta marco mi vida: -"Porque esa gente estudió y trabaja. Con estudio y trabajo podés conseguir lo que vos quieras". Gracias a esas palabras, en 2015 recibí el Año Nuevo en Copacabana.



RA: *¿Cuáles son sus vacaciones ideales?*

LD: Familia, playa, sol, arena y un libro.

RA: *¿Cuál fue su primer contacto con el seguro?*

LD: En la crisis de 2001, estaba quebrado, sin trabajo, recién divorciado. Vi un anuncio en un diario de Chaco en el que pedían vendedores para seguros de Vida.

RA: *¿Cuándo se inició en la actividad de PAS?*

LD: Formalmente, el 21 de julio del 2009, cuando por Resolución 34166 fui designado productor asesor de seguros.

RA: *¿Qué edad tenía cuando se inició en la actividad de PAS?*

LD: 31 años.

RA: *¿A cuáles ramos se dedica?*

LD: A Seguros de Personas.

RA: *¿Cuál es el proyecto profesional que desearía llevar adelante y por qué?*

LD: Situar a mi organización ProLife como referente en seguros de las personas en la región, para los colegas PAS y para el consumidor. Porque entendemos el valor social del seguro de vida, porque estamos constanciados en la previsibilidad que le da a los proyectos de vida una póliza de seguros de Vida.

Porque estamos convencidos de la nobleza de los productos de protección y de la importancia de la generación de un ahorro para el momento del retiro.

Asimismo, estamos convencidos de la importancia que tiene la formación de un mercado de ahorro argentino genuino para la comu-

nidad, para la provincia, para la región y para el país. Queremos aportar nuestro grano de arena.

RA: *¿Cómo ve la marcha del mercado de seguros?*

LD: En lo que respecta a Seguros de Personas, que es donde desarrollo mi actividad, y particularmente en lo referido a Vida y Vida con Ahorro, notamos que el ente de control está muy ocupado y preocupado en mejorar la calidad y cantidad de oferta de productos y compañías. Vemos que necesita y quiere clarificar las reglas de juego.

También, vemos que las aseguradoras están mejorando los productos haciéndolos más completos y atractivos para el consumidor y que los PAS estamos empezando a ver la veta de negocio en el ramo, aunque hay que destacar que esta actividad no solamente es un negocio, sino que tiene un muy alto contenido social. Esto último

brinda a la venta un sentido diferente. No se trata solo de vender para ganar dinero y nada más. Estamos convencidos de nuestro rol como medio, como vehículo para mejorar la vida de las personas. Todo esto forma parte del círculo virtuoso.

Del otro lado está el Estado nacional que pisó la desgravación de ganancias en 990 pesos desde el año 1995 y nunca la actualizó, a pesar de las gestiones en ese sentido de las distintas administraciones de la SSN y sobre todo de la actual del Dr. Juan Pazo. También vemos al Estado provincial que grava las contrataciones de seguros de vida con impuestos a los sellos, siendo en algunas jurisdicciones provinciales realmente prohibitivos, ya que están a la altura o son supe-

riores a los impuestos con que se gravan las operaciones financieras. Además de los impuestos a los Ingresos Brutos, que realmente ahogan la iniciativa y las ganas de trabajar.

En algunas provincias, como Chaco, los IIBB llegan a niveles realmente altos. Tal es así que nuestra intermediación está gravada en IIBB en a la misma medida que un banco o una financiera, un poquito por abajo que una sala de juegos o casino, poniéndonos un bozal impositivo muy fuerte.

RA: ¿Cómo afecta la inflación al seguro?

LD: La inflación desestabiliza toda proyección a futuro, no permite planificar, quita previsibilidad

y minimiza el poder adquisitivo. Atenta en forma directa a toda la cadena de negocio en Vida y Vida con Ahorro. Atenta contra los PAS, contra las compañías y sobre todo contra los asegurados. Atenta también contra el propio Estado, ya que debilita la malla de contención social que significan los seguros de Vida y los seguros de Vida con Ahorro.

RA: ¿Qué opina del fraude en el seguro?

LD: El fraude (como la venta ilegal de pseudo seguros) es un mal que afecta la credibilidad de todo el sistema de seguros, en una industria basada en la credibilidad y la confianza. La SSN y la fuerte presencia y trabajo de FAPASA y las asociaciones de productores, están





TIEMPO DE SEGUROS

El programa radial del sector asegurador

Un equipo con experiencia y trayectoria

¡De nuevo elegidos por los colegas! Premio Prestigio Seguros 2014 y 2015 a la Prensa Especializada Digital

Sábados de 11.00 a 12.00 hs.
por Radio Argentina (AM 570) y por internet a través de
www.am570radioargentina.com.ar



Suscribese a nuestro newsletter semanal:
info@tiempodeseguros.com.ar
Visite www.tiempodeseguros.com.ar

por el buen camino cuando dejan en evidencia a los actores que no se ajustan a las reglas y normativas de la industria.

Medidas como la cobranza electrónica, el reempadronamiento de PAS, la póliza digital, la obligación a las aseguradoras de presentación de balances on line, y el trabajo coordinado entre las compañías, productores y la SSN, hacen que este flagelo tienda a disminuir y que todos aquellos que no se ajustan a las buenas prácticas comerciales (ya sean compañías, agentes institorios o productores 'truchos' o inescrupulosos de todo tipo) queden expuestos y visibilizados, para que (al menos) el asegurable o consumidor pueda separar la paja del trigo.

RA: ¿Qué hay que hacer para incrementar la conciencia aseguradora?

LD: Trabajar, trabajar todos los días. Hacer docencia, visibilizar el profundo contenido social del seguro. Esto se logra no solamente con grandes campañas en los medios, que no son malas ni mucho menos, sino con el constante trabajo diario, con la gente que nos rodea.

Si cada uno de nosotros nos convertimos en divulgadores de la conciencia aseguradora, en poco tiempo vamos a estar en una sociedad que valore y pondere el

verdadero rol social de contención económica que tiene el seguro, en todos sus aspectos.

RA: ¿Cuál la principal dificultad con la que Ud. se encuentra en el día a día de su trabajo como productor asesor de seguros?

LD: Bueno, Vida es particular, es un ramo muy particular y a la vez muy atractivo.

El desafío diario es construir conciencia aseguradora. Aparte de las dificultades enumeradas precedentemente (impositivas, inflación, etc.) el principal obstáculo es la conciencia aseguradora y la falta de cultura en prevención y previsión de la mayoría de los argentinos.

RA: ¿Qué diferencia encuentra entre los productores jóvenes y aquellos más maduros, más experimentados, con varias décadas de experiencia?

LD: Más allá del mayor o menor éxito económico, se nota y mucho en los jóvenes y noveles PAS el cambio de paradigma profesional, pasando del individualismo extremo que primó siempre en la actividad, a un modelo de cooperación, asociativismo y espíritu de grupo.

Existe en los jóvenes la visión y la convicción de que aquello que es bueno, si es para uno solo, deja de ser bueno; y aquello que es malo,

es más fácil de combatir desde el conjunto. Percibo este cambio en los PAS que me rodean (en la organización tenemos un promedio de edad de 35 años) y en especial en mi socia e hija (PAS de 23 años de edad).

Los jóvenes priorizan el bien colectivo, anteponiéndolo al individual. Se 'prenden' a las iniciativas que apuntan a innovar y mejorar la actividad y la industria.

