



Asegurando

PRESENTE & FUTURO

Revista Bimestral · N° 57

FEBRERO 2019



LOS PRESIDENTES TAIS, TEVES, Y YEBRA OPINAN SOBRE EL SEGURO Y LOS PAS



DR. JORGE MAIORANO
INFORME DEL
DEFENSOR
DEL ASEGURADO



NÉSTOR FABIÁN ÁLVAREZ
PERFIL DEL
PROTESORERO
DE FAPASA



EL GOBIERNO ACTUALIZÓ
LAS DEDUCCIONES
FISCALES PARA SEGUROS
DE VIDA Y RETIRO

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



María Teresa
Teves

Luis Tais

Carlos Manuel
Yebra

Dr. Fernando
Mc Loughlin

Lic. Luis
Made

Dr. Eduardo
Toribio

Esta nueva edición de Asegurando viene repleta de celebraciones. Varias asociaciones primarias realizaron cenas y encuentros para festejar el final de 2018, repasar los logros alcanzados y trazar sus metas para 2019. Y por primera vez, FAPASA y el Ente Cooperador Ley 22.400 conmemoraron juntos el fin del ciclo de capacitación 2018, en una cena realizada el 27 de diciembre pasado en Buenos Aires que sumó a los representantes de las APAS y del Centro Federal de Capacitación. También celebramos que APAS Santiago del Estero haya logrado la adquisición de un inmueble para su sede, su 'casa propia'. Asimismo, damos cuenta de los procesos de renovación de autoridades en tres asociaciones primarias: Mar del Plata, La Pampa y Oeste de la Provincia de Buenos Aires, y Chaco. Felicitamos a los colegas electos para tan honrosa responsabilidad.

Este nuevo encuentro con nuestros lectores inicia con un artículo en el cual los presidentes de APAS Catamarca, Carlos Yebra; APAS Salta, Luis Tais; y APAS Santiago del Estero, María Teresa Teves, analizaron la situación del seguro en sus respectivas provincias, el rol y la imagen del PAS, y su visión sobre la marcha del mercado de seguros.

Todo esto, junto con la información sobre las APAS, brinda una cabal visión de la intensa actividad que el movimiento de productores asesores de

seguros está llevando adelante en todo el país.

En este número también informamos sobre la deducción impositiva para los seguros de Vida y Retiro establecidas mediante el Decreto 59/2019, publicado en el boletín oficial el pasado 21 de enero. Una medida que el sector espera desde hace más de 25 años. Además, Fabián Álvarez, Protesorero de FAPASA, responde a las consultas de la sección 'Perfiles'. A continuación, toda la actualidad del Programa de Prevención de Accidentes y Seguridad Vial de FAPASA.

Más adelante, el Dr. Fernando Mc Loughlin analiza cómo 'la preocupación vende seguros'; presentamos lo más destacado del décimo primer informe anual que el Dr. Luis Maiorano, Defensor del Asegurado de la Asociación Argentina de Compañías de Seguros, presentó ante las autoridades de la cámara; y el Lic. Luis Made reflexiona sobre el cambio cultural que supone la actualización digital en el mercado de seguros.

Para completar esta entrega, toda la información del sector, las acciones de Responsabilidad Empresarial de las aseguradoras y la habitual columna sobre jurisprudencia a cargo del Dr. Eduardo Toribio.

¡Hasta la próxima!



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. Marta 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° Sr. 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

Sr. Hugo Chinellato

Coordinación

Consejo Ejecutivo de FAPASA

Redacción

Lic. Anibal Cejas

Asistente

Eugenio Luis Donda

Colaboradores

Lic. Luis Made

Dr. Fernando Mc Loughlin

Dr. Carlos Fernández Blanco

Dr. Eduardo Toribio

Diseño

Santiago Arce

www.santiagoarce.com

Administración

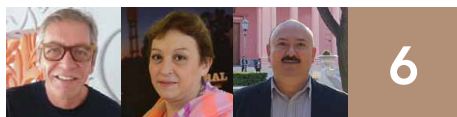
Graciela Palermo

Publicidad

Alicia Lorenzo

Jorgelina Fernández Calderón

SUMARIO



LOS PRESIDENTES TAIS, TEVES,
Y YEBRA OPINAN SOBRE
EL SEGURO Y LOS PAS

NOTICIAS
FEDERALES

10



15

NOTICIAS
INSTITUCIONALES

EL GOBIERNO ACTUALIZÓ LAS
DEDUCCIONES FISCALES PARA
SEGUROS DE VIDA Y RETIRO

16



18

PERFILES:
FABIÁN ÁLVAREZ

EL PROGRAMA DE PREVENCIÓN DE
ACCIDENTES Y SEGURIDAD VIAL DE
FAPASA SIGUE SU MARCHA

24



26

LA PREOCUPACIÓN VENDE SEGUROS
Dr. Fernando McLoughlin

INFORME DEL DEFENSOR
DEL ASEGURADO
Dr. Jorge Maiorano

34

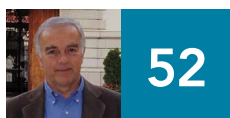


40

CAMBIO CULTURAL PARA
LA ACTUALIZACIÓN DIGITAL
Lic. Luis Made

NOTICIAS
DEL SECTOR

44



52

JURISPRUDENCIA
Dr. Eduardo Toribio

ANÍBAL CEJAS

LOS PRESIDENTES TAIS, TEVES Y YEBRA OPINAN SOBRE EL SEGURO Y LOS PAS

EN ESTE ARTÍCULO, TRES PRESIDENTES DE APAS QUE INTEGRAN LA ZONA NOA DE NUESTRO PAÍS ANALIZARON LA SITUACIÓN DEL SEGURO EN SUS RESPECTIVAS PROVINCIAS, EL ROL Y LA IMAGEN DEL PAS, Y SU VISIÓN SOBRE LA MARCHA DEL MERCADO DE SEGUROS.

Entre los temas dominantes, encontramos la elevada carga impositiva, la venta ilegal de seguros, la fuerte competencia por precio entre operadores, la baja conciencia aseguradora, y cierta 'brecha' entre las expectativas de los clientes y los productos que el mercado pone a disposición.

En primer término, María Teresa Teves, Presidenta de APAS Santiago del Estero, analizó la situación del seguro en su provincia: "En nuestro medio, al igual que en las otras economías regionales, la situación es difícil.

En Santiago del Estero la principal industria es la forestal siguiendo en menor medida la ganadería y la agricultura, hacia el Oeste de la provincia tenemos explotación minera y en

estos últimos años un fuerte empuje en turismo. Teniendo en cuenta estos parámetros es como se distribuye la producción de cada PAS, siendo el seguro automotor siempre el más requerido.

Dentro de lo que es la Capital provincial y ciudades más importantes el ramo Caucción desempeña un rol significativo, por la permanente inversión del Estado en Obra Pública. La actividad comercial está deprimida y muchos comercios cerrados, esto hace que pólizas de ART o seguros relacionados con esta actividad se hayan dado de baja".

Por su parte, Carlos Manuel Yebra, Presidente de APAS Catamarca, señaló: "En Catamarca tenemos un mercado relativamente pequeño, con presencia de ocho agencias de compañías, otras representadas por productores locales y también la penetración de agentes institorios y productores/organizaciones que operan desde afuera a distancia. Siempre hablando de lo 'legalmente aceptado'.

La ilegalidad, con fuerte presencia, merece un párrafo aparte. Como lo

marcan las estadísticas, no somos la excepción al resto del país y la contratación del seguro está regida, en general, por la falta de cultura aseguradora, destacándose los seguros de Automotores, Riesgos del Trabajo, cauciones, hogar, AP y Vida.

La actividad industrial hoy es mínima y en baja, al igual que la actividad agrícola ganadera (cerraron las textiles y la superficie cultivada del olivo se redujo al 20% de lo era en el pasado).

El principal empleador es el Estado con el 80% del mercado y demanda seguros en forma indirecta con concesionarios de obra pública. La demanda directa de seguros está prácticamente 'impuesta' y monopolizada por su agente financiero.

Durante años la minería solo fue una estadística que vimos pasar, todos los seguros se contrataban fuera de la provincia. Hoy se renuevan las esperanzas con la explotación del Litio".

A su turno, Luis Tais, Presidente de APAS Salta, planteó: "La situación actual del seguro en Salta muestra



alta competencia en precios en el mercado, mayor presencia de brokers de Buenos Aires, mayor presencia de bancos y otros agentes institorios en sus locales de venta.

Lo que más se vende son los seguros de Automotores, ART, Sepelio, Vida básico (poca suma asegurada) y Responsabilidad Civil Comprensiva Comercial (exigencia municipal para negocios). Las industrias, en general, compran todo tipo de seguros, las que menos compran son las agrícolas, ya que en esta zona no hay cobertura multirisgo. Aunque pueden comprar seguros de Granizo e Incendio, el agricultor no se muestra muy interesado en contratar solo estas coberturas.

El turismo toma seguros para proteger su patrimonio. Y los turistas propiamente dichos, solamente demandan seguros cuando están por realizar alguna actividad riesgosa”.

Un mercado difícil

Sobre las dificultades que encuentran los colegas en el día a día de su trabajo como productores asesores de seguros, Yebra consideró: “La falta de conciencia aseguradora y controles efectivos genera las condiciones ideales para que estafadores, improvisados y picaros aprovechen la oportunidad de cometer delitos o competencia desleal.

Siempre nos quejamos de los agentes institorios y los call-centers, pero tenemos denunciados productores/sociedades con 7, 40, 120 y 400 oficinas a su nombre cuando el productor puede tener solamente una.

La carga impositiva es pesada, cada día mayor y siempre recae injustamente en los que cumplimos estando inscriptos en todos los ámbitos, municipal, provincial y nacional”.

Por su parte, Tais apuntó: “Una de las principales dificultades para los PAS son los elevados impuestos. La tasa de ingresos brutos se mantiene en un 6%, pero el mínimo subió a \$ 500 mensuales. Esta carga tributaria resulta muy complicada para los PAS que recién se inician en la profesión.

Otro factor complejo, como mencioné antes, es la alta competencia en precios. Por lo tanto, obtener clientes nuevos o ganar clientes de la competencia se hace difícil.

Otra dificultad es la baja conciencia sobre la toma de seguros, hay mucho camino por recorrer en este sentido”.

Sobre el mismo tema, Teves dijo: “En mi provincia son numerosos los factores que dificultan la comercialización de seguros; por un lado, el desconocimiento del Estado provincial de las normas planteadas por la SSN a cerca de las compañías habili-

tadas para la venta de seguros, lo que genera la proliferación de empresas ilegales que perjudican directamente a los usuarios; por otro, existe una gran falta de conciencia aseguradora entre la población, la venta a través de los agentes institorios que ofrecen paquetes sin asesorar correctamente al consumidor y, por último, en menor escala, se presenta el problema de los clientes que no se habitúan a los medios electrónicos de cobranza”.

Rol del PAS

A pesar de todas las dificultades señaladas anteriormente, el rol del PAS en la sociedad sigue ganando terreno. Y el trabajo de las APAS para ello es muy importante.

“En los últimos años se ha trabajado intensamente en posicionar la imagen del PAS –destacó Teves-. Desde la asociación tratamos de brindarles apoyo y capacitación para formar profesionales con herramientas para competir en este ámbito.

En un mercado en donde hay agentes de ventas que comercializan productos ilegales, la gente muchas veces comete el error de catalogarnos basados en sus experiencias negativas, pero estamos trabajando denodadamente para que esta imagen cambie”.

Seguidamente, Tais especificó: “Des-

de APAS Salta hemos volcado al mercado más de 300 PAS en los últimos años. Creo que estamos en el camino correcto, haciendo saber a la sociedad sobre la importancia del asesoramiento del productor al momento de elegir un seguro.

Todo esto representa un gran esfuerzo porque faltan recursos económicos para difundir nuestro papel dentro de esta industria. Nuestro slogan es: ‘Con un asesor el seguro es más fácil’”.

En tanto, Yebra opinó: “El PAS es fundamental para el desarrollo de la actividad aseguradora. Es el único medio de acceso responsable y profesional al seguro de mucha gente de este interior que no mueve la aguja de los grandes mercados. Además, los PAS somos los únicos difusores de la cultura aseguradora.

Necesitamos más apoyo en esta tarea y su difusión, también mejores herramientas para optimizar nuestro trabajo.

La imagen de la gente sobre el PAS es muy Buena. Hasta hace poco no sabían que era un PAS pero gracias al trabajo de APAS Catamarca y FA-PASA se va reconociendo de a poco nuestra profesión”.

Ilegales

La venta ilegal de seguros es un serio problema en el NOA. Por ello, las APAS de la región siguen denunciando a estos inescrupulosos y lle-

vando adelante acciones con las autoridades locales y provinciales para difundir la problemática.

“Para los ilegales la situación es ‘muy prospera’, hasta exportamos a todo el país, porque muchos pasan desapercibidos en otras provincias, pero acá al ser pueblo chico se reconocen fácilmente –se quejó Yebra-.

Tenemos denunciados de todas las escalas ilegales: burdos estafadores de papeles y compañías falsas, verdaderas organizaciones ilícitas nacionales con pantalla de un productor y/o compañía y múltiples oficinas para recaudar.