Me llena de orgullo ver el salto cualitativo que están dando las nuevas generaciones.

Pero ojo, no nos quitemos merito en esto aquellos 'viejos' que siempre hemos incentivado e inspirado este modelo de profesión desde nuestra propia actividad personal, profesional y, sobre todo, desde las asociaciones y desde FAPASA.

RA: ¿Por qué milita en FAPASA?

LD: Milito en APAS Chaco, y por osmosis en FAPASA. Milito porque estoy absolutamente convencido que las cosas se mejoran desde adentro, desde el involucramiento y el trabajo. La crítica sin propuestas no sirve para nada.

Milito porque viví en carne propia las injusticias de la industria desde mis inicios, y trabajo para que desaparezcan. Milito porque amo esta profesión que dignifica y a la pretendo dignificar.

EL PAS COMO “PROTAGONISTA” EN EL MERCADO ASEGURADOR

LOS PAS SIEMPRE HAN TENIDO QUE ADAPTAR SUS PRÁCTICAS COMERCIALES A LOS HÁBITOS DE COMPRA DE SUS CLIENTES Y A LOS CAMBIOS EN EL MERCADO ASEGURADOR.

Pero sin duda que los avances en la comunicación mediante las redes está desafiando como nunca a su capacidad de adaptarse al cambio y a mantenerse como protagonista en la relación entre la aseguradora y los asegurados.

En algún momento, la intervención del PAS era, casi, la única manera que tenían los asegurados de acceder a una cobertura. Si bien el asegurado, salvo raras excepciones, siempre pudo contratar sus seguros en forma directa, en la práctica la intervención de un PAS le facilitaba muchísimo el trabajo de ventas

al área comercial de la aseguradora.

Pero ha llegado una nueva manera de relacionarse con los asegurados a través de Internet para venderle seguros bajo la cultura del “hágalo usted mismo”. Ésto ha colocado al PAS ante un desafío importante si quiere mantenerse como canal de ventas protagónico del mercado asegurador. Pero ¿Qué es ser un protagonista?

Es interesante. La palabra “protagónico” viene del griego “protagonikos” y está muy relacionado con el teatro. La palabra



se forma con “protos” (primero) y “agon” (lucha combate) y significa “lo que refiere al personaje principal de la acción”. Refiere, en cuanto al teatro, a quien está delante de los demás actores en la percepción del público.

Existe una interesante comparación entre la labor que un actor desempeña sobre el escenario comunicándose con el público con el tradicional labor del PAS y las funciones que le asigna la ley. En el caso del teatro griego se buscaba enseñar al pueblo las virtudes diferenciándolas de los defectos. Con ello se tendía a influir sobre los comportamientos de la audiencia (pueblo) buscando fomentar virtudes alejándolos del

vicio y el mal. En el caso del PAS, su actuación en su comunidad busca difundir la cultura aseguradora y alejar a los asegurados del riesgo. Al hacerlo consigue clientes para las aseguradoras y construye su cartera de clientes. En definitiva, sus actos determinan la rentabilidad de su negocio como PAS.

El PAS no es el único canal que vende seguros. Pero las estadísticas todavía muestran que es el canal “protagónico” respecto de los demás canales de comercialización que actúan en el mercado. Eso es muy bueno para los PAS.

Pero ese protagonismo no fue espontáneo. Es el resultado de largas

horas de aprendizaje y capacitación que le permitió llegar a tener el espacio que hoy ocupa en la relación entre la aseguradora y los asegurados.

Quizás debamos dedicarle un momento a entender que la clave del “protagonismo” en el teatro y en las acciones de intermediación del PAS no son muy diferentes. En ambos casos, ya sea que los llamemos espectadores o asegurados, se busca satisfacer al cliente y, si es posible, superar sus expectativas.

Desde ya que ese protagonismo va a depender de muchos factores.

La edad de los clientes es uno de ellos y muy importante. No es lo



mismo un público de 60 años que uno de 20. No es lo mismo ser “protagonista” en el teatro que el cine o televisión.

Es evidente que el contacto con el público en el teatro tiene un gran componente de estar viendo al actor en cuerpo presente. No es lo mismo para un PAS vender a través de una entrevista personal que a través de una plataforma digital en internet. Cada una de estos medios de comunicación tiene características propias y hay que tenerlas en cuenta si quiere ser protagonista.

Hace muchos años participé de un taller que ayudaba a comunicarse mejor con los demás y especialmente con tus clientes en general.

En ese taller se hablaba del método de actuación realista, llamado “Sistema Stanislavski” que le permitía a una persona controlar los aspectos más intangibles, e incontrolables, del comportamiento humano como lo son las emociones propias y las de sus interlocutores.

Su creador fue un actor y director escénico reconocido como el gran maestro de actores llamado Konstantín Stanislavski que vivió entre los años 1863y 1938 y se hizo famoso por su lucha contra la mala “teatralidad” (y la búsqueda de la singularidad del personaje), por alejarse de los estereotipos, por la necesidad de hallar la voluntad del personaje para motivar la interpre-

“EL CONTACTO CON EL PÚBLICO EN EL TEATRO TIENE UN GRAN COMPONENTE DE ESTAR VIENDO AL ACTOR EN CUERPO PRESENTE. NO ES LO MISMO PARA UN PAS VENDER A TRAVÉS DE UNA ENTREVISTA PERSONAL QUE A TRAVÉS DE UNA PLATAFORMA DIGITAL EN INTERNET. CADA UNA DE ESTOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN TIENE CARACTERÍSTICAS PROPIAS Y HAY QUE TENERLAS EN CUENTA SI QUIERE SER PROTAGONISTA. .”

tación del actor y la creación de un clima favorable a la emoción escénica, para desencadenar una emoción auténtica en el actor.

Sin dudas que el PAS no es un actor. Pero su “protagonismo” en el mercado asegurador depende de crear la imagen correcta de manera que su persona resulte creíble y su mensaje convincente.

De otra manera, no influenciará en la compra de seguros ni su asesoramiento facilitará la gestión comercial de las aseguradoras. Debe aprender a crear el “personaje” correcto para llegar tanto a los clientes tradicionales como con aquellos que lleguen por la vía digital.

Stanislavski partía de preguntar-

se: “¿Si yo estuviera en la posición del personaje, qué haría?”. Esto por cuanto entendía que para poder convencer al público, el protagonista debía aprender a pensar como el “personaje” que estaba interpretando.

El PAS no puede llevar adelante una venta de un seguro de vida y de un auto de la misma manera. Es el mismo PAS pero el “personaje” que está haciendo la venta es acorde a las emociones involucradas en la venta. El desafío del protagonista es crear la mayor apariencia de realidad para el espectador. Los objetivos del personaje conducen las acciones físicas del protagonista.

Al pensar desde la perspectiva del asegurado el PAS logra crear el personaje que necesita para venderle al asegurado sus servicios. Cualquiera sea el método de comunicación, entender los sentimientos de los compradores, sus temores y sus preferencias, seguirá siendo determinante.

Stanislavski impulsaba la ética del protagonista y exigía la observación de una disciplina estricta, y cualidades morales, tanto en la vida como en el trabajo: integridad, sencillez, modestia. Entendía que el protagonista no puede ser un ignorante, debe ser una persona culta. Que debe buscar el bien del proyecto evitando mantener rivalidades mezquinas con sus compañeros ni competiciones profesionales. Entendía

EN LA ERA 2.0

ESTAMOS DONDE NOS NECESITA
EL PRODUCTOR ASESOR DE SEGUROS



BRINDAMOS A NUESTROS PRODUCTORES TECNOLOGÍA DE ÚLTIMA GENERACIÓN
PARA QUE LOS ASEGURADOS RECIBAN UN SERVICIO DE PRIMERA LÍNEA.

ACERCATE A NUESTRAS AGENCIAS Y
ORGANIZACIONES EN TODO EL PAÍS, Y TRABAJÁ ONLINE.



CASA MATRIZ: Avda. 51 N° 770 [B1900AWP]
La Plata | Telefax: [0221] 429-0200
www.fedpat.com.ar | seguros@fedpat.com.ar



**FEDERACION PATRONAL
SEGUROS SA.**
Un Respaldo más que seguro

que el protagonista debía tener cualidades imaginativas y temperamento personal, pero en la actuación debe fundirse en el conjunto.

El PAS protagonista debe ser un ejemplo de colaboración con las aseguradoras, y demás auxiliares de la industria del seguros, siempre de modo ético y honesto y en la búsqueda del mejor interés de su cliente, el asegurado.

Stanislavski creía que existen leyes naturales de la actuación que se deben seguir. Idénticas leyes aplican a la actuación del PAS que debe esforzarse en concentrarse en la información que es realmente importante al asegurado, reducir las opciones de tipos de cobertura y quedarse con la oferta que motiva al asegurado a una acción de compra.

Sostenía, por ejemplo, que es fundamental aprender a relajarse y evitar de la tensión física de los músculos mientras se hacen las presentaciones de ventas. El PNL (patrones neurolingüísticos) nos ha enseñado por años ya que más del 55% de los mensajes en una comunicación son enviados por medios no verbales. Ya sea en una entrevista personalmente o en una video conferencia, es importante tener un control de la postura, gestos y cualquier señal de del lenguaje corporal.

Stanislavski pensaba que el protagonista no debía entregarse a la emoción sin control. Debía saber

“AL PENSAR DESDE LA PERSPECTIVA DEL ASEGURADO EL PAS LOGRA CREAR EL PERSONAJE QUE NECESITA PARA VENDERLE AL ASEGURADO SUS SERVICIOS. CUALQUIERA SEA EL MÉTODO DE COMUNICACIÓN, ENTENDER LOS SENTIMIENTOS DE LOS COMPRADORES, SUS TEMORES Y SUS PREFERENCIAS, SEGUIRÁ SIENDO DETERMINANTE.”

dominarla. “Cuando uno siente realmente, la impresión producida en el público es mediocre; cuando uno se domina sin abandonarse por completo, se tiene más éxito”. Sin embargo, también advertía que el protagonista que se controla demasiado corre el riesgo de bloquearse en todas sus emociones y ya no resultar creíble.

El PAS debe ser profesional. Demasiada emocionalidad en su gestión lo mostrará poco profesional pero si su gestión es demasiado intelectual quizás no motive a su cliente a la compra del seguro.

Stanislavski prestaba una gran atención a la concentración. Aprender a memorizar y recordar sensaciones, comúnmente llamada “memoria sensorial” y/o “memoria afectiva”; aprendiendo a trabajar desde pequeñas sensaciones. Así diferenciaba entre la atención o concentración

“interna” y la “externa”. La atención externa estaba dirigida a los objetos materiales fuera del actor, y la atención interna en el imaginario creado por el actor.

Esta capacidad de concentración ayudaría al PAS a recordar la mayor cantidad de información que rodea el ámbito donde vende y de la persona del asegurado y crear el mensaje más acorde a ese cliente para logra la venta.

Y sin olvidar el contenido de su mensaje (plan de cobertura) desarrollar la habilidad de interactuar con otros personajes (personas que pueden influir sobre la decisión de compra) espontáneamente.

Todos actuamos para vivir. Sin dudas que Stanislavski no pasó a la historia por su trabajo en el mercado asegurador ni por haber liderado un equipo de ventas que fuera el más exitoso de la historia. Pero enseñó a mucha gente a convencer a otra gente.

Eso es lo que en definitiva hace un buen actor. Pero mucho se puede aprender de sus enseñanzas si queremos mejorar nuestra imagen y mensaje. Después de todo, si el PAS “actúa mejor” (en el correcto sentido de la palabra) el cliente seguirá su asesoramiento y con ello seguirá siendo el gran “protagonista” en la intermediación entre las entidades aseguradoras y sus asegurados.

Sumate al equipo de OMINT ART y conocé los beneficios para nuestros productores



0800 555 0278
www.omintart.com.ar



SOBRE LA NUEVA NORMATIVA DE GOBIERNO CORPORATIVO

EL 6 DE DICIEMBRE, LA SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS PUBLICÓ UN COMUNICADO ACERCA DE LA NUEVA NORMATIVA SOBRE GOBIERNO CORPORATIVO QUE TRANSCRIBIMOS A CONTINUACIÓN.

La Superintendencia de Seguros de la Nación (SSN) estableció nuevos principios y recomendaciones para la implementación de un adecuado Gobierno Corporativo para aseguradoras y reaseguradoras. Esto se da en el marco de la modernización, desburocratización y adopción de estándares internacionales que lleva adelante el Organismo.

Esta aplicación es un elemento esencial para el buen funcionamiento de las compañías de seguros y reaseguros y el efectivo control de sus negocios por parte de la SSN.

Implementar Gobierno Corporativo

para compañías aseguradoras y reaseguradoras profesionaliza a las entidades y favorece la transparencia, logrando crear un mayor ambiente de confianza en el mercado y fundamentalmente en los asegurados.

Aplicar los principios y recomendaciones favorecerá la estabilidad financiera, la previsibilidad y el crecimiento de un mercado asegurador solvente.

Éstos, prevén que las entidades cuenten con sistemas eficaces que garanticen una gestión sana y prudente.



El gobierno corporativo define roles, responsabilidades y rendición de cuentas.

Determina los requerimientos para documentar decisiones y otras acciones importantes de las compañías con el fin de informar a sus grupos de interés sobre las acciones que se llevan a cabo.

Para el dictado de la Resolución de Principios y Recomendaciones de Gobierno Corporativo se estableció un diálogo constante con el mercado. “Como resultado de ese diálogo, se alcanzó una regulación con la que estamos muy conformes

luego del trabajo realizado”, explicó Plate.

Dentro de las obligaciones establecidas, está la de la designación obligatoria de un director independiente, de manera de lograr una gestión llevada a cabo con más transparencia y objetividad.

Para la correcta aplicación de esta medida, se tuvieron en cuenta los principios de la International Association of Insurance Supervisors (IAIS), la Asociación Nacional de Comisionados de Seguros (NAIC por sus siglas en inglés), la Organización para la Cooperación y el De-

sarrollo Económico (OCDE) y las normativas dictadas por el Banco Central de la República Argentina y la Comisión Nacional de Valores y el resultado es una norma que se trabajó codo a codo con representantes del mercado asegurador argentino, al igual que el resto de las normas de mercado que se trabajan desde el organismo regulador.

Desde la SSN creemos la profesionalización de la actividad aseguradora en nuestro país beneficia a los asegurados, y eleva los estándares de transparencia y objetividad de nuestro mercado.