También, un poco menos ‘ilegales’ como cadenas de oficinas de productores de otras provincias, y compañías que tienen un canal de ‘agencias/concesionarios de automóviles’ a los que les pagan comisiones fuera de la ley.

Y desleales como institorios o bancos que obligan o engañan ‘amablemente’ a sus clientes para contratar coberturas con determinadas compañías.

Estamos trabajando desde APAS con los municipios y la provincia, ya que hay mucho desconocimiento sobre la normativa que regula nuestra actividad.

Por nuestra intervención, la municipalidad de la Catamarca Capital tiene ahora requisitos para el rubro

y hasta firmó un convenio de información con SSN en 2015. Pero un falta mucho por hacer en esta materia. La mayoría de los ‘truchos’ no cuentan con habilitación municipal o de rentas provincial.

Estamos trabajando localmente en la conformación de una comisión interjurisdiccional para combatir la venta ilegal en todos los rubros.

El desafío hoy es ir más allá de la denuncia administrativa y denunciar penalmente la evasión impositiva, el lavado de dinero, la organización ilícita y otros delitos federales. Hay que evitar que la desidia o el cohecho les permitan a los delincuentes seguir operando”.

En la misma línea, Teves puntualizó: “La situación con la venta ilegal en la provincia no ha tenido cambios significativos, no por falta de interés de las autoridades locales y provinciales, así también como la SSN, sino porque son comercios que están organizados sobre bases inexistentes, por lo que cuando se hace una denuncia o una clausura a una empresa determinada, a la semana cambia la razón social y sigue funcionando, y continua en la venta de productos ilegales, hasta la próxima denuncia.

Desde la Asociación estamos trabajando con las entidades gubernamentales para cambiar las normas de habilitación de estas oficinas y asesorándolas sobre cuáles son las compañías habilitadas y de qué manera deben certificar estas habilitaciones.

En forma paralela tratamos de generar conciencia en los usuarios”.

Más adelante, Tais observó: “!La venta ilegal tiene precios de locos! Creo que en el corto plazo esto tendría que desaparecer. La SSN tomó y sigue tomando medidas contra las empresas ilegales que tienen junto a una red comercial, un sistema de bajísimos costos, póliza en papel y recibos manuales. De todos modos, estas empresas cada día tienen menos espacio para continuar con su accionar ilegal”.

Conciencia aseguradora

¿Qué hay que hacer para incrementar la conciencia aseguradora en la sociedad?

Yebra respondió: “Hace falta mucha difusión, mucha educación, mucho compromiso y más perseverancia de todos los actores del mercado, no solo de FAPASA, donde hemos llevado muchas propuestas”.

Seguidamente, Teves marcó: “Acentuar la conciencia aseguradora en la provincia es un desafío que nuestra Asociación ha tomado en forma concienzuda, creemos que es una de nuestras obligaciones como profesionales del seguro trabajar en desarrollar esa conciencia aseguradora. Estamos ocupándonos de su difusión en los diferentes medios de comunicación tanto tradicionales como virtuales”.

Para Tais, “toda la industria tiene que volcar más recursos económicos para incrementar la conciencia aseguradora, junto con el Estado, las cámaras aseguradoras, el sindicato, FAPASA, las APAS, y crear un plan estratégico para crecer en verdad”.

Situación del seguro

Por último, los dirigentes analizaron la situación actual del mercado asegurador argentino.

En este sentido, Yebra planteó: “El mercado de seguros está acomodándose a las nuevas pautas de la SSN y de la realidad económica que nos toca transitar, con mucho potencial para desarrollar.

Hoy, salvo casos puntuales, se miran más los resultados técnicos, y se redujo el margen financiero. Ya no hay tanta diferencia entre Compañías en el premio de una misma cobertura. Empieza a ponderarse más el asesoramiento, la atención, los servicios, forma de pagos de siniestros, todo lo que hace a la experiencia de tener un seguro.

Respecto a los reclamos veo muchos cambios, mejorando o tercerizando los centros de atención, algunos buenos y otros no tanto. Suele faltar capacitación, y descuidan la atención a los clientes o el tercero.

Me atrae la oferta de nuevos productos, todos agudizamos más el ingenio y es un trabajo a largo plazo, un

desafío entre los que hacemos este mercado”.

A esto, Teves añadió: “Si bien la situación económica nacional es muy complicada, vemos que hay ciertos indicadores que pueden hacer que el mercado asegurador se active a través de crear conciencia aseguradora para que así los usuarios comprendan que justamente al haber crisis es cuando deben tener un seguro que cubra sus bienes, porque si pasa algo es muy difícil reponer el patrimonio.

La nueva reglamentación de aumento en la base imponible en el impuesto a las ganancias en los seguros de vida nos da una herramienta más para mostrar al cliente la importancia de tener este producto.

Las compañías están lanzando planes que se tratan de adecuarse a la situación actual de los usuarios, estos, a su vez, buscan ajustar las coberturas a su situación económica”.

Para finalizar, Tais precisó: “Desde hace mucho, la mayor parte de las compañías se salvan por el resultado financiero, porque el técnico estuvo y está al rojo vivo. En algún momento, el negocio financiero no será bondadoso, y ahí veremos cómo el mercado se acomodará. Por ahora se trata solamente de precios, oferta de productos. Entiendo que no hay muchos productos nuevos en el mercado, sino más bien una reconversión de los viejos”.

SE ELIGIERON NUEVO CONSEJO DIRECTIVO EN APAS MAR DEL PLATA Y NUEVA COMISIÓN DIRECTIVA DE APAS LA PAMPA Y OESTE DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES, Y DE APAS CHACO

El 07 de diciembre de 2018 se renovaron las autoridades de la Asociación de Productores Asesores de Seguros de La Pampa y Oeste de la provincia de Buenos Aires, de acuerdo al estatuto, quedando aprobada la Comisión Directiva con mandato por 2 ejerci-

cios. Del mismo modo, pero el 13 de diciembre, se celebró la Asamblea General Ordinaria de la Asociación Marplatense de Productores Asesores de Seguros que entre otros puntos, eligió la nueva conformación del Consejo Directivo de la entidad.

APAS Chaco realizó el día 28 de noviembre, la Asamblea Anual Extraordinaria con el objeto de la misma de aprobar balance y renovar autoridades.

Felicitamos a los colegas electos.



APAS MAR DEL PLATA

Presidente: Pablo Ariel Castro

Vicepresidente: Carlos A. Parodi

Secretaria: Laura Gabriela Eguren

Pro Secretario: Eduardo Monticelli

Tesorero: Jorge Omar Nario

Protesorero: Santiago Ariel Castro

Vocales titulares

1º: Julio Cesar Martínez

2º: Carolina Parodi

3º: Daniel Luis Riera

4º: Humberto Osvaldo Calandra

5º: Juan Ignacio Merodio

6º: Gustavo Gabriel Scoppa

Vocales suplentes

1º: Santiago Jauregui

2º: Hernán Jose Rossi

3º: Ramiro Tejon

4º: Roberto Oscar Abad

5º: Esteban Daniel Nario

6º: Daniel Oscar Bozzo

Comisión Fiscalizadora Titulares

1º: Juan Carlos Rodríguez

2º: Félix Antonio Rocco

3º: Gisela Minnicelli

Suplentes

1º: Maria Marcela De Santis

2º: Guillermo Martínez Taylor



APAS LA PAMPA Y OESTE DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES

Presidente: Pablo Cariddi

Vicepresidente: Marcelo Camilletti

Secretario: Guillermo Lofvall

Tesorero: Silvina Carrozzi

Vocales Titulares

1º: Sergio Farchetto

2º: Ignacio Cravero

3º: Adriana Mina

Vocales Suplentes

1º: Yolanda Bustamante

2º: Guillermo Fernández Castro

Junta Fiscalizadora Titular:

1º: Néstor Fabián Álvarez

2º: Mariano Antonietti

Junta Fiscalizadora Suplente

1º: Daniel Mandrini



APAS CHACO

Presidente: Luis Trinca

Vice Presidente: Patricia Gay

Secretario: Pablo Trangoni

Pro Secretaria: M. Victoria Moreno

Tesorero: Marcelo Angione

Pro Tesorero: Fernando Carvalho

Vocales titulares

1º: Edgardo Ariel Mazzaroli

2º: Nahuel Alexandro Rusitschka

3º: José Luis Herrera

Vocales Suplentes

1º: Matias Nicolás Angione

2º: Nelson Edgardo Campagnola

3º: Daniel Eduardo Rabinovich

Comisión Revisora

de Cuentas Titular

1º: Horacio Esteban Zacarias

2º: Ramon Angel Pucheta

3º: Orlando Domingo Stangaferro

Comisión Revisora

de Cuentas Suplente

1º: Enrique Humberto Cubells

2º: Oscar Moreno

3º: Hugo Alejandro Meza

Consejo Consultivo:

Ruben Ramírez

Alliana Hector Medina

GEOLOCALIZADOR DE PAS

APAS Cuyo implementó un geolocalizador de Productores Asesores de Seguros, disponible en su web: <https://apascuyo.org.ar/localizador/>

Este permite seleccionar zonas geográficas y brinda la información precisa de los Productores Asesores

de Seguros que tienen su domicilio comercial en la misma con los datos necesarios para contactarse: apellido y nombre, dirección, teléfono fijo y móvil y correo electrónico.

Esta herramienta es ideal para que cualquier asegurado o asegurable pueda contactar al profesional más

cercano a su domicilio o su área de interés.

En el mismo están cargados todos los asociados de APAS Cuyo con su cuota al día, los cuales tienen acceso gratuito a este servicio de divulgación de la actividad de los Productores Asesores de Seguros.

BRINDÍS DE FIN DE AÑO APAS ROSARIO Y SUR DE SANTA FE



El jueves 20 de diciembre de 2018, APAS Rosario y Sur de Santa Fe celebró su brindis de fin de año en su sede social en la ciudad de Rosario. Liderados por su presidente, Giani Percivalle, los colegas rosarinos repasaron sus logros del año y trazaron los planes para el presente.

CENA DE FIN DE AÑO DE APAS CATAMARCA



Las elegantes instalaciones del Hotel Casino Catamarca, fueron el marco ideal de este histórico encuentro, “la primera cena institucional” desde la fundación de la Asociación allá por diciembre de 2014.

Con una importante asistencia de los asociados, el encuentro fue motivo de compartir experiencias e inquietudes profesionales, de este difícil año, que hizo de la velada una agradable noche de camaradería mientras se degustaba un menú preparado especial para la ocasión acompañado además con excelentes vinos catamarqueños.

Al cierre el Sr. Presidente Carlos Manuel Yebra se dirigió a los presentes destacando la importancia de estar unidos para defender nuestros derechos y trabajar en conjunto a todas las asociaciones integrantes de FAPASA para me-

jorar cada día nuestra profesión. “En este corto tiempo de vida de nuestra asociación, los PAS de Catamarca siempre han estado representados en todos los eventos que se nos convocó, acompañando, llevando la palabra, las problemáticas y también las propuestas respectivas.

La activa participación hubiera sido estéril sin ser parte de nuestra FAPASA y la predisposición al federalismo y al trabajo de su presidente Jorge Zottos, que nos permitió posicionar en las agendas nacionales problemáticas, hasta hace poco soslayadas y tan importantes para nosotros, como es la de los ilegales.

Esa decisión de participar activamente nos llevó a ocupar cargos dentro del Consejo Directivo de FAPASA y una asistencia casi perfecta a todas las reuniones de Consejo Federal y convocatorias

que se realizaron por distintos temas como cobranza electrónica, Art. 46 y 47 ART, Póliza Digital Seguro Verde, Foros del seguro y CNPAS Paraná 2018 siendo parte de la comisión redactora de la Carta de Paraná que nos guiara los próximos años

Pero había que seguir creciendo, en Catamarca necesitamos que todos participen, acá no tenemos problemáticas o comisiones que diferencien a productores por edad o sexo, todos tienen lugar y necesitamos ser más, que cada PAS de Catamarca y La Rioja difundan la cultura aseguradora. Con este objetivo se reanudaron los PCA con un gran diferencial tenemos: “plantel docente propio”, un importante logro, gracias al respaldo y la capacitación brindada por el Centro Federal de Capacitación.

Se nos presentan muchos desafíos pendientes como el adquirir un

espacio para que funcione nuestra sede, combatir más fuertemente la ilegalidad, la venta desleal de las compañías e institorios, también fomentar la contratación prioritaria con PAS de Catamarca de los

seguros del estado y las empresas que trabajan en la provincia, tener representación local de OSSEG, participar de las instituciones locales como la Federación Económica y la Unión Comercial de Ca-

tamarca, posicionar al PAS como único profesional del seguro y seguir trabajando solidariamente en la difusión y fomento de la cultura aseguradora con la que estamos comprometidos”.

CAMBIO DE DOMICILIO DE APAS NOROESTE



A partir de enero APAS Noroeste atenderá en su nuevo domicilio ubicado en Roque Vázquez N° 7 (Entrepiso) en la ciudad de Junín, provincia de Buenos Aires.