SE REDUJO 4,6% LA ACCIDENTABILIDAD LABORAL EN EL PRIMER SEMESTRE 2018

Así lo revela un “Informe Provisorio de Accidentabilidad Laboral” de la Superintendencia de Riesgos del Trabajo (SRT), abarca el período enero-junio de 2018. En el desglose por género, surge que la siniestralidad laboral entre las mujeres se redujo casi 6%. El estudio tendrá una periodicidad de publicación trimestral. Anteriormente eran anuales.

El registro de siniestralidad total del sistema de riesgos del trabajo abarca los ítems de “casos con días de baja y secuelas incapacitantes sin baja”, donde se produjo un descenso del 4,4%; “accidentes in itinere” (-9%); “casos accidentes de trabajo y enfermedades profesio-

sionales (ATEP) con baja y secuelas incapacitantes” (-2,8%) y “casos ATEP mortales” (-2,1%).

También contempla los “casos mortales”, donde no se registró una variación porcentual y los “casos in itinere mortales”, que crecieron 2,6%.

El informe, además, arroja un detalle importante: un descenso de casi 20% en lo que respecta a enfermedades profesionales cuando se toma en cuenta la variación interanual, según tipo de trabajador y siniestro.

El informe detalla también las variaciones interanuales según

las actividades económicas, donde “Transporte, almacenamiento y carga” presenta el descenso más importante en cuanto a la accidentabilidad laboral: 8,1%. También se registraron importantes descensos de siniestros en “Electricidad, gas y agua” (7,7%) y “Servicios financieros” (6,2%).

El informe muestra, además, una baja de la siniestralidad en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y provincias que adhirieron a la Ley N° 27.348. Son los casos de Buenos Aires (-8%); San Juan (-7,1%) y Misiones (-6,3%), por citar a las que presentaron las variaciones más relevantes

SE PUEDE CIRCULAR CON LA CONSTANCIA DIGITAL DEL SEGURO

En su página web, la Superintendencia de Seguros recuerda que se puede circular por todo el país con la constancia digital de hacer contratado el seguro de automotores,

según lo normado en la resolución SSN 219/2018 del 7 de marzo de este año.

Allí se deja constancia que se puede

mostrar la póliza que asegura el vehículo en versión impresa, en PDF, o imagen legible desde cualquier dispositivo móvil.

ALLIANZ INAUGURÓ SU OFICINA REGIONAL EN MAR DEL PLATA



La firma Allianz inauguró su oficina en la ciudad de Mar del Plata. La espléndida casona que alberga a la nueva oficina regional, cuenta con trescientos (300) metros cuadrados y se encuentra ubicada sobre la avenida Colón, en la esquina de la calle Paunero, a escasos metros del boulevard marítimo, una de las zonas más lindas de la ciudad.

CESVI ORGANIZÓ UNA MESA DE DEBATE SOBRE LA PROBLEMÁTICA VIAL EN VACA MUERTA

El pasado 6 de diciembre CESVI presentó un informe sobre Análisis de Velocidad y Distancia de Recorrido en esa zona de Neuquén.

El informe de investigación sobre todas las rutas de acceso a Añelo detectó la poca o nula señalización que hay a lo largo de toda la ruta, las pésimas condiciones de transitabilidad, el permanente estado de obra que nunca se termina que complo-

tan sobre la logística en crecimiento que se intenta sostener en la región.

Según Datos de la Dirección Provincial de Estadísticas y Censos de Neuquén ANSV, durante el 2017 ocurrieron 85 siniestros con víctimas fatales, de los cuales: El 40% fueron urbanos y el 60% rural. El 53% ocurrieron de noche y el 47% durante el día. El 81% colisionó contra otro vehículo y el 19% volcó.

Del análisis realizado, se concluye que: Los tiempos de recorrido se ven incrementados sustancialmente producto del alto tránsito de vehículos de gran porte en convivencia con autos, motos y bicicleta en la misma vía, y del mal estado de las rutas. La ruta en peor estado, y que representa mayores riesgos, es la que va de Añelo a Neuquén pasando por Banda del Medio.



ASEGURATE

- ✓ Automotor
- ✓ Caución
- ✓ Combinado Familiar
- ✓ Transportes
- ✓ Cascos
- ✓ Integral de Comercio
- ✓ Responsabilidad Civil
- ✓ Robo
- ✓ Seguro Técnico
- ✓ Cristales
- ✓ Integral de Consorcio
- ✓ Transporte Público de Pasajeros



ESCUDO SEGUROS
SOCIEDAD ANONIMA

📍 Corrientes 330, 4to Piso, CABA
✉ escudo@escudoseguros.com.ar
☎ 4394-9494

WWW.ESCUDOSEGUROS.COM.AR



www.ssn.gov.ar | 0800-666-8400

PREMIO CLARÍN - ZURICH A LA EDUCACIÓN



La 10° edición del certamen reconoció a los autores de una propuesta de capacitación que promueve la enseñanza de programación y robótica para alumnos de escuela primaria.

Leonardo Vidarte y Emilce Bartoli, de la escuela N°53 Eduardo Olivero de la localidad de Tandil, provincia de Buenos Aires, fueron reconocidos por el proyecto Minirobots y premiados con un monto de \$300.000 para la implementación del mismo, más \$60.000 para los autores.

El proyecto se destacó por la propuesta de favorecer la incorporación de la programación en la enseñanza

primaria a través del desarrollo de instrumentos pedagógicos innovadores.

La elección del proyecto ganador estuvo a cargo de un jurado de notables compuesto por María Marta García Negroni, Beatriz Hall, Pablo Miguel Jacovkis, Guillermo Jaim Etcheverry, Diego Golombek y Melina Furman.

Además del primer premio, hubo tres menciones de honor para los siguientes trabajos y autores:

· **“Promoviendo las competencias de indagación y utilizando datos digitales para mejorar la enseñan-**

za y el aprendizaje de Ciencias Naturales en el Aula”, de Silvina Rosa y Laura Blanchet. Escuela N°85 Estados Unidos, Gral. San Martín, Buenos Aires.

· **“Encuentros celestes: oportunidad para el desarrollo del pensamiento científico en las escuelas”**, de Diego Galperín. Escuela N°337, El Bolsón, Río Negro.

· **“Así son los suelos de mi país”**, de Federico Fritz, AACREA.

Cada uno de los equipos responsables recibió una suma de \$80,000, con el objetivo de contribuir a su aplicación.

DISTINCIÓN A PIONERA DEL COOPERATIVISMO ESCOLAR

Fundación Grupo Sancor Seguros, junto a CALCME (Célula Argentina y Latinoamericana de Cooperativismo y Mutualismo Educa-

cional) y Fundación UICE (Unión Internacional del Cooperativismo y el Mutualismo Escolar), realizó en Sunchales una jornada destina-

da a resaltar la importancia de la educación cooperativa para la sociedad y en este marco se realizó un homenaje a María Argentina

Gómez Uría, pionera del Cooperativismo Escolar argentino

Entre sus logros en la materia ostenta el de haber fundado, hace más de 50 años, la primera cooperativa escolar de Argentina, en la

escuela Joaquín V. González de la localidad cordobesa de La Falda, donde reside.