El horario de atención es de 8.30 hs. a 12.30 hs. Y los medios de atención telefónica son al teléfonos: 0236-44 44 4033 y al celular y whatsapp 0236-15 441 7474.

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

APAS SANTIAGO DEL ESTERO CON CASA PROPIA Y ENTREGA DE DIPLOMAS



A mediados de noviembre de 2018, la asociación alcanzó el objetivo largamente esperado: adquirieron su casa propia. Y el 14 de diciembre pasado, hicieron entrega de los diplomas a los 140 nuevos productores asesores y a otros colegas de mucha antigüedad en la profesión que no se les había entregado su diploma oportunamente. La ceremonia contó con la presencia de autoridades de FAPASA: el Presidente

Jorge Luis Costas Zottos, el Vicepresidente Hugo Santiago Chinelatto, el Secretario, Eugenio Luis Donda, y el Prosecretario Santiago Ripol. También asistió el presidente del Ente Cooperador Ley 22400, Daniel Rosenberg.

Asimismo, fueron invitados los socios fundadores de la asociación para rendirles un homenaje. En la ocasión,

Jorge L. Zottos, María Teresa Teves, Presidente de APAS Santiago del Estero, y Cecilia Tarletta, directora académica de la entidad, ofrecieron unas sentidas palabras de reconocimiento a los homenajeados, y revalorizando el rol del PAS. Para el 2019, APAS Santiago del Estero se ha fijado varias metas, como iniciar un nuevo PCA en el mes de Marzo, y seguir dictando diferentes capacitaciones a sus socios.

APAS CHACO CELEBRÓ SU CENA DE FIN DE AÑO



El 11 de diciembre, APAS Chaco realizó su cena de fin de año con la presencia de Jorge L. Zottos, presidente de FAPASA, productores, miembros de la comisión directiva y representantes de APAS Corrientes. En la misma se efectuó un balance de lo realizado en el año y se definieron los objetivos de la nueva presidencia hasta el año 2020.

CENA DE FIN DE AÑO DE FAPASA Y EL ENTE COOPERADOR



El pasado 27 de diciembre de 2018, FAPASA y el Ente Cooperador Ley 22.400, celebraron una Cena de Fin de Año en un restaurante de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Es la primera vez que ambas entidades celebran el fin de año en conjunto.

Estuvieron presentes los presidentes y representantes de las APAS de todo el país, así como los miembros del Consejo Directivo de la Federación, directivos, empleados y docentes del Ente Cooperador Ley 22.400 y del Centro Federal de Capacitación de FAPASA.

NUEVO MÉTODO PARA DESCARGAR BOLETA DE PAGO



La Superintendencia de Seguros de la Nación aplicó una nueva modalidad de gestión para boleta de pago de la matrícula.

En la siguiente dirección web, los Aspirantes a la Matrícula de Productores Asesores de Seguros pueden descargar la **boleta del**

derecho de inscripción a la matrícula, como así también encontrar toda la información correspondiente a dicho trámite.

<https://www.argentina.gob.ar/obtener-matricula-de-productores-asesores-de-seguros-aspirantes>



EL GOBIERNO ACTUALIZÓ LAS DEDUCCIONES FISCALES PARA SEGUROS DE VIDA Y RETIRO

EL PODER EJECUTIVO NACIONAL ACTUALIZÓ DE LAS DEDUCCIONES IMPOSITIVAS PARA LOS SEGUROS DE VIDA Y RETIRO MEDIANTE EL DECRETO 59/2019 PUBLICADO EN EL BOLETÍN OFICIAL EL PASADO 21 DE ENERO.

La norma establece los montos deducibles anuales en el impuesto a las Ganancias en concepto de primas de seguros de vida y primas de ahorro en los seguros de retiro por parte de asegurados y tomadores, así como también a la adquisición de cuotas partes de fondos comunes de inversión destinados a retiros.

Los montos se establecieron en \$12.000 para el año 2019, \$18.000 para 2020, y en \$24.000 para 2021. La medida fue anunciada el 17 de enero, luego de una reunión entre el presidente Mauricio Macri, los minis-

tros de Hacienda, Nicolás Dujovne, de Producción y Trabajo, Dante Sica; el presidente del BICE, Francisco Cabrera; y el Superintendente de Seguros de la Nación, Juan Pazo.

En dicha conferencia de prensa, en la que estuvo presente Asegurando, se informó que el monto determinado para 2021 (\$24.000) será actualizado según la variación de la Unidad de Valorización Tributaria.

“El monto dispuesto para el período fiscal 2021 se ajustará según lo que se establezca en la ley que se dicte en función de lo previsto en el artículo 303 de la Ley N° 27.430 y sus modificaciones”, reza el Decreto 59/2019.

Este nuevo índice de actualización se conformará luego que el Gobierno envíe al Congreso un proyecto de ley que determinará con exactitud los componentes del mismo. De esta manera, no solo se actualizan los

montos de las deducciones sino que se amplía su alcance. Ahora también se podrán deducir las primas de ahorro de los planes de seguros de vida. Además, no solo se permite la deducción a los asegurados, como ocurría hasta el presente, sino que se agrega a los tomadores, y a los responsables inscriptos de la 3ª. Categoría, en la posibilidad de deducir para sí mismos o como tomadores, las primas de seguros colectivos. Y se reincorporan las deducciones a los seguros de retiro individual (que habían sido eliminadas por la Ley N° 26.425, de 2008).

Otra novedad de relevancia es que se ha sumado a las cuotas partes de los Fondos Comunes de Inversión para fines de retiro a la deducción. De todos modos, habrá que ver de qué manera se reglamenta esta posibilidad por parte de la Comisión Nacional de Valores.

¿Cuál será el tiempo mínimo de

permanencia? Por otra parte, estos instrumentos seguirán siendo muy distintos a los seguros de Retiro ya que no pueden otorgar una cobertura ante el fallecimiento del tomador.

Buena noticia

Si bien es cierto que durante 2018 se especulaba con que los montos de las deducciones alcanzarían los \$ 20.000 anuales, no menos cierto es que esta recomposición fue demorada durante 25 años.

Además, supone un esfuerzo del Estado que resignará ingresos tributarios en momentos en los que plantea una política de 'déficit cero'. De hecho, la Asociación Civil de Aseguradores de Vida y Retiro de la República Argentina, AVIRA, celebró la noticia expresando que la misma "redundará en beneficios para la economía nacional". ***"Las 43 compañías que integran AVIRA, apoyan abiertamente la decisión anunciada y confían en el impulso que la misma brindará al sector en particular y a la economía en general"***, indicaron.

A la vez, Mauricio Zanatta, Presidente de AVIRA, sostuvo: ***"Entendemos que se trata de un importante paso adelante, no sólo para nuestra industria sino también para la economía nacional, ya que promoverá el tan necesario aborro interno de largo plazo, a la vez que otorga protección a los asegurados y sus familias. A partir del progresivo aumento de los capitales administrados,***

las compañías podrán invertir aún más en proyectos de duración extensa, que impactarán en la economía y le generarán más dinamismo. Colaborarán con el financiamiento a diversos sectores y facilitarán el acceso al capital productivo".

Según datos de la Superintendencia de Seguros de la Nación, el total de la producción en Seguros de Personas en el ejercicio 017/2018 alcanzó a 57.617 millones de pesos, 17% más que en el período anterior. Vida, en sus diferentes subramos, llegó a los 43 mil millones de pesos, Retiro a los 6

mil millones de pesos, y Accidentes Personales casi los 8 mil.

Las compañías de Retiro administran una cartera de 84 mil millones de pesos y las de Vida de \$43 mil.

El mayor porcentaje de esos fondos hoy está alocado en títulos públicos, luego en fondos comunes de inversión y en tercer lugar de importancia en plazos fijos.

El resto se diversifica en obligaciones negociables, fideicomisos financieros y acciones.



En la misma conferencia de prensa del 17 de enero en la que se anunció la actualización de los incentivos fiscales, el Superintendente de Seguros de la Nación, Juan Pazo, y el Secretario de Emprendedores y PYMES de la Nación, Mariano Mayer, informaron que las aseguradoras asumieron el compromiso de subir del 3% al 5% las inversiones en instrumentos PYMES, para aumentar el

fondeo de los instrumentos para el financiamiento de PYMES, como el descuento de cheques. Esperan recaudar unos \$ 11 mil millones.

Asimismo, se indicó que las aseguradoras de Vida y Retiro destinarán 10% de sus carteras de inversiones al desarrollo de viviendas, créditos hipotecarios y obras de infraestructura, por valor de \$ 16 mil millones.

PERFILES

NÉSTOR FABIÁN ÁLVAREZ

EN EL PASADO MES DE OCTUBRE FUE ELEGIDO COMO PRO TESORERO DE FAPASA POR LOS REPRESENTANTES DE TODAS LAS APAS DEL PAÍS. EN ESTA ENTREVISTA, NOS REVELA ASPECTOS DE SU VIDA Y SU VISIÓN DEL SEGURO Y DE LA ACTIVIDAD DEL PAS.

NACÍ EN TRENQUE LAUQUEN PERO ADOPTÉ LA CIUDAD DE SANTA ROSA PARA VIVIR, FORMAR SU FAMILIA, Y DEDICARME A LA PROFESIÓN QUE EJERCE CON PASIÓN.

Revista Asegurando (R. A.): ¿Estado civil?

Fabián Álvarez (F. A.): Casado.

R. A.: ¿Hijos?

F. A.: Tengo dos hijos, Tomás y Lucía.

R. A.: ¿Edad?

F. A.: 54 años

R. A.: ¿En cuál zona ejerce su actividad de PAS?

F. A.: En la provincia de La Pampa y en el oeste de la provincia de Buenos Aires.

R. A.: ¿Tiene oficina propia? ¿Dónde?

F. A.: Sí, tengo una oficina propia en Santa Rosa, La Pampa, en sociedad con Ariel González, amigo y colega desde hace 24 años.

R. A.: ¿Cuántos empleados tiene?

F. A.: En la organización tenemos 8 empleados/as administrativos/as, una empleada de maestranza, un CPN y está comenzando sus primeros pasos mi hijo Tomás, que además de ser PAS, es Ingeniero Agrónomo.

R. A.: ¿Cuántos PAS trabajan en su Organización?

F. A.: En la actualidad son 12 productores/as operando con la organización, muchos/as de ellos/as del interior de la Provincia, de Santa Rosa y de Trenque Lauquen (ciudad bonaerense).

R. A.: ¿Tiene algún hobby?

F. A.: La carpintería aunque un poco olvidada. Disfruto mucho, también, de ir al campo los fines de semana.

R. A.: ¿Cuál es el último show que vio, o último recital al que asistió,



o última película que vio, o última obra teatral?

F. A.: A pesar de que no soy muy afecto a la música, el año pasado disfruté mucho un recital de varios artistas argentinos y uruguayos (Vitale, Lizarazu, Gieco, Rada, Agarrate Catalina, Patricia Sosa, entre otros) en Montevideo.

La última película que vi fue “El amor menos pensado” y la obra teatral fue “Un rato con él” con Julio Chávez y Adrián Suar.

R. A.: ¿Cuál es su comida preferida?

F. A.: La verdad que todas, pero prefiero las comidas de olla. Cuando visito a mi madre, como sopa y puchero, en verano y en invierno.

R. A.: ¿Qué significa para Ud. la justicia?

F. A.: Es un eslabón fundamental en

el funcionamiento de toda sociedad y la única herramienta para evaluar el comportamiento de la ciudadanía. Debemos exigir una justicia que cada día sea mejor y saber que todos nuestros actos están bajo su mirada.

R. A.: ¿A qué le teme en la vida?

F. A.: Más que temer, siento impotencia ante la presencia de problemas de salud de la gente que quiero.

R. A.: ¿Qué es lo que más le gusta de la ciudad donde vive?

F. A.: Lo que más me gusta es que para ser una ciudad, es chica y para ser un pueblo, grande. Podemos conservar hábitos pueblerinos y aún disfrutar de su tranquilidad (aunque se va perdiendo poco a poco)

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

F. A.: Creo que el más importante fue a los 18 años cuando decidí venir de mi ciudad natal (Trenque Lauquen) a Santa Rosa a estudiar. Dejar familia y amigos fue duro, pero después de 36 años y mirando para atrás, volvería a hacerlo.

En La Pampa, formé mi familia, un grupo de amigos/as que aún conservo y una actividad que desconocía y hoy desarrollo, quiero, cuido y disfruto mucho.

R. A.: ¿Cuáles son sus vacaciones ideales?

F. A.: En la playa y con la familia.

R. A.: ¿Cuál es su músico o grupo musical preferido?

F. A.: Aunque suene raro, no me gusta mucho la música, escucho mucha radio.

R. A.: ¿Cuál fue su primer contacto con el seguro?

F. A.: Cuando me viene a estudiar, necesitaba trabajar y mi primer empleo fue en una oficina de una Compañía que estaba radicada en Santa Rosa.