Doctora Honoris Causa con Especialidad en Cooperativismo Escolar; es autora de innumerables

obras, entre las que se destacan: “Legislación Argentina sobre Cooperativismo Escolar”, “Cooperativismo escolar y estudiantil en Argentina y en el mundo” y “Estudio sobre Cooperativismo Escolar”, entre otros logros.

EL GRUPO SANCOR SEGUROS ACOMPAÑA LA DIFUSIÓN DEL CORTOMETRAJE “IAN, UNA HISTORIA QUE NOS MOVILIZARÁ”



En el marco de su Programa de Inclusión el Grupo Sancor Seguros se sumó a Fundación Ian y Mوندoloco -la productora de Juan José Campanella- en la comunicación a la sociedad de “Ian, una historia que nos movilizará”.

El corto animado está basado en la historia real de Ian, un niño de 10 años que quiere llegar al mun-

do con un mensaje de amor. Con la ayuda de Sheila, su madre y Presidenta de Fundación Ian, busca cumplir este deseo transformando el dolor en acción para derribar las barreras del aislamiento que sufren las personas (y en especial los niños) con discapacidad.

Todos los canales infantiles del país se sumaron a la iniciativa para emi-

tir en simultáneo el film, que también se replicó en los demás países de Latinoamérica. Esta colaboración sin precedentes en la industria televisiva busca llevar un mensaje de inclusión y en contra de la discriminación y el bullying.

Puede visualizarse ingresando al siguiente link: www.fundacionian.org.ar/el-corto

¡CUIDADO CON EL PERRO!

(NUEVOS MERCADOS)

DE CHICO, CON MIS HERMANOS QUISIMOS TENER UN PERRO. NOS ENTUSIASMABA CONTAR CON UN COMPAÑERO DE JUEGOS COMO ALGUNOS DE NUESTROS AMIGOS Y VECINOS.

Después de ruegos y presiones varias, mi madre habilitó, no sin cierta resistencia, la llegada de un nuevo habitante a la casa. Lo conseguimos como era norma en aquella época, porque la perra de un conocido de alguien había tenido cría y regalaba cachorritos.

Con enorme expectativa, los hermanos sin ningún adulto, fuimos en expedición en su búsqueda y volvimos trayendo dentro de una

caja de zapatos, un cachorro precioso cuya dimensión y estampa futura era, por supuesto, imprevisible.

La negociación había sido ardua y las condiciones impuestas eran estrictas so pena de expulsión inmediata del pobre animalito: el hábitat natural del perro era el jardín, por lo que tenía totalmente vedado el acceso al interior de la casa y nosotros éramos los responsables

de su comportamiento, limpieza y comida.

En ese entonces los perros eran eso: perros. Tenía una cacerola vieja donde le íbamos renovando el agua y de comer le dábamos las sobras de la familia, depuradas eso sí, de elementos prohibidos para el animal, como huesos de pollo que se le podían clavar en la garganta o dulces que facilitaban el desarrollo de parásitos.





Creo que la única vacuna que le dimos fue contra el moquillo ya que no visitaba el veterinario (casi no había en mi ciudad en aquellas épocas), dormía bajo un alero a la intemperie y por toda infraestructura su cucha contaba con una frazada vieja.

Igual, Sultán, era un perro feliz. Desde entonces, un cambio notable se ha producido en la sociedad, tanto en la consideración como en la relación con las mascotas.

Según investigaciones sobre el tema, la Argentina posee una especial afinidad por ellas ya que casi el 80% de los hogares posee una, donde los perros se alzan con el 70% de las preferencias y los gatos con el 30% restante.

Pero lo más importante del cambio tiene que ver con los sentimientos que despiertan en sus propietarios en lo más profundo de sus corazones. Según encuestas encargadas por las empresas de alimento balanceado, para el 60% sus mascotas son “parte de la familia” y un 18% los considera inequívocamente como “hijos”.

Por lo tanto, sus necesidades están asociadas a las de la familia toda, y les caben las mismas categorías que aplicamos a los humanos: desde las más básicas como alimento, descanso, reproducción; seguridad física y salud; hasta afecto, reconocimiento y confianza.

LA PRODUCCIÓN EN EL PAÍS DE ALIMENTOS BALANCEADOS PARA MASCOTAS ALCANZÓ EN 2017 LA FRIOLERA DE 630.000 TONELADAS, CON UN VALOR QUE ALCANZÓ LOS MIL SETECIENTOS MILLONES DE DÓLARES

Estas necesidades de las mascotas potenciadas por la afectividad de sus dueños, ha construido un inmenso negocio que no para de crecer y que progresa por encima de las retracciones y baches económicos.

La producción en el país de alimentos balanceados para mascotas alcanzó en 2017 la friolera de 630.000 toneladas, con un valor que alcanzó los mil setecientos millones de dólares.

Las otras actividades que han florecido como negocios ligados a estos animalitos van desde veterinarias o clínicas, medicamentos y vacunas, baños y peluquería, paseadores, accesorios, juguetes, ropa, adiestramiento, guarderías, criaderos y hasta psicólogos.

Y por supuesto ¡seguros!

Hasta hace relativamente poco tiempo, el seguro miraba a los perros como un riesgo para su propietario y lo incluía como una cobertura de responsabilidad civil

dentro del combinado familiar. Ahí sí, valía la advertencia del famoso cartelito, al que alude el título de este artículo.

Que desde un lado, tenía una pretensión disuasoria por si alguien creía que tenía despejado el horizonte para intentar una incursión o fechoría, pero también advertía que quien se animara a trasponer los límites de la propiedad aunque fuera en modo amistoso corría un riesgo físico serio.

Desde la legislatura de algunas provincias se promulgaron leyes para definir normativas aplicables a la tenencia de perros potencialmente peligrosos cuyo objetivo era para prevenir daños contra personas u otros animales, lo que en su momento despertó cierta preocupación en los propietarios de ciertas razas como Dogo Argentino, Bull Terrier, Doberman, Fila Brasileño, Rottweiler entre otros, y los movilizó para cubrir su responsabilidad frente a terceros, contratando este seguro.

Cambio profundo en la percepción de riesgo

Sin embargo y remitiéndome nuevamente al cartel, la advertencia ahora se ha invertido. Piensen en alguien que ve avanzar un voluminoso ser humano que no registra en su camino a un pequeño caniche toy. Su dueña/o emitirá el grito de advertencia ¡cuidado con

el perro! tratando de prevenir el daño que pueda sufrir el pobre chuchó.

El sólo pensar que debe salir corriendo al veterinario para curarle una patita torcida o quebrada, lo inunda de angustia.

La preocupación de cualquiera por sus hijos o familia hoy se ha expandido también a sus mascotas por lo que la pretensión de alimentos, cuidados, regalos y aspecto han igualado al resto de la prole.

Hoy han subido fuertemente en la escala de valores de millones de personas que perciben riesgos sobre sus mascotas que en el pasado ni existían.

Este sentimiento de que algo puede ocurrirle a sus mascotas lo hace tomar previsiones que en el pasado no se advertían. Así aparece el seguro como un instrumento idóneo frente al riesgo con posibilidad de ocurrencia cierta.

En los países en que este seguro se ha consolidado, las coberturas se han ido ampliando, tratando de abarcar todos los aspectos que involucran la salud o la muerte de las mascotas.