R. A.: ¿Cuándo se inició en la actividad de Productores Asesores de Seguros?

F. A.: La matrícula de productor la saqué en el año 1998.

R. A.: ¿Qué edad tenía cuando se inició en la actividad de PAS?

F. A.: Me independicé a los 32 años. Desde ese momento comparto con Ariel, mi socio, el desarrollo de la Organización.

R. A.: ¿A cuáles ramos se dedica preponderantemente?

F. A.: Nos dedicamos a los seguros Patrimoniales y ART. Aunque el desarrollo de esta última viene medio raro e incierto.

R. A.: ¿Cuál es el proyecto profesional que desearía llevar adelante y por qué?

F. A.: Sin ninguna duda desearíamos realizar un proyecto de seguros de vida. En nuestra organización tuvimos un intento de desarrollo del negocio, pero llegó el 2001 y fracasó. Desde ese momento nos ha costado mucho pensar en uno nuevo, pero sabemos que lo debemos desarrollar.

R. A.: ¿Cómo ve la marcha del mercado de seguros?

F. A.: Mirándolo como PAS, muy

dinámico, con nuevos actores y con la tecnología que nos lleva por delante. Por suerte, seguimos contando con una gran fortaleza que es el día a día con los/as asegurados/as que en el interior se potencia bastante.

En este último tiempo, hubo cambios importantes como la bancarización de la cobranza, que hoy puedo decir que fue positivo y la última novedad que abrirá posibilidad de mercado es el incentivo en los seguros de vida y retiro con la deducción en los impuestos a las ganancias.

R. A.: ¿Cómo afecta la inflación al seguro?

F. A.: La inflación en cualquier economía es nefasta. En nuestra activi-





TIEMPO DE SEGUROS

El programa radial del sector asegurador

RADIO ARGENTINA AM 570

Un equipo con experiencia y trayectoria

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

Conducción: Fernando G. Tornato y Marcelo E. Deve

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

dad debemos sumarle la responsabilidad del PAS de mantener valores asegurados acordes, que se ajusten a los valores reales de los bienes. Esto último es fundamental a la hora de los cálculos en caso de siniestros y uno de los factores de conflicto con el Asegurado y la Cía. Estos ajustes, nos insumen mucho tiempo y no nos permiten dedicarlo a nuevos negocios.

También se nota de parte de las Aseguradoras, tarifas no técnicas, poco claras y que por momentos parecen puramente de recaudación.

R. A.: ¿Qué opina del fraude en el seguro?

F. A.: Es un tema de todos los días y mucho más en épocas de crisis. Todos los actores del mercado debemos luchar contra el fraude y denunciarlo.

Sostengo que una Compañía que en esta época de inflación pague a 45 días **también es fraude.**

R. A.: ¿Qué hay que hacer para incrementar la conciencia aseguradora?

F. A.: Es un tema cultural y todos debemos trabajar para incrementar la conciencia aseguradora. Se debe hacer desde temprana edad, incorporarlo en la educación junto a la educación vial. El principal rol lo debe desarrollar el estado. Las entidades intermedias de primer y

segundo grado, Compañías, PAS y otros, debemos comprometernos y acompañar en el desarrollo de esas políticas de Estado.

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

F. A.: En épocas de crisis, la contención de los/as asegurados/as, reviendo coberturas, sumas aseguradas y costo. Ese es un tema recurrente.

Con respecto al trabajo con las Aseguradoras, noto que día a día hay gente con menos capacidad técnica para desarrollar algunas coberturas específicas.

R. A.: ¿Qué diferencia hay entre los productores jóvenes y aquellos más maduros, más experimentados, con varias décadas de experiencia?

F. A.: Los/las jóvenes son jóvenes, vienen con otra impronta, con tecnología incorporada, son más atrevidos/as. Lo que sí noto, es que son dispersos/as en sus tiempos y en el desarrollo de sus planificaciones.

R. A.: ¿Cuándo inició su actividad gremial en APAS La Pampa y en cuáles circunstancias?

F. A.: Con un grupo de productores y fomentado desde FAPASA y desde la Asociación de Bahía Blanca formé parte del grupo de PAS funda-

dores de la Asociación, ocupando la Presidencia de la primera comisión directiva. APAS se creó el 4 de julio de 2009 y desde ese momento nunca abandoné la Asociación. Ocupé varios cargos y fundamentalmente tengo a cargo la organización de las capacitaciones a los/as productores/as.

R. A.: ¿Cómo llegó a ser Protesorero de FAPASA?

F. A.: Desde que formé parte del Consejo Federal como presidente de mi primaria, me vinculé y me interesé por las actividades de la Federación. Integré la comisión en varias oportunidades, y participé con mucho interés en el Centro Federal de Capacitación. El año pasado el Presidente Jorge L. Zottos, me invitó a formar parte de la CD como protesorero.

R. A.: ¿Por qué milita en FAPASA?

F. A.: Naturalmente me gusta participar en comisiones y estoy convencido de que la única manera de lograr objetivos comunes es estando agrupados y participando activamente.

Si bien formo parte de APAS LP y OBA, esta es una agrupación de primer grado, que conforma FAPASA y esta debe ser nuestra entidad que defienda y marque el rumbo de nuestra actividad como productores asesores de seguros.

EL PROGRAMA DE PREVENCIÓN DE ACCIDENTES Y SEGURIDAD VIAL DE FAPASA SIGUE SU MARCHA

EL PROGRAMA, COORDINADO POR EL COLEGA RICARDO BÁEZ NUNES, TIENE UNA ACTIVA PARTICIPACIÓN EN EL COMITÉ CONSULTIVO DE LA AGENCIA NACIONAL DE SEGURIDAD VIAL ELABORANDO Y REVISANDO LAS POLÍTICAS PÚBLICAS SOBRE SEGURIDAD VIAL QUE LA MISMA ANSV ENVÍA PARA SU CONSULTA.

Para nuestro sector específicamente, lo más destacable fue la propuesta, la participación en el debate y el tratamiento de la póliza digital, aprobada por unanimidad por el Comité Consultivo primero y luego en el Consejo Federal de Seguridad Vial, lográndose imponerlo en todas las jurisdicciones del país.

El Comité Consultivo de la ANSV destacó la implementación de la póliza digital como un hecho relevante del último año en su Memoria Anual 2017-2018.

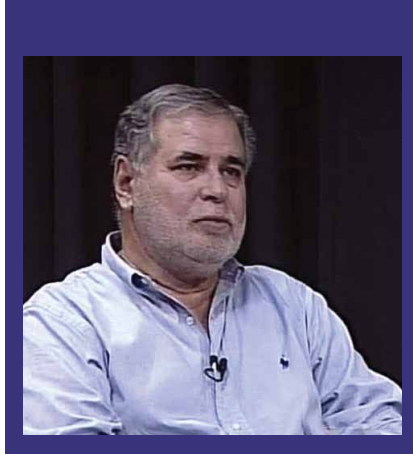
De hecho, en relación a la implementación de la póliza digital, el documento remarca: “A partir de la sanción de la Ley 27.444, en la Asamblea Plenaria del 3 de agosto de 2018 se plantearon las siguientes recomendaciones en orden a la implementación de la norma en todo el país:

-Requerir al Director Ejecutivo

de la ANSV el dictado de una Disposición estableciendo, de acuerdo a lo prescripto por el artículo 113 de la Ley 27.444 (B.O. 16/06/18), que la falta de portación del comprobante de seguro obligatorio en papel no podrá ser aducida por la autoridad de comprobación y/o constatación para determinar el incumplimiento de los requisitos para la circulación, siempre que su contratación puede probarse por cualquier medio digital.

-Solicitar a la ANSV el planteo del tema en la próxima reunión del Consejo Federal de Seguridad Vial, entregándose copia de la Disposición requerida en el punto anterior a los representantes de las 24 jurisdicciones del país.

-Requerir la publicación del art. 113 de la Ley 27.444 y de la Disposición solicitada en el punto 1. en la página web de la ANSV”.



Participación en el Congreso de Mendoza

Por otra parte, el Comité Organizador del Congreso Internacional de Seguridad, organizado por el Ministerio de Seguridad, Ministerio de Economía, Infraestructura y Energía de la Provincia de Mendoza, junto a la Sociedad Argentina de Evaluadores de Salud, que se llevó a cabo del 17 al 20 de agosto de 2018, con sede en el hotel Inter Continental de la ciudad de Mendoza, y que contó con la asistencia de 3.190 participantes, invitó a Ricardo Báez Nunes a participar en calidad de Disertante en la Conferencia sobre “Políticas Públicas para la Seguridad Vial”.

En el evento, el colega Báez Nunes hizo una descripción de las políticas públicas aplicadas sobre seguridad vial en el país desde la apro-

LA REALIDAD DE LA SEGURIDAD VIAL EN ARGENTINA ES MUY COMPLEJA. NO SE OBTIENEN RESULTADOS A PESAR DE LOS 24 AÑOS DE VIGENCIA DE LA LEY NACIONAL DE TRÁNSITO Y YA CASI 11 AÑOS DE LA CREACIÓN DE LA ANSV.

bación de la Ley 24.449 hasta la fecha, pasando por la sanción de la ley 26.363 de creación de la ANSV y los resultados obtenidos.

Representando a FAPASA, el especialista expuso cifras de la Organización de las Naciones Unidas que dan cuenta que 1,3 millones de personas mueren al año en el mundo en accidentes de tránsito y que el 90% de las muertes en accidentes de tránsito se dan en países

de ingresos bajos y medios, donde se halla menos de la mitad de los vehículos matriculados en el mundo. Sobre la situación argentina, dijo que los accidentes de tránsito son la tercera causa de muerte, después de las enfermedades cardiovasculares y el cáncer. Y que son la primera causa de muerte entre las personas jóvenes, de 17 a 35 años.

Si bien reconoció que aún no existen datos oficiales de muertes, se estima que en 2016 fallecieron 5.613 personas en accidentes de tránsito.

Entre las políticas públicas para la seguridad vial mencionó:

- Programas de Seguridad y Educación Vial.
- Convenios con Instituciones pú-



Sponsor Oficial de Las Leonas y Los Leones

»» descargá tu **Póliza Digital** por nuestra App Triunfo Móvil o por triumfoseguros.com

Nº de Inscripción en SSN: 402

Atención al asegurado 0800-666-8400

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



blicas y privadas, municipales, provinciales y nacionales. Controles conjuntos.

-Concejos Municipales de Seguridad Vial.

-Transporte Público.

-Movilidad Urbana sustentable.

-Plan de infraestructura.

Respecto de la Educación Vial sostuvo la necesidad de capacitar a los Agentes de Control, llevar adelante programas de Formación y Capacitación de docentes, enseñanza en establecimientos de todos los niveles, pero específicamente en los niveles medio y superior, impulsar una escuela pública de manejo de autos y motos, y que los exámenes para la obtención de Licencias de conducir sean más rigurosos.

Asimismo, enfatizó la importancia de sostener campañas de difusión y concientización sobre la problemática vial con foco en la cultura de la prevención, las normas de tránsito y la seguridad vial, reforzar las campañas de conductores responsables y desarrollar acciones específicas destinadas a motociclistas.

En otro momento de su disertación, habló sobre la norma ISO 39001, un Estándar Internacional que establece los requisitos para un sistema de gestión de la seguridad vial.

Dicha norma está destinada a empresas de Transporte de pasajeros o mercancías, empresas con flotas de vehículos, con personal de ventas, instalaciones, mantenimiento, repartidores, mensajería etc., o cualquier empresa tanto del sector Público como Privado en la que la movilidad sea una parte importante de su operación.

El convenio con la ANSV

Respecto de la marcha del convenio firmado entre FAPASA y la ANSV, Baez Nunes subrayó: “En el 2018 se ha firmado el Convenio y en 2019 estamos esperando la asignación presupuestaria y la aprobación del plan de trabajo por parte del Consejo Federal de FAPASA.

La idea fundamental es la capacitación de los PAS para colaborar activamente con los asegurados, las instituciones intermedias y públicas en la difusión de las políticas de prevención de accidentes. Vamos a visitar cada una de las APAS que integran FAPASA para dictar charlas y cursos, que también estarán presentes en los Foros que se realicen durante este año.

También a través del Centro Federal de Capacitación se ha enviado al Ente Cooperador Ley 22.400 la propuesta para volver a incorporar en el Programa de Capacitación de Aspirantes la materia ‘Prevención de accidentes y Educación Vial’

que ya teníamos en la currícula desde el año 2005.

La participación de los PAS en la problemática vial de sus ciudades y provincias a través de los consejos provinciales y municipales difundiendo la cultura de la prevención es un gran aporte a la comunidad. Y por supuesto, lo es la participación de FAPASA en el Comité Consultivo de la ANSV”.

Por último, señaló: “La realidad de la seguridad vial en Argentina es muy compleja. No se obtienen resultados a pesar de los 24 años de vigencia de la ley nacional de tránsito y ya casi 11 años de la creación de la ANSV.

Influyen muchas razones, pero creo que la principal es la falta de incorporación de la educación vial en todos los niveles de educación, a pesar de que así lo requieren expresamente la Ley de tránsito y de educación de las provincias.

Esta gestión está haciendo grandes esfuerzos para zanjear otro de los grandes problemas que es la autonomía de las jurisdicciones en el país, haciendo muy difícil la unificación de criterios para la aplicación de políticas públicas. Los PAS nos sumamos a este esfuerzo en las distintas jurisdicciones donde tenemos representación aportando nuestro compromiso en la difusión de la cultura de la prevención”.



EVOLUCIONAMOS
comprometidos con vos

Desarrollamos un **Sistema de venta digital directa** en nuestra página web,
que beneficia a nuestros productores asesores de seguros

▶ DIGITALIZÁ A TUS CLIENTES

▶ ADHERILOS AL DÉBITO AUTOMÁTICO

y hacé más simple y ágil tu gestión comercial



**FEDERACION PATRONAL
SEGUROS S.A.**

Acercate a nuestras agencias y organizaciones en todo el país, y trabajá online.

www.fedpat.com.ar



LA PREOCUPACIÓN VENDE SEGUROS

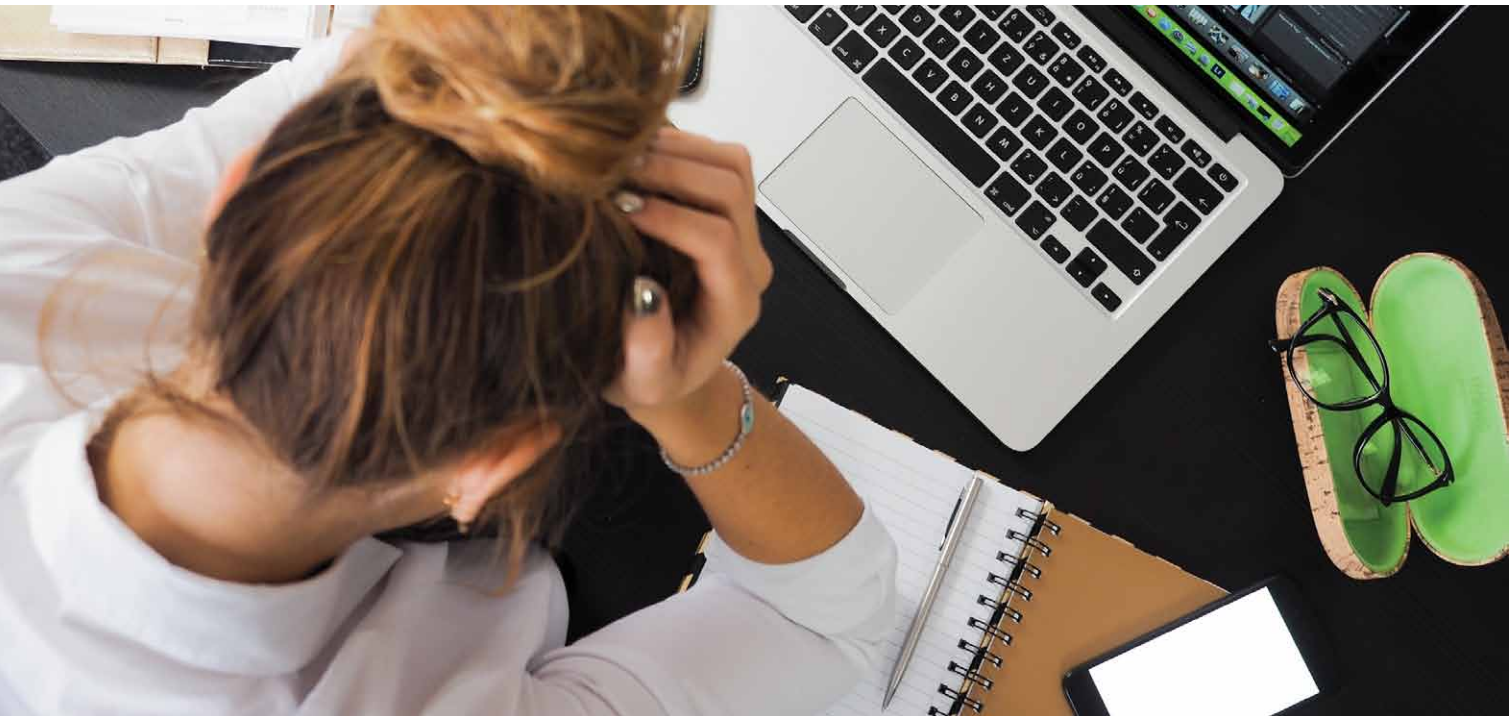
INTERNET CAMBIÓ LA MANERA EN QUE NOS COMUNICAMOS Y ESTO NECESARIAMENTE GENERA GRANDES CAMBIOS EN LA FORMA EN QUE LOS FUTUROS ASEGURADOS BUSCARÁN ACCEDER A PRODUCTOS Y SERVICIOS, Y POR SUPUESTO, INCIDE EN LA MANERA EN QUE CONTRATARÁN SUS SEGUROS.

También incidirá directamente en la manera en que los asegurados interactuarán con el asegurador al momento de renovar o modificar sus pólizas y, fundamentalmente, cuando necesiten denunciar un siniestro y cobrar alguna indemnización.

Este fenómeno de la comunicación, e interacción, con los clientes no es exclusivo de los seguros sino que lo será de prácticamente casi todo servicio que se prestará en el futuro. Ya no se puede imaginar un mundo sin conexión digital y con servicio al cliente sólo persona a persona en un mostrador. El PAS no solo debe

ser parte de este mundo digital sino que debe garantizarse liderar en materia de servicios a los asegurados a través de herramientas de contacto con los clientes.

Pero, como muchos PAS ya lo habrán notado, este liderato tendrá sus costos en materia de inversión de tiempo y recursos económicos. Habrá que desarrollar herramientas de comunicación modernas y el canal PAS necesitará capacitarse y dominar a la perfección esta nueva manera de comunicarse con los clientes y aprender a vender a través de internet navegando en las redes sociales.



Vender seguros siempre ha requerido de la capacidad de influir sobre la voluntad del asegurado para que acepte pagar la prima, que es real y concreta, a cambio de una promesa de indemnización, que si tiene la suerte de nunca sufrir un siniestro jamás cobrará de la aseguradora. No paga la prima para ser indemnizado sino para vivir tranquilo. El asegurado que tiene un buen PAS vive tranquilo pues tiene los seguros que necesita para no sentirse preocupado y, mucho menos, vivir patológicamente ansioso por contingencias que pueden ser cubiertas por un seguro.

Los asegurados deben preocuparse por estar bien asesorados y asegu-

rados. Esta es la preocupación más útil que pueden tener. Sería tonto no tener preocupaciones. Sin preocupaciones nada podría resolverse antes de que ocurrieran.

La importancia de preocuparse

Pero si la preocupación es tan importante: ¿Qué tan sano es estar preocupado? ¿Cómo podremos, en el futuro, manejar nuestras preocupaciones si cada día perdemos más el contacto cara a cara con otras personas que puedan transmitirnos tranquilidad? ¿Cómo logrará el PAS generar tranquilidad aunque solo se comunique con su cliente por internet y quizás jamás lo vio per-

sonalmente? Ese es el desafío de un gran cambio cultural y filosófico en los tiempos que nos tocará vivir. El asegurado deberá confiar en el sistema de la misma manera en que hay confía en su PAS y su aseguradora y minimizar sus preocupaciones.

Pero volvamos al tema de la preocupación como modo de afrontar los problemas. En este contexto, la preocupación está asociada a creencias de que es positivo preocuparse, puesto que colabora en la solución. La preocupación es así una reacción automática para resolver nuestros problemas, pero se convierte en patológica cuando nos preocupamos por sucesos de baja probabilidad o damos vueltas a los problemas sin



resolverlos nunca. La preocupación de lo que puede evitarse es útil como determinante de la acción de evitar la causa del problema que genera la preocupación. Así, la preocupación aparece, en general y sin que se pueda considerar patológica, como un intento de resolver un problema que amenaza fijando un curso de acción adecuado. Cuando detectamos la presencia de un problema, comenzamos de inmediato su enfrentarlo y a planificar nuestra reacción. La preocupación surge dentro de nuestros pensamientos y determina el curso de acción más conveniente para nosotros.

Por tanto, la preocupación aparece asociada a la planificación de nuestras acciones, como ser comprar un seguro o poner una baranda a la escalera que es peligrosa, y como tal entra dentro de la normalidad más absoluta y se puede manejar junto a otras conductas de planificación en el contexto de la toma de decisiones y la resolución de problemas.

Un mundo sin preocupaciones
Las personas que no se preocupan por nada no compran seguros. Algunos los calificarán como “almas desprendidas de toda preocupación humana” pero otros los calificarán de “irresponsables”, lo cierto es que al momento de sufrir un percance no contarán con la herramienta correcta para resolverlo. Y esto lo perjudicará personalmente, a su familia, a su empresa y perjudica a la sociedad toda. Las sociedades más

evolucionadas son las que más desarrollado tiene su cultura de la prevención y previsión.

El asegurado debe preocuparse de asegurar cuando todavía hay posibilidad de hacerlo. Si la casa ya se quemó, el auto chocó o alguien falleció, las preocupaciones serán mucho mayores si no se contaba con un seguro. Ya no será una preocupación sino, quizás, un problema sin solución.

Contar con la preocupación del asegurado es esencial al momento de lograr la venta de una póliza y que se mantenga pagando las primas. Según el diccionario “Preocupación” es un estado de desasosiego, inquietud o temor producido ante una situación difícil o un problema.

Desde este punto de vista es muy difícil no estar preocupado. Si eres joven te preocupa tu futuro y si eres viejo te preocupa que no tengas mucho futuro. Si nada tienes te preocupa tu pobreza y si eres rico te preocupa perder tu riqueza.

La fe ayuda mucho al que trata de manejar sus preocupaciones. Dice la Biblia (Mateo 6:26-33) “Mirad las aves del cielo, que no siembran, ni siegan, ni recogen en graneros; y vuestro Padre celestial las alimenta. ¿No valéis vosotros mucho más que ellas? ¿Y quién de vosotros podrá, por mucho que se afane, añadir a su estatura un codo?” Pero esto no significa que no hay que trabajar para

resolver esas preocupaciones. Ayudar al Señor al “ocuparse” en lugar de solo “preocuparse”.

Preocuparse, sólo por preocuparse, pero no hacer nada al respecto, no alarga la vida, ni evita la enfermedad, ni evita el granizo, ni el temporal, ni la sequía, ni la helada... Pero ocuparse y comprar un seguro puede resolver muchas de las consecuencias dañosas de esto que es, para algunos, inevitable.

Dios no dice que uno pueda comer mal, llevar una vida desequilibrada y, si reza, alcanza para no enfermar. Dios nos cuida pero espera que también nos cuidemos.

Hay que ayudar a la fe comprando un seguro. Después de todo la finalidad del seguro consiste en proporcionar seguridad económica contra el riesgo que no puede ser suprimido (fuego, muerte, enfermedad, etc.) mediante su compensación económica cuando se produzca. Nos ayuda en los casos en que nada podemos hacer para evitarlo.

Recordemos que para ser asegurable, y el PAS pueda hacer su venta, el evento dañoso que genera preocupación debe ser incierto y aleatorio, entendiéndose que un suceso aleatorio es aquel que no puede determinarse, en ningún caso, antes de que este se produzca.

Para ello los actuarios y los técnicos, utilizando la teoría de la probabi-



**SEGUROS
RIVADAVIA**

**Protegemos aquello
que más te importa**



0810 999 3200
www.seguosrivadavia.com

Seguinos en:  



Descargá nuestra
aplicación.



Disponible para iOS
y Android.

lidad y la estadística, han podido desarrollar un negocio asegurador. Distribuimos el mal de pocos entre los muchos que pagan sus primas y de esa manera administramos sus preocupaciones.

Como enseñaba Buda "...estamos hechos de nuestros pensamientos, nos convertimos en lo que pensamos". El maestro de oriente entendía que el secreto de la existencia estaba en liberarse del miedo y no temer inútilmente a lo que vaya a pasar pues el futuro no cambiará por eso. Lo que tenga que pasar, pasará, pero la pregunta es si se estará preparado para resolver sus consecuencias.

Sin dudas que darle a las preocupaciones de los asegurados una solución no sólo los beneficiará, sino que aumentarán las ventas y con ello la salud del negocio del PAS.

La preocupación ante un riesgo asegurable

El seguro es un negocio que prospera si aquellos que están expuestos a un riesgo son conscientes de ello y le genera una sana preocupación.

De otra manera nunca compraría una póliza. Pero luego de contratada la póliza debe sentirse despreocupado. Desde este punto de vista, el seguro es el negocio de administrar las sanas preocupaciones de los potenciales asegurados. Nadie asegura un riesgo que no le preocupa. Todo

PAS que haya enfrentado una entrevista de ventas sabe que si no logra que el entrevistado se preocupe por la ocurrencia de un riesgo difícilmente logrará cerrar la venta.

Pero, ¿cuál es el límite al generar esas preocupaciones en los potenciales clientes? ¿Dónde está el límite entre la preocupación sana que permite la conciencia que lleva a la contratación de un seguro y la patológica ansiedad que causa tanto daño a las personas y que no puede resolverse con ningún seguro? Es importante ayudar al asegurado a reconocer la causa de la preocupación pues hay un costo alto en la preocupación.