Además de otras circunstancias que causan angustia, como los gastos de búsqueda en caso de desaparición, el robo del animal,

LA PREOCUPACIÓN DE CUALQUIERA POR SUS HIJOS O FAMILIA HOY SE HA EXPANDIDO TAMBIÉN A SUS MASCOTAS POR LO QUE LA PRETENSIÓN DE ALIMENTOS, CUIDADOS, REGALOS Y ASPECTO HAN IGUALADO AL RESTO DE LA PROLE.

enfermedades graves, intervenciones quirúrgicas, accidentes de la mascota, hospedaje canino en caso de internación de su dueño.

También por fallecimiento o sacrificio forzoso la disposición del cuerpo y, una suma de dinero para comprar un nuevo cachorro para paliar la pérdida.

El ya citado seguro de responsabilidad civil. Algunos planes incluyen también los denominados servicios de bienestar como cobertura de vacunas, tratamientos anti garrapatas, fisioterapia, nutrición, acupuntura, hidroterapia y otras sofisticaciones.

Entre otros factores que deciden la contratación de este tipo de seguros, están los altos costos de atención veterinaria como por ejemplo los quirúrgicos, que pueden derivarse de un accidente callejero con vehículos u otros animales, hasta operaciones importantes como extirpación de tumores, infecciones o tratamientos por enfermedades pulmonares, hepáticas o renales.

Todo ello con la medicación correspondiente que no es muy distinta ni menos costosa que la de los humanos.

Si bien todavía en el mundo el porcentaje de los animales asegurados es relativamente bajo en relación a la cantidad de mascotas, el número crece en forma incitante.

Países como Suecia y otros países escandinavos tienen cubiertos cerca del 40% de sus mascotas y el Reino Unido el 25%. En Estados Unidos esa cifra apenas alcanza al 2% pero los ingresos por primas en el año 2017 alcanzó la increíble suma de u\$s 1.000 millones. En el Reino Unido ya son 80 las aseguradoras que cubren este riesgo donde las primas crecen aceleradamente y proyectan ventas por más de 1.600 millones de libras para el año 2021. En Francia la cobertura alcanza al 5% de las mascotas y en España está creciendo rápidamente y despegando del 2% que tuvo en el año 2016.

En Sudamérica ya estos seguros se venden en mercados con enorme cantidad de mascotas como Brasil, México y en forma incipiente también en Argentina.

Ya tenemos en nuestro mercado seguros específicos para mascotas, compañías internacionales y locales están ofertando estas coberturas.

ras tanto a través de productores como en forma directa, especialmente a través de sus plataformas digitales.

Para los productores es interesante conocer la cobertura y las compañías que las trabajan para sumarlo a su oferta comercial y brindar un servicio poco conocido aún pero que impacta en sentimientos de sus clientes actuales o potenciales. El quid de la cosa está en poder encontrar el perfil adecuado del futuro tomador de estas pólizas, haciendo un

YA TENEMOS EN NUESTRO MERCADO SEGUROS ESPECÍFICOS PARA MASCOTAS, COMPAÑÍAS INTERNACIONALES Y LOCALES ESTÁN OFERTANDO ESTAS COBERTURAS TANTO A TRAVÉS DE PRODUCTORES COMO EN FORMA DIRECTA, ESPECIALMENTE A TRAVÉS DE SUS PLATAFORMAS DIGITALES.

exhaustivo recorrido de su cartera de clientes para encontrar el perfil

adecuado y aumentar la venta cruzada con productos como éste que amparan esos “afectos especiales”.

El mundo del seguro se está abriendo a nuevas coberturas que surgen como respuesta a nuevas demandas de una sociedad que cambia, que modifica su cultura, que altera sus hábitos y que despierta alarmas sobre cosas que hoy deben prevenirse y por tanto cubrirse, que en un pasado relativamente cercano no importaban o simplemente no existían.

TODO RIESGO

en televisión

Usted sigue estando seguro



Horacio Lachman
Horacio Levy

Con
Patricio Dunckel
Sebastián Silva

La información que usted necesita en materia de seguros, jubilaciones y economía.

METRO

Viernes - 23:30 hs.

También puede vernos en www.todoriesgotv.com.ar



FALLOS JUDICIALES COMENTADOS PARA SER COMENTADOS

JURISPRUDENCIA DE LA PROVINCIA DE CÓRDOBA

Para este envío hemos elegido analizar jurisprudencia de la citada provincia. Comenzamos con dos fallos que, con expresa mención de la legislación de Protección del consumidor, condenan a las aseguradoras a indemnizar en condiciones distintas a las pretendidas por ellas, en razón de las deficiencias señaladas en la información al Asegurado (pilar fundamental en el tema de los contratos de consumo).

Joaquín, Alejandro Cesar c/Orbis Cia. Argentina De Seguros S.A. y/o Orbis Compañía de Seguros Argentina de Seguros S.A. Abreviado – Cumplimiento/Resolución de Contrato- Expte. N° 5711585

Tema: Contrato de Seguros – Incumplimiento Contractual. Daño Punitivo.

Provincia: Córdoba.

Tribunal: Cámara Octava de Apelaciones en lo Civil y Comercial.

Autos: “Joaquín, Alejandro Cesar C/ Orbis Cia. Argentina de Seguros S.A. y/o Orbis Compañía de Seguros Argentina De Seguros S.A. – Abreviado – Cumplimiento/Resolución de Contrato- Expte. N° 5711585”.

Fecha: 08/08/2017.

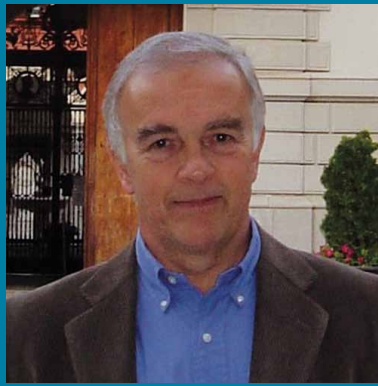
La Sra. Fiscal de Cámaras Civiles y Comerciales al emitir su dictamen se expresa en el mismo sentido: “no se ha acreditado la adecuada notificación al asegurado de la modificación de las condiciones pactadas en el contrato primigenio, con lo cual se incumplió el deber de información y se tornó ino-

ponible la nueva cláusula. Cabe hacer notar que de la póliza acompañada por la demandada a fs. 66/67 surge expresamente que se renueva la póliza, advirtiéndose incluso la misma suma asegurada que en el primigenio contrato -\$6.000-, por lo que debe entenderse que si se trata de una renovación es en los mismos términos que el contrato primigenio, el que expresamente cubría el hurto.

Resulta también de fundamental importancia lo actuado en la Dirección de Defensa del Consumidor, que resolvió aplicar a la empresa aseguradora una multa por haber infringido con su conducta las disposiciones de los arts. 4 y 19 de la Ley 24.240. en definitiva, atento a que ha quedado constatado que la demandada inobservó las reglas tendientes a resguardar el derecho del consumidor, corresponde declarar la inoponibilidad de la cláusula de exclusión de hurto, debiendo hacer lugar a la demanda...” (Confr. fs. 297 vta. y 298).

En definitiva considero, al amparo de las normas consumeriles, que se constata el incumplimiento por parte de la demandada de los deberes de información y buena fe que establece dicha ley. Se trató de una variación sustancial de las condiciones de contratación que no fueron notificadas al asegurado, por lo que me inclino por declarar la inoponibilidad de dicha cláusula. “La violación de cualquiera de estos requisitos permitirá plantear la nulidad del contrato y aplicar las sanciones previstas por esta ley”, (Farina, ob. cit. pág. 161).