Cada preocupación es como un semáforo en rojo frente a la vida de los asegurados. A nadie le gusta estar ante un semáforo en rojo y espera que se ponga verde para seguir adelante con sus proyectos y sueños. El PAS debe generar la "onda verde" de sus clientes. Debe indicarle como llevar sus riesgos de manera que al llegar a cada semáforo este se encuentre en verde y evitar tener que detener la marcha de su vida o negocio pues se va topando con semáforos en luz roja.

La preocupación inútil afecta la salud

Cada preocupación en la vida de una persona que no es resuelta, o al menos contenida, es como un grano de arena dentro de un motor. Quizás cada grano de polvo no parece

grande pero inevitablemente lo destruye por dentro. Lo va desgastando hasta que lo arruina.

El PAS debe ser como el gran filtro de aire a ese motor de la vida de sus clientes ayudándolos a evitar que esas preocupaciones irresueltas lo afecten tanto a sí mismo como a su entorno. La preocupación inútil es una carga que se debe evitar. Si a un camión se lo sobrecarga de piedras no podrá avanzar o se romperá al intentarlo. Si una persona se carga de preocupaciones irresueltas, su vida tampoco avanzará y quizás su salud se afecte. La preocupación elimina energía y empeora la calidad de vida.

Para bien, o para mal, la preocupación es contagiosa. Se transmite de persona en persona y aumenta a medida que más personas están preocupadas. Esto puede ayudar mucho al PAS que puede canalizar esa preocupación a través de una solución a la preocupación de todos. Ante una muerte no esperada en un club o escuela, y sus consecuencias negativas al estándar de vida de una familia, un seguro de vida colectivo puede aportar mucha tranquilidad en un grupo de gente que teme que alguno de ellos también pueda fallecer prematuramente. Lo contagioso de la preocupación ayudará a la comunidad toda a eliminar esa preocupación.

Pero se debe ser muy cauteloso cuando se administra la preocupa-

ción de la gente. Leía recientemente una interesante publicación del Instituto Nacional de la Salud Mental del Departamento de Salud y Servicios Humanos de los Estados Unidos titulado “Trastorno de ansiedad generalizada: Cuando no se puede controlar la preocupación” (<https://www.nimh.nih.gov/health/publications>) pues resulta muy interesante para el PAS entender que las preocupaciones son parte normal de la vida de sus asegurados desde que todos se preocupan por cosas como los problemas de salud, dinero o los problemas familiares. Sin embargo, las personas con trastorno de ansiedad generalizada se preocupan extremadamente o se sienten muy

nerviosas por éstas y muchas otras cosas, incluso cuando hay poca o ninguna razón para preocuparse.

No les es fácil a las personas con el trastorno de ansiedad generalizada controlar su ansiedad y mantenerse concentradas en las actividades diarias, pues los adultos con este trastorno a menudo están sumamente nerviosos sobre situaciones diarias como la salud, el trabajo, las finanzas y bienestar de sus hijos. Muchas de estas preocupaciones pueden evitarse, en los casos normales, mediante la tranquilidad que el PAS puede aportar mediante el diseño de un plan de seguros acorde a las necesidades de cada asegurado.

El asegurado siempre estará, de alguna manera, preocupado. Para el asegurado, la preocupación es una reacción automática que lo ha ayudado a resolver sus problemas mediante la contratación de la póliza, pues esta preocupación se hubiese convertido en patológica si el asegurado hubiese continuado preocupado por sucesos de baja probabilidad que podían asegurarse o da vueltas a los problemas sin resolverlos nunca.

Considera la necesidad de contratar el seguro pero nunca se decide. La preocupación de lo que puede evitarse es útil como determinante de la acción de evitar la causa del pro-

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

blema que genera la preocupación. Si no puede decidir la compra del seguro surge la ansiedad y eso no es bueno.

La ansiedad no es un fenómeno desconocido por el PAS pues posiblemente también lo ha vivido el mismo en alguna ocasión. El problema no es, en sí, la ansiedad sino que esta no pueda ser controlable. La ansiedad surge junto a una activación de nuestro cuerpo para hacer frente a una amenaza, luchando o huyendo, para poder sobrevivir. Son parte del afrontamiento de lo que se teme. La preocupación sana se incluye en la actividad que prepara la reacción al peligro y, por tanto, la preocupación asociada a la ansiedad es un factor que interviene en el enfrentamiento de cualquier amenaza y por eso se puede detectar frecuentemente en cualquier persona y como un elemento relevante en todos los sujetos que presentan un trastorno de ansiedad.

Sin embargo, la preocupación patológica que lleva al permanente estado de ansiedad no reduce la probabilidad de resultados negativos ni aumenta la probabilidad de un afrontamiento exitoso ni es efectiva para resolver problemas concretos. Por más que me preocupe mucho al manejar no significa que el riesgo de chocar mi auto desaparecerá. Las acciones preventivas ayudan pero no evitan todos los accidentes.

El PAS debe ayudar a su clien-

te generándole la conciencia de sus riesgos de modo tal de crear en ellos una sana preocupación que se resolverá con la contratación del seguro. Pero debe ser consciente que no será positivo generar ansiedad en su cliente.

Las personas con trastorno de ansiedad generalizada se preocupan de sucesos con baja probabilidad y lo hacen de forma continuada. Como cuando se preocupan no ocurren los sucesos temidos, debido en realidad a su baja probabilidad, se refuerza la preocupación y la creencia en su eficacia. Es una confirmación supersticiosa, porque la no ocurrencia del suceso no está relacionada con preocuparse o no. Por ejemplo, cuando se preocupan con el objetivo de conseguir reducir la probabilidad de un accidente, como el accidente no ocurre, se refuerza la conducta de preocuparse.

Para los individuos que desarrollan un trastorno de ansiedad generalizada la amenaza mayor es la incertidumbre. Para ellos es más problemático no saber cuándo se van a morir, que el hecho mismo de morir.

Al ser la preocupación una parte de la resolución de problemas que causa la ansiedad, solamente el hecho de empezar a pensar en solucionar un problema significa que se ha comenzado la resolución del problema.

Es un gran desafío para el PAS ser

parte tan importante en la mejora de la calidad de vida de sus clientes y resulta un desafío aún mayor cuando pensamos que en el futuro este proceso de concientización del riesgo quizás ya no se logre a través de una entrevista en persona sino en la interacción con los clientes a través de internet. Pero el PAS debe prepararse para ello y desarrollar nuevas técnicas de ventas que se basen hacer ver al cliente la importancia que tiene el seguro como herramienta para alejar a sus clientes de sus preocupaciones y de la ansiedad.

El PAS no debe preocuparse por el futuro de los seguros o las manera en que los asegurados comprarán esos seguros, sino que debe ocuparse de comprometerse a liderar el mercado asegurador en calidad de servicio a los asegurados mediante lo más moderno en tecnología de contacto con el cliente, diseñando campañas de concientización de los distintos riesgos y la necesidad de eliminar esas preocupaciones de los clientes mediante los distintos productos de seguros que se ofrecen en el mercado.

Pero si nada se hace el PAS más que preocuparse, le dedicará más tiempo en imaginar los problemas que puede llegar a tener en el futuro que a evitar que esos problemas alguna vez ocurran, y eso lo llevará también a un estado de ansiedad permanente que lo pueda alejar de su éxito en este negocio. Como dice el dicho: “no se preocupe..., ocúpese”.

Tranquilo. Nosotros te cubrimos.



San Cristóbal
SEGUROS



SanCristobalSG



sancristobalseg

Nº de inscripción en SSN
0192

Atención al asegurado
0800-666-8400

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



SSN | SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN



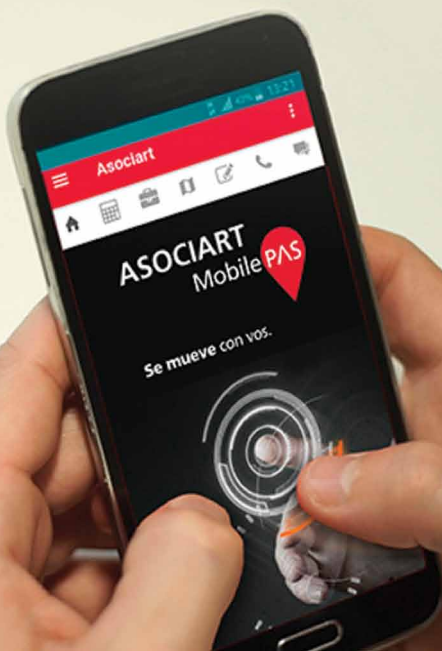
ASOCIART Mobile PAS

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
0192

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

SSN | SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN

GRUPO
SAN
CRISTÓBAL

[/Asociart S.A. ART](https://www.linkedin.com/company/asociart-s-a-art)

[YouTube ASOCIART ART](https://www.youtube.com/channel/UCASOCIART)

INFORME DEL DEFENSOR DEL ASEGURADO

EL DEFENSOR DEL ASEGURADO DE LA ASOCIACIÓN ARGENTINA DE COMPAÑÍAS DE SEGUROS (AACS) PRESENTÓ SU HABITUAL INFORME ANUAL ANTE LAS AUTORIDADES DE LA CÁMARA. ES EL DÉCIMO PRIMER INFORME DESDE QUE ESTA FIGURA COMENZÓ SU ACTIVIDAD, EN AGOSTO DE 2007. FAPASA HA FIRMADO UN CONVENIO QUE PERMITE A LOS PAS PRESENTAR RECLAMOS DE SUS CLIENTES ANTE EL DEFENSOR. AHORA LAS LLAVES DEL VEHÍCULO TIENEN COBERTURA.

El Defensor del Asegurado sigue siendo el primer y único ombudsman sectorial privado del país. Hasta ahora ninguna otra entidad privada ha llevado adelante una iniciativa similar a esta del sector asegurador.

La AACS eligió al Dr. Jorge Luis Maiorano como Defensor del Asegurado. En el informe anual 2018 que el Defensor presentó ante la AACS enfatiza su posición independiente y equitativa para resolver los conflictos que se someten a su consideración: “Desde el primer día cuando asumí estas funciones, aseguré en todo momento que mi tarea se iba a desarrollar con absoluta y total independencia buscando soluciones a los problemas que plantearon los asegurados; lejos es-

taba y está del perfil de esta figura buscar culpables o responsables”.

Y agregó: “Con orgullo reafirmo hoy que mi tarea se realiza con total normalidad sin ninguna interferencia contando con el respaldo y apoyo de las Compañías que han adherido voluntariamente al régimen del Defensor del Asegurado (DA)”.

Balance de gestión

En su informe, el Defensor afirmó: “Durante el período comprendido en este informe anual 2018 se ha mantenido el promedio de consultas que en años anteriores; así, por ejemplo, el 10% se vincularon a reclamos respecto de Compañías que todavía no han adherido

al régimen del DA; 1 40% fueron consultas por reclamos de cuestiones comerciales; el 10% fueron por reclamos contra terceros y el 40% por temas varios.

Los guarismos de este año muestran conclusiones que resultan interesantes; en este período el 67% de los reclamos concluyeron con resoluciones favorables a los asegurados; pero además, se reafirma una tendencia que ya resulta singularmente llamativa y pone en evidencia la importancia de la figura del DA; sin excepción, en todos los casos que integran ese porcentaje las resoluciones concluyeron con resoluciones favorables de las propias compañías aseguradoras; en otras palabras, en ningún caso tuve necesidad de disponer que la compa-



ña aseguradora cuestionada acata una resolución del DA; ello afirma el matiz disuasorio del DA ya que cuando un asegurado reclama ante el DA y éste requiere información de la compañía poniendo en su conocimiento el contenido de la queja, la Compañía, invariablemente, revisa su negativa inicial y termina acogiendo favorablemente el reclamo reconociendo así la procedencia de la pretensión de su asegurado.

Solo el 33% de los casos presentados ante el DA fueron objeto de rechazo ante la improcedencia del reclamo; en la mayoría de los casos el rechazo estuvo fundado en que los asegurados desconocían el alcance de las pólizas que habían contratado ya sea por un defecto en la información o por no haber leído las cláusulas de

“DESTACO QUE EN NINGÚN CASO HE ENCONTRADO RESISTENCIA DE LAS COMPAÑÍAS ASEGURADORAS LAS CUALES SIEMPRE HAN COLABORADO CON EL DA”.”

la misma; también por incumplimientos (falta de pago de la prima, denuncia fuera de término, entre otras) que provocaban la caducidad del reclamo”.

Además, Maiorano dejó claro que en algún caso resuelto favorablemente para el asegurado hubo necesidad de poner límite a sus pretensiones ya que allí se reclamaban daños y perjuicios por lo cual el DA resolvió que “...el Defensor del Asegurado no tiene competencia para recono-

cer montos en concepto de daños y perjuicios...”.

Asimismo, sostuvo: “Ya me he pronunciado en diversos casos anteriores acerca de la necesidad de cumplimiento por los asegurados de las condiciones que exige la póliza que contratan”.

Interacción con poder judicial

En su escrito, Maiorano pone de relieve que “continúa de manera sostenida la derivación de casos judicializados que los Jueces Comerciales efectúan al DA; en el periodo que comprende este Informe Anual han sido los Juzgados Comerciales nros 10,14 y 15 quienes han atribuido al DA la facultad de mediar entre las partes en conflicto.

En este periodo, de los 4 casos derivados, se ha alcanzado una solución al conflicto en el 50 % de las demandas promovidas por los asegurados”. “Destaco que en el caso de resultar positiva la mediación efectuada por el DA el conflicto concluye en esta sede no siendo necesaria la homologación judicial. En todos los casos se informó al Juzgado interviniente la solución alcanzada lo cual motivó el reconocimiento de los respectivos Magistrados”, agregó.

Monto de reclamo y ampliación de competencia

El estatuto del DA establece que esta figura solo puede intervenir en casos cuyos montos no superen un límite que determina la AACCS.

Sin embargo, Maiorano afirma que tal límite es ‘testimonial’ porque las aseguradas han aceptado su mediación en reclamos que excedían dicho tope: “Merced a la actualización del monto máximo del reclamo que permite la intervención del DA, que periódicamente efectúa la Junta Directiva de la AACCS, desde julio del corriente año ese monto asciende a la suma de \$ 270.000; como lo vengo expresando en Informes precedentes ese techo reviste carácter testimonial ya que resulta superado en expedientes donde el reclamo del asegurado excede notoriamente ese tope y en los cuales interviene el DA cuando la Compañía Aseguradora presta su

“...CUANDO UN ASEGURADO RECLAMA ANTE EL DA Y ÉSTE REQUIERE INFORMACIÓN DE LA COMPAÑÍA PONIENDO EN SU CONOCIMIENTO EL CONTENIDO DE LA QUEJA, LA COMPAÑÍA, INVARIABLEMENTE, REVISA SU NEGATIVA INICIAL Y TERMINA ACOGIENDO FAVORABLEMENTE EL RECLAMO RECONOCIENDO ASÍ LA PROCEDENCIA DE LA PRETENSIÓN DE SU ASEGURADO.”

conformidad; en idéntico sentido, si bien inicialmente se previó que los reclamos podían ser presentados solo por los asegurados, se mantiene la tendencia de que tanto los Defensores del Pueblo como la propia SSN, las oficinas de Defensa del Consumidor y los PAS actúen como gestores de los reclamos de los asegurados”.

Y añadió: “Se mantiene el criterio de aceptar la intervención del DA en casos de terceros; los precedentes acogidos voluntariamente por las Compañías Aseguradoras amplían notablemente el campo de acción de esta figura”.

Círculo virtuoso

En otra parte de su informe, Maiorano sostiene: “La adhesión voluntaria de cada Compañía al régimen

del DA ofrece a sus clientes una ventaja diferencial contribuyendo ello a su fidelización.

El compromiso de esas Compañías se manifiesta de manera expresa con su adhesión voluntaria a la decisión que adopte el DA que, en el supuesto que sea contraria a la Compañía y, por ende, favorable al asegurado, se compromete a acatarla y no apelarla.

Destaco que en ningún caso he encontrado resistencia de las Compañías Aseguradoras las cuales siempre han colaborado con el DA”.

Perdida de la llave del vehículo asegurado

Maiorano resaltó que su accionar ha logrado que las aseguradoras comiencen a indemnizar sin objeciones ante la pérdida de la llave computarizada de encendido de los vehículos: “La propia dinámica de la institución permite al DA sentar jurisprudencia sobre una cuestión que ha generado más de un disgusto a varios asegurados.

Me refiero a la pérdida o sustracción de las llaves computarizadas del automóvil asegurado que las Compañías se niegan a cubrir alegando que resultan excluidas de la póliza contratada.

A esos efectos es interesante resaltar la evolución operada sobre esta cuestión: el primer caso se suscitó

en el año 2013 y motivó un interesante debate entre las partes sobre la interpretación de ciertas cláusulas de la póliza; el recurrente alegó que la cláusula CG RH 1 de la póliza detalla que el Asegurador indemnizará al Asegurado por el robo o hurto del vehículo asegurado o de sus partes; agregó que la llave constituye una parte

del automóvil ya que por no estar enunciada entre los elementos excluidos en las situaciones de robo o hurto, se encuentra comprendida dentro de los bienes asegurados; en su descargo, la Aseguradora sostuvo que la cláusula CG RH 1.1 corresponde a riesgo cubierto por el robo o hurto precisando que se cubren aquellas piezas y/o

partes fijas provistas de fábrica; el recurrente insistió en su afirmación alegando que la cláusula CG_RH_2_1 puntos 9 y 10 no detalla cómo excluidas las llaves con lo cual lo que no está expresamente excluido se encuentra amparado por la cobertura; agregó que en la póliza en su poder no figura la frase robo o hurto sobre partes ex-



*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



LA EQUITATIVA
COMPAÑÍA DE SEGUROS

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

ternas que pueden ser quitadas de la unidad fácilmente; destacó que las llaves son necesarias para que la Aseguradora haga el retiro de los restos o remueva la unidad si se recupera posteriormente al robo y/o hurto.

En ocasión de resolver ese difiriendo ... a efectos del reconocimiento del derecho del asegurado sostuve que el primer párrafo de la cláusula CG RH 1.1 expresa de manera precisa que la cobertura alcanzará al ‘vehículo objeto del seguro o de sus partes’ sin ninguna otra precisión; el segundo párrafo de la misma cláusula expresa que responde por ‘piezas y partes fijas’; una interpretación que permita compatibilizar el sentido de estas expresiones aparentemente anti-téticas es aquella que comprenda lo que constituye el vehículo y sus partes.

En los fundamentos de la Resolución DA 163/13 sostuve que ‘las partes o piezas a las cuales se refiere el inciso 9 de la cláusula CG_RH_2_1 incluye los objetos que pueden ser sustituidos por el interesado ya que resultan accesorios; las llaves de un automóvil no son accesorios del mismo; cuando una persona retira el automóvil que acaba de adquirir, la entrega de las llaves no reviste solo un carácter simbólico sino que le permite comenzar a utilizar el bien adquirido; esas llaves no solo se utilizan para abrir sus puertas sino

“EL COMPROMISO DE ESAS COMPAÑÍAS SE MANIFIESTA DE MANERA EXPRESA CON SU ADHESIÓN VOLUNTARIA A LA DECISIÓN QUE ADOPTE EL DA QUE, EN EL SUPUESTO QUE SEA CONTRARIA A LA COMPAÑÍA Y, POR ENDE, FAVORABLE AL ASEGURADO, SE COMPROMETE A ACATARLA Y NO APELARLA.”

también para ponerlo en funcionamiento y así en marcha; en otras palabras, no se concibe el uso del automóvil sin las llaves y a la inversa; esas llaves son un condicionante exclusivo para su utilización y funcionamiento.

Por otra parte, no resulta razonable que la interpretación de la póliza lleve al extremo de considerar que las llaves no forman parte del vehículo cuando en cambio, sí las considera como parte inescindible del automóvil en ocasión de la entrega de la prueba instrumental a los efectos de la percepción de la indemnización, conforme lo prevé la cláusula CG CO 3.1.1’.

La Compañía Aseguradora, como corresponde de acuerdo al reglamento que rige la figura del DA acató la Resolución DA 163/13 e indemnizó al recurrente que promoviera el reclamo.

En 2014 llegó otro reclamo de si-

milar tenor el cual también fue resuelto favorablemente para el asegurado, con los mismos fundamentos.

Más recientemente un asegurado promovió un reclamo alegando que, originalmente, la Compañía Aseguradora le había negado la cobertura de la sustracción de la llave telecomando de acceso y encendido de la unidad asegurada; en este caso el recurrente invocó los precedentes anteriores del DA que fueron citados; cuando se otorgó el traslado a la Compañía Aseguradora la misma se presentó informando que, teniendo en cuenta la presentación que efectuara ante el DA, reconsideró su negativa inicial y dispuso la cobertura del siniestro; el conflicto fue superado.

Esto implica que ya se está generalizando una jurisprudencia sobre la materia que pacíficamente aceptan las Compañías; es de esperar, a fin de evitar futuras diferencias, que las pólizas sean modificadas e incluyan, en términos razonables y prudentes, la cobertura de las llaves del automóvil asegurado”.

Al final, el informe concluye: “En el marco de estas normas y del delicado equilibrio entre los intereses económicos de las Compañías Aseguradoras y los derechos de los asegurados, el DA se convierte en un puente de comunicación entre ambas partes”.

MARKETING en Seguros



Profesionalizate.
Lográ un desempeño competitivo
en la actividad aseguradora.



NUEVO
PROGRAMA



CAPACITACIÓN
100% ONLINE



CERTIFICACIÓN
del Grupo Asegurador
La Segunda y Universidad
Nacional de Rosario

UNR Universidad
Nacional de Rosario



INICIO
MARZO
2019

WWW.SEGSER.COM.AR

+ INFO / CRONOGRAMA / MATRÍCULA / INSCRIPCIÓN

Cambio cultural para la actualización digital

AUNQUE LA ERA DIGITAL HA IRRUMPIDO CON MUCHA FUERZA E IMPRESIONANTE RAPIDEZ EN LA ACTIVIDAD ASEGURADORA, NO TODOS ESTÁN DISPUESTOS A INVOLUCRARSE EN UN CAMBIO CULTURAL PROFUNDO QUE LOS INSTALE EN LA NUEVA REALIDAD.

Un mercado que parecía adormilado en comparación a otras industrias tomó una aceleración imprevista, a punto tal que conceptos tales como cambios en los sistemas “core” adaptados a la integralidad digital de las aseguradoras son un hecho, así como las aplicaciones móviles para el cliente, las aseguradoras digitales, el servicio post venta asumido por chatbots, más los cambios fundamentales en el manejo de información del cliente para diseñar y comercializar seguros, el uso de inteligencia artificial o internet de las cosas y la oferta mediada por todo tipo de canales donde se destacan los digitales (omnicanalidad).

Temas todos que hace tres años atrás parecían de ciencia ficción o de países desarrollados lejanos a nuestras realidades.

Pero este nuevo mundo es el que le ha cambiado el escenario a la intermediación de seguros y a sus actores principales como son los productores asesores de seguros.

En el amplio mundo de los productores de seguros hay de todo, pero con una mayoría renuente a incorporar los cambios ya sea por inercia, comodidad, desinformación o simplemente negación.

Es imperioso por tanto avanzar en generar lo antes posible una conciencia que lleve a los Productores de Seguros a ir logrando la transformación digital para sostener sus negocios, para mejorar su oferta, para ampliar sus carteras de clientes y para posicionarse exitosamente en los mercados que están mostrando una imparable variación.



Pero la transformación digital no es sólo tecnológica. Es sustancialmente cultural.

Si el productor u organizador no la asumen como un desafío prioritario, si no se actualizan, si no se capacitan, si no elaboran un plan que le de continuidad a este esfuerzo, no hay transformación digital posible.

Los cambios tecnológicos inciden sobre todos los aspectos del seguro

La tecnología en seguros está modificando aspectos sustanciales del negocio que van desde la suscripción de riesgos, el manejo cada vez más automatizado de siniestros, el uso de la información de los clientes, tanto para establecer modos

de fidelización, como de atender sus demandas, brindándoles servicios y productos diferenciados.

En lo administrativo, los cambios son palpables de varios años a esta parte, donde la digitalización de los procesos y la “despapelización” van ganando inmensos avances (la “Póliza Verde” y la “póliza digital en el celular” son apenas una muestra palpable de ello) sin que los productores los perciban como cambios rotundos en su negocio tradicional.

El vínculo PAS –Compañía está intermediado cada vez y diría de manera casi absoluta por la llamada página web, y siguen cambiando los procesos de consulta de coberturas, cotizadores de cada vez más ramos, envío de solicitudes y

material complementario simplificado por la conexión. La incorporación de aplicaciones móviles y el uso del celular por parte de los productores ha revolucionado por su enorme facilidad las consultas y los procesos de venta, con la entrega vía mail o “whatts app” de las pólizas en tiempos que pueden considerarse casi inmediatos.

La administración del productor hoy depende sustancialmente de los sistemas que proveen las empresas aseguradoras.

Aunque cueste creerlo, existe un gran número de productores que no poseen sistemas propios de administración de carteras, lo que les impide el manejo centralizado de su operación con todas las dificultades, inexactitudes y pérdida de

tiempo que implica llevar la administración con sistemas manuales o “caseros”, generándoles serias dificultades entre otras cosas, para operar con varias compañías.

En siniestros se avanza en un derrotero parecido. Cada vez más, todos los procesos inherentes a las denuncias o reclamos de siniestros se están sistematizando y simplificando a través de las páginas web de las aseguradoras, incluidos los reclamos de terceros.

Ya hay compañías que están resolviendo automáticamente las reclamaciones menores donde la mediación del productor directamente desaparece. Por ejemplo en los reemplazos de parabrisas y neumáticos, entre otros.

Esto también implica un cambio importante en la función de asesoramiento del PAS en los procesos de post venta y atención de siniestros. Entre otras cosas porque las compañías están desarrollando, con éxito, medios de comunicación y de contacto en forma directa con los clientes, montados sobre páginas web y aplicaciones móviles especialmente diseñadas para el cliente con acceso las 24 horas, algunas con tecnologías de punta como “chatbots” que guían al cliente en las consultas más comunes.