Como correlato de lo expuesto, resulta aplicable a la especie la cobertura originariamente contratada por



el actor, esto es, la que expresamente cubre “Robo y/o Hurto Total – Incendio Total” (fs. 9). Por tal motivo la aseguradora debe responder ante la susstracción de la motocicleta, hecho acaecido el día 30 de agosto de 2011 (véase fs. 10/11).

Comentario

En este caso de cobertura de una motocicleta, la condena ordena el pago de un siniestro de Hurto total del vehículo. Ello habría sido cubierto en la emisión original del seguro. Posteriormente, la aseguradora había restringido la cobertura al Robo, pero no lo había informado en forma expresa y verificable al Asegurado.

La aplicación de las normativas de consumo, de alguna manera, modifican un principio habitual del seguro en virtud del cual, recibida la póliza, el Asegurado tendrá 30 días para objetarla y, de no hacerlo, se la considera aceptada.

La postura ahora para contratos de consumo (como son innumerables contratos de seguro) es más estricta en cuanto a la efectiva información al Asegurado consumidor.

Por un principio de buena fe, se considera que una modificación de la significación que implica la exclusión del Hurto, amerita que la Aseguradora informe claramente la modificación a su cliente y, si pretende alegarla en algún momento, es útil que lo haga en forma fehaciente. Cabe señalar que, en este fallo, el Tribunal condenó también a la Aseguradora en concepto de Daño Punitivo, como sanción a su deficiencia informativa y su resistencia a abonar el siniestro.

Gutiérrez Ferraris, Javier C/ Liberty Seguros Argentina S.A. y otro – Ordinarios- Otros- Recurso De Apelación”, (Expte. N° 1703299/36)
Tema: Art 56 Ley De Seguros. No Seguro –

Renovación Automática De Póliza – Ley de defensa del consumidor.

Provincia: Córdoba.

Tribunal: Cámara 5 Civil y Comercial de Córdoba.

Autos: “Gutiérrez Ferraris, Javier C/ Liberty Seguros Argentina S.A. y otro –

Ordinarios- Otros- Recurso de Apelación”, (Expte. N° 1703299/36)”.

Fecha: 15/09/2015.

FALLO: 171

La ley de Defensa del Consumidor es un régimen de orden público y cualquier contradicción o conflicto normativo que pudiera existir con estas leyes, necesariamente tiene que resolverse a favor de la preeminencia del régimen consumerista (art. 65 de la Ln 24.240).-

Es una derivación necesaria de ello considerar que el derecho de información que este régimen protectorio establece, es uno de los pilares en el que se asienta el reconocimiento de los derechos al consumidor consagrados en el artículo 42 de la Constitución Nacional y que encuentra su correlato en el deber de información impuesto a los proveedores de bienes y servicios.

En este sentido se viene pronunciando nuestro máximo tribunal local (TSJ, Sala Cont. Adm., Cba., Sent. n° 12 del 12/03/2015, «Caruso Compañía Argentina de Seguros S.A. c/ Provincia de Córdoba – plena jurisdicción – recurso de apelación».-

Corresponde rechazar la defensa de “no seguro” opuesta por Liberty Seguros S.A y debe ésta ser condenada a responder por las consecuencias del siniestro ocurrido –robo- y las derivadas de su incumplimiento, por tratarse de una cobertura que integraba la relación contractual asegurativa que estaba vigente, por su renovación automática

desde la finalización del período de la última póliza emitida.-

Comentario

Caso similar al anterior. La renovación automática de la cobertura implica para el Tribunal, si no media una expresa y fehaciente información en contrario, el mantenimiento de las condiciones originales de la cobertura contratada.

Como suelo señalar, la renovación automática es un mecanismo de significativa eficacia y economía de costos. Ello no obstante, a todas las partes les conviene que la misma no sea TAN automática. Para el Asegurador, como en este caso, porque cree estar cubriendo de una manera y la realidad es otra en caso de siniestro.

Tal vez más significativo es el tema para el Asegurado (agregaría “y para su PAS), porque en ocasiones ello puede ocasionar significativas deficiencias en la cobertura renovada.

Por ejemplo, infraseguro si no se revisan los valores a riesgo, modificación del riesgo o de su ubicación, cambio en la titularidad de interés asegurable, etc.). Tenemos casos en que esos temas pueden tener solución, pero no es en la mayoría de los supuestos.

Maravilla, Epifania Vicenta C/ Caja de Seguros de Vida S.A. (Hoy Caja de Seguros S.A.) – Ordinario – Cobro de Pesos – Recurso de Apelación – Expte. N° 335729/36

Tema: Art 56 Ley De Seguros. Exceso del Riesgo Asegurado – Caso de no Seguro.

Provincia: Córdoba.

Tribunal: Cámara 6 Civil Y Comercial De Córdoba.

Autos: “Maravilla, Epifania Vicenta C/ Caja de Seguros de Vida S.A. (Hoy Caja de Seguros S.A.) – Ordinario – Cobro De Pesos – Recurso De

Apelación – Expte. N° 335729/36”.

Fecha: 18/08/2010.

FALLO: 73

“ ... Frente a un caso de no seguro o de exclusión de cobertura, no se le aplica el plazo del art. 56, sino que el asegurador puede alegarla al momento de contestar la demanda en el juicio.-

Para el Juez sentenciante el siniestro no se encuentra cubierto por el seguro pues excede el riesgo asegurado, y al hacerlo, encasilló el asunto en el tema de la ausencia de cobertura y no, de la caducidad del derecho del asegurado. Es decir, estamos en presencia de un eventual “no seguro”.

Este aspecto es dirimente a los fines de responder los interrogantes formulados puesto que cuando hay exclusión de riesgo, el asegurador manifiesta explícitamente en la póliza la voluntad de “no” cubrirlo. Desde el principio del contrato declara no tomarlo a su cargo y el asegurado no tiene derecho a indemnización alguna.

En este supuesto se origina una falta de cobertura porque el riesgo se halla formalmente fuera de la garantía dada en la póliza respectiva.

Comentario

Nada es para siempre. Después de leer los dos casos anteriores, podría suponerse una solución distinta para este caso. Aquí se ha denunciado un siniestro.

Por el contenido del fallo, la Aseguradora, entendiendo que era un caso de No Seguro (de un riesgo claramente excluido), no procede a rechazarlo en los términos y plazos del art 56 de la Ley de Seguros.

Y el fallo le da la razón, señalando que en esos

casos en que lo sucedido excede el riesgo acordado y la Aseguradora puede defenderse y alegar esa circunstancia sin más límite temporal que el de la eventual demanda que se le plantee. No obstante los aspectos técnicos que pueden inferirse de esa posición, si yo fuera abogado de la Aseguradora le hubiera indicado que contestara la denuncia en el plazo del art. 56. Y todos más tranquilos.

Más allá de la conveniencia de la entidad, en el sentido de plantear de entrada sus defensas, no faltarán casos en que la decisión del Tribunal sea contraria a sus derechos, por no haber planteado la falta de cobertura.