Y como casi todos saben, con la posibilidad de consultar sus pól-

INTERNET Y SUS DIVERSAS HERRAMIENTAS DEBEN SER APROVECHADAS POR LOS PRODUCTORES PARA DIVERSIFICAR SU OFERTA, MEJORAR SUSTANCIALMENTE LA CALIDAD DEL SERVICIO Y SER MÁS PRODUCTIVOS EN TODAS LAS ÁREAS DE GESTIÓN.

zas, pagos, pedir asistencia, enviar fotos, videos, etc., etc.

Vamos a la parte comercial. Los cambios son inmensos en este ítem.

La competencia del PAS conformada por los contrincantes históricos (institorios varios y venta directa) está desarrollándose en nuevos campos de batalla donde la tecnología es el arma esgrimida por los luchadores con más poderes: compañías digitales, productores o brokers digitales, insurtech, especialistas en nichos, etc.

Pero también grandes organizadores que proveen a sus productores además de asistencia comercial, administrativa y técnica, sistemas con páginas web para “sus” propios clientes y Apps.

Y productores jóvenes que saben nadar en estas nuevas aguas tecnológicas y buscan clientela en el mundo digital, instalan marca, se posicionan y compiten duramente

con los productores “tradicionales”.

Por eso es necesario que todos los PAS entiendan lo que significa el avance tecnológico para sus negocios: los cambios que la tecnología determina en los modos de establecer relaciones con las compañías, cómo administrar eficazmente sus carteras de negocios, cómo usar la tecnología para mejorar las relaciones con los clientes y aportarles más valor, cómo llegar a nuevos mercados, cómo potenciar negocios, cómo realizar una eficaz gestión de los clientes a través de las redes, etc.

Entre las herramientas tecnológicas que necesitan los productores se pueden mencionar: la publicidad digital, creación y mantenimiento de sitios web con respuesta inmediata, la optimización de motores de búsqueda de sus páginas web, publicaciones en las redes sociales y otros sistemas de marketing digital.

Los productores deben incorporar las herramientas tecnológicas que las compañías le brindan, conocer su alcance y su uso y sobre todo activar la cadena de valor que se despliega entre ellos y las compañías para generar una mayor sinergia de ventas y mejora del servicio.

Muchas aseguradoras siguen apostando al canal de productores, pero no por ello desdeñan la in-



corporación tecnológica que diseñan en consonancia con su canal de ventas principal. Internet y sus diversas herramientas deben ser aprovechadas por los productores para diversificar su oferta, mejorar sustancialmente la calidad del servicio y ser más productivos en todas las áreas de gestión.

El productor debe encontrar las nuevas formas de llegar a los clientes digitales y esto implica romper con cosas del pasado para reinventarse en un mercado diferente.

Los canales digitales de muchas actividades son la vía para que los nuevos compradores canalicen sus consultas y sus compras. Para ello no sólo deben estar al día con su estructura digital, sino incorporar servicio y atención mediada por las redes, incorporar los nuevos productos que el mercado va generando y estar atentos a la nueva competencia en la búsqueda y atracción de los clientes.

El Productor Asesor de Seguros necesita tecnología para poder competir ante las nuevas demandas de los clientes de seguros: soluciones concretas, atención inmediata, alta disponibilidad, fácil acceso a la información, eficiencia en la gestión y alternativas de canales digitales de contacto.

Deberá dar respuesta a las nuevas demandas tales como: aplicaciones móviles, facilidad de acceso a

ES IMPERIOSO POR TANTO AVANZAR EN GENERAR LO ANTES POSIBLE UNA CONCIENCIA QUE LLEVE A LOS PRODUCTORES DE SEGUROS A IR LOGRANDO LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL PARA SOSTENER SUS NEGOCIOS, PARA MEJORAR SU OFERTA, PARA AMPLIAR SUS CARTERAS DE CLIENTES Y PARA POSICIONARSE EXITOSAMENTE EN LOS MERCADOS QUE ESTÁN MOSTRANDO UNA IMPARABLE VARIACIÓN.

plataformas digitales con rápida respuesta. Eso les demanda implementar formas de atención inmediata a través de chat, celulares, mensajes de texto, videollamadas, sumado a la posibilidad de enviar y recibir rápidamente documentos, mensajes de voz, fotos o videos, así como mecanismos de atención las 24 horas.

El productor frente a la nueva demanda necesitará acceso a multicotizadores y deberá trabajar con varias aseguradoras como para cubrir una demanda más sofisticada e informada. Sobre todo de los productos de mayor venta a través de los medios digitales como son automóviles, ART, hogar, motos, vida, celulares y otros.

Finalmente deberá establecer soluciones colaborativas. Estas se

vislumbran desde las diferentes perspectivas de acceder a una tecnología de alta gama que le permita competir en igualdad de condiciones con los nuevos operadores especializados del mercado de seguros.

Un aspecto en el que vale la pena insistir es que deberá establecer alianzas estratégicas. Estas podrán ser con aquellas aseguradoras que le provean competitividad tecnológica con buenas plataformas de administración y elementos que potencien las ventas y servicios como aplicaciones móviles. Integrarse a grandes organizadores con importante desarrollo tecnológico.

Adquirir tecnología especializada para los intermediarios de seguro. Lograr la unión de muchos productores para desarrollar estas tecnologías y compartirlas o acceder a ellas desde asociaciones de productores de seguros como sucede en diversas partes del mundo.

En definitiva, el cambio cultural para la actualización digital no es otra cosa que el aprovechamiento de las virtudes y beneficios que las nuevas tecnologías ofrecen al Productor Asesor de Seguros para adaptarse a este irreversible proceso de cambio, que abarca a la sociedad toda, y obtener ventajas competitivas para captar, atender y mantener fidelizados a sus clientes. ■

SEGUROS RIVADAVIA REALIZÓ SU TRADICIONAL BRINDIS DE FIN DE AÑO



En el caso de su Casa Central participaron más de 350 empleados. A su vez, en el marco de estas reuniones, se realizaron las entregas de distinciones en reconocimiento a la trayectoria por 15, 25, 35 y 40 años de servicio y relación con la Empresa, y a quienes se acogieron a los beneficios de la jubilación este año.

La Gerente General, Cra. Rosana Ibarra, pronunció un mensaje en el que destacó el buen momento que viene atravesando la Organización.

El jueves 20 de diciembre, Seguros Rivadavia efectuó su tradicional celebración con motivo de la finalización del año, con la participación de sus más de mil empleados de todo el país. Las celebraciones se replicaron en los más de treinta

Centros de Atención que posee la Aseguradora en diversas localidades del país.

En cada una de ellas, su personal participó de un ágape, juegos, concursos y numerosos sorteos.

Posteriormente, todos los allí presentes, junto al Presidente de Seguros Rivadavia, Sr. Néstor Erreforcho, y al de la Mutual Rivadavia de Seguros de Transporte Público de Pasajeros, Sr. Rodolfo González, realizaron un brindis.

EL VICESUPERINTENDENTE DR. GUILLERMO PLATE VISITÓ ADEAA



El vicesuperintendente de Seguros de la Nación, Dr. Guillermo Plate visitó la Asociación de Aseguradores Argentinos (AdeAA) el 19 de diciembre de 2018. Lo hizo acompañado de la Licenciada Jimena Aguilera, Gerente de Estudios y Estadísticas, y del Dr. Marcelo Borré, Coordinador de Evaluación Normativa de la Gerencia Técnica y Normativa.

Los funcionarios fueron recibidos por la Mesa Directiva y numerosos miembros del Consejo Directivo de AdeAA, así como por su Director Ejecutivo, Dr. Daniel Salazar. Durante una reunión de más de 3 horas, se analizaron diversos temas de la actualidad aseguradora, de la Superintendencia de Seguros de la Nación, y de AdeAA.

PEATONES EN RIESGO

Según datos de la Asociación Civil Luchemos por la Vida, en el último año 1600 peatones perdieron la vida en las calles y rutas de Argentina.

En el mundo, la Organización Mundial de la Salud estima que cada año 270.000 peatones mueren atropellados. Constituyen la mayor proporción de lesionados o muertos en las carreteras.

La legislación de tránsito argentina, establece que los vehículos deben

darle la prioridad a los peatones que cruzan correctamente la calzada por las esquinas o sendas peatonales, y con el semáforo a su favor donde lo hay.

“Lo más común en nuestro país es ver lo contrario. Los peatones deben cederles forzosamente el paso a los vehículos en sendas peatonales o esquinas, ya que los conductores “olvidan” que la prioridad le pertenece al que camina.

Ese comportamiento incentivó a los peatones a arriesgarse cruzando por cualquier parte, a veces distraídos escuchando música, o hablando o mensajando por celular, lo que explica los altos índices de mortalidad.

Resulta imprescindible que todos cambiemos de mentalidad, que los conductores paremos y otorguemos siempre al peatón su prioridad”, indicaron desde la entidad.

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

SEGURO AMBIENTAL OBLIGATORIO

Por un lado, industriales santafesinos vuelven a la carga contra el SAO. Por otro, la ACUMAR exigirá el saó a establecimientos de su jurisdicción.

Dado que algunas entidades industriales de la provincia de Santa Fe vuelven a intentar, la suspensión del Seguro Ambiental Obligatorio (SAO), la Cámara Argentina de Aseguradoras de Riesgo Ambiental (CAARA) emitió un comunicado que resaltó:

“La Ley General de Ambiente, en su artículo 22, y la normativa que la reglamenta, se inspiran en el artículo 41 de la Constitución Nacional que dispone que ‘toda persona física o jurídica, pública o privada, que realice actividades riesgosas para el ambiente, los ecosistemas y sus elementos constitutivos, deberá contratar un seguro de cobertura con entidad suficiente para garantizar el financiamiento de la recomposición del daño que en su tipo pudiere producir; asimismo, según el caso y las posibilidades, podrá integrar un fondo de restauración ambiental que posibilite la instrumentación de acciones de reparación’.

La normativa define mediante una fórmula polinómica los parámetros mínimos por los que se establece la obligatoriedad de contratar el SAO como garantía al Estado de remediación de los eventuales daños al bien jurídico que protege la ley -los bienes de incidencia colectiva (la tierra y el agua), de propiedad pública- ocasionados por siniestros ambientales originados en los establecimientos asegurados. Asimismo estableció que el instrumento idóneo para cumplir con la obligación de garantizar la remediación es la caución ambiental ... que incluye como back up a empresas remediadoras que acreditan suficiencia técnica”.

Y agregaron: “Como contribución resaltable al cuidado ambiental, adicionalmente el SAO realiza un aporte invaluable con la auditoría denominada Situación Ambiental Inicial (SAI) que realizan las aseguradoras antes de dar inicio a la vigencia de la póliza. Allí se acuerdan las adecuaciones y mejoramiento de los riesgos ambientales que deben realizar los sujetos obligados, lo que posibilita reducir las consecuencias

siniestros, lo cual es, precisamente, el propósito del seguro”. En Buenos Aires, la Autoridad de Cuenca Matanza Riachuelo (ACUMAR) dispuso exigir la presentación del Seguro Ambiental Obligatorio (SAO) a los establecimientos radicados en su jurisdicción obligados a su contratación, bajo el apercibimiento de imponerles severas multas en caso de no cumplir con el requisito.

La ACUMAR dispuso la medida a través de su Resolución N° 12/19 ya publicada en el Boletín Oficial, en la que establece un nuevo régimen de fiscalización industrial y figuras legales asociadas para las industrias en el Riachuelo. La normativa prevé sanciones de hasta 6 millones de pesos por los incumplimientos.

La ACUMAR es un ente interjurisdiccional de la Nación, la Ciudad de Buenos Aires y la Provincia de Buenos Aires, que cubre 2048 km² en 14 municipios de la Provincia y nueve comunas porteñas, donde residen más de seis millones de habitantes y se concentra la mayor cantidad de establecimientos obligados a la contratación del SAO.

OMINT LANZÓ “BIENESTAR ONLINE”

Es una plataforma digital de talleres de prevención que tiene como objetivo la concientización sobre diversos temas médicos como un nuevo beneficio exclusivo de los socios de OMINT en pos de mejorar su calidad de vida.

El site <https://bienestaronlineo->

mint.com.ar/ cuenta con tres ejes temáticos: tabaquismo, alimentación saludable y manejo del estrés, en donde a través de videos, información para descargar y guías, los usuarios pueden contar con consejos de profesionales médicos y acceder desde cualquier lugar, en el momento en que lo deseen.

Los talleres están guiados por especialistas en las diferentes áreas, e incluyen sugerencias de libros, películas, charlas TED, prácticas, ejercitaciones y recursos complementarios para que el socio pueda continuar con el taller, aun estando fuera de la página.

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



0800 555 0278
www.omintart.com.ar



GRUPO SANCOR SEGUROS ACOMPAÑÓ LA CAMPAÑA "OCÉANO 0KM"



Lo hizo en calidad de sponsor de esta campaña medioambiental cuyo principal objetivo es concientizar y generar una actitud proactiva en los ciudadanos, empresas, organizaciones civiles y municipios a través de la gestión de residuos y limpieza de las playas bonaerenses, así como la búsqueda de la eficiencia energética y la movilidad sustentable.

En ese marco y con la premisa de

alcanzar a más de 20 ciudades costeras, tuvieron lugar en Mar del Plata, Bahía Blanca y Monte