En un contexto de jerarquización de la defensa del consumidor y con un nuevo código que exalta más aún la buena fe en la concertación y en la ejecución de los contratos, no sería extraño que algún tribunal le diga que una mínima consideración al requerimiento de su cliente (que no pierde esa calidad por denunciar un siniestro) implicaría contestar su requerimiento en forma clara, oportuna y completa. ¡Oh casualidad!, esa decisión coincidiría con mi postura personal en el tema.

“Ruiz Gustavo Gonzalo C/ Gilardone María del Lujan y otro- Ordinario.”

Tema: Exclusión de cobertura

por pago se prima a Productor de Seguros.

Rechazo.

Provincia: Córdoba.

Tribunal: Cámara De Apelaciones de Séptima Nominación En Lo Civil Y Comercial

Autos: “Ruiz Gustavo Gonzalo C/ Gilardone María del Lujan y otro- Ordinario.”

Fecha: 09/05/2017.

1.- Mediante el primer agravio, la citada en garantía (Paraná Seguros) pretende la exclusión de cobertura por falta de pago de la prima al tiempo del accidente.

He de señalar que la prueba rendida por la demandada en relación al pago del importe es indubitable, ya que la misma acompaña a fs. 37/41 y 398 los recibos que le fueran extendidos por su propio productor de seguros, recibos que, además, han sido debidamente reconocidos por éste (ver testimonial de fs. 630, respuesta a la octava pregunta).

La apelante intenta desconocer la validez de dichos pagos: a) porque la Resolución 26268/01 de la SSN y Resolución 90/01 del Ministerio de Economía establecen que los únicos habilitados al efecto –del pago del premio– son las entidades especializadas en cobranzas por medios electrónicos, las entidades bancarias y tarjetas de crédito y que las aseguradoras solamente deben considerar efectivizados los pagos cuando los fondos hayan ingresado realmente, por alguno de los medios indicados, y b) en razón de no haberse efectuado directamente por el asegurado a la compañía de alguno de los modos previstos en el artículo n° 1 del Anexo n° 303.

2. Estas Resoluciones resultan ineficaces frente a la práctica comercial consistente en libramiento de recibos por parte de los Productores Asesores de Seguros, obrando en el marco de actuación de la Ley 22.400, art. 10 inc. f).

Asimismo, el art. 2° del mismo anexo expresamente prevé que “los productores asesores de seguros ley 22.300 deberán ingresar el producido de la cobranza de premios a través de los medios detallados en el art. 1° de la presente resolución” (ver fs. 542). De dicha norma se infiere que, no solo existe la posibilidad de que los productores de seguros perciban los pagos, sino que son ellos quienes tienen la responsabilidad de ingresar el importe que cobren a las arcas de la aseguradora en alguna de las formas previstas por el primer artículo.

3. Además de que esa es la interpretación correcta a tenor de los postulados de la Ley de Defensa del

Consumidor, también es la que corresponde a la luz del art. 1.198 Cód. Civil y art. 7 CCC.

Si la Aseguradora utiliza un modo de contratación y pago, no puede luego escudándose en una Resolución pretender desconocer el modo corriente de la operatoria.

Y es un hecho notorio que las Aseguradoras se valen de Productores y reciben pagos de modos no contemplados en las Resoluciones referidas, los cuales por un elemental principio de buena fe no pueden luego ser desconocidos para liberarse de las consecuencias de los contratos que realizan, máxime considerando que la cuestión obra alcanzada por la LDC, aplicable en la especie, a tenor de lo dispuesto en su art. 1º, ya que la actividad aseguradora se encuentra dentro de las prestaciones de servicios alcanzadas por ella, siendo el demandado el consumidor y la citada en garantía el proveedor o prestatario del servicio, enmarcado en una relación de consumo.

4. Por ende, son totalmente aplicables a la causa los principios tuitivos de los consumidores establecidos en tal ley. Es una normativa que vino a iluminar la preparación, interpretación y ejecución de ciertos contratos (de consumo), lo que no puede soslayarse al tiempo del análisis de la causa.

La posición de la citada en garantía para eximirse de su obligación de responder aduciendo que la negligencia del productor de seguros debe ser soportada por el asegurado es inadmisibile, ya que es la propia compañía quien obtiene ganancias mediante el trabajo del productor, además de que es responsabilidad de la Aseguradora seleccionar los auxiliares que entablen relación y ofrezcan sus servicios a los clientes, más allá de que el productor no sea, en rigor, un empleado de la compañía.

Responsabilizar al asegurado que diligentemente efectuó el pago, de la misma forma en que lo hacía

todos los meses, es contrario al principio de buena fe que debe regir las relaciones comerciales entre consumidores y empresas, y resulta reprochable a la apelante también en función de la teoría de la apariencia, correctamente aplicada por la Jueza de primera instancia.

Conforme todo ello, este agravio se rechaza.

Comentario

Es un poco extensa la referencia a las palabras del fallo. Pero es que el tema se lo merece y las palabras son claras (Más, tal vez, de las que yo hubiera utilizado).

Aunque aquí se mencionan las disvaliosas regulaciones de la cobranza de premios del año 2001, lo mismo sería aplicable a las recientes reiteraciones de esa innecesaria regulación de algo tan significativo como la Cobranza de Premios.

Aquí tenemos los fundamentos de la sentencia: la existencia de una norma legal de mayor jerarquía (la Ley 22.400), la habitualidad (seguramente fundada en la conveniencia) con que las Aseguradora confían la gestión de cobranza a sus colaboradores PAS y la buena fe que otorga al Asegurado (Consumidor) el principio de apariencia por el cual la habitualidad de esa cobranza debe darle la tranquilidad de su cobertura y no la incertidumbre de lo que pueda pasar entre su pago y su cobertura.

Nada de esto obsta a la ventajosa y conveniente utilización de los diversos medios electrónicos que se tienen hoy a disposición.

Pero la obligatoriedad de esos mecanismos sólo genera inconvenientes significativos para mucho Asegurados y irresistibles tentaciones de Aseguradores que prefieren utilizar esas normas para no pagar los siniestros.



Ente Cooperador

Ley 22.400

Asistencia técnica y financiera a Superintendencia de Seguros de la Nación.



Asistencia a **Productores Asesores de Seguros**
en **Rúbrica de Libros y Capacitación Continuada**

Exámenes de competencia para
Aspirantes a la matrícula de Productor
Asesor de Seguros, otorgada por
SUPERINTENDENCIA de SEGUROS DE LA NACION

Diplomas y Credenciales para **Productores**



Consejo de Administración

Sr. Daniel G. Rosenberg

Sra. Silvia V. Bechir

Sr. Jorge Luis C. Zottos



Chacabuco 77, Piso 1 (C1069AAA) - Edificio F.A.P.A.S.A. - C.A.B.A.
Tel.: (011) 4342.0800 - consultas@enteley22400.org.ar

Administración: Av. de Mayo 695 - 1° Piso, Oficina B - C.A.B.A.
Tel.: (011) 4331.6680 - administración@enteley22400.org.ar

www.enteley22400.org.ar

- VERANO CON -

EL DOBLE DE FELICIDAD



¡SUMÁ PUNTOS
Y CANJEALOS
POR VOUCHERS
QUE **DUPLICAN**
TUS BENEFICIOS!

¡DISFRUTÁ DE INCREÍBLES
PROMOS Y DESCUENTOS!

ADHERITE EN

SANCORSEGUROS.COM.AR

Nº de inscripción en SSN
0224

Atención al asegurado
0800-666-8400

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



SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN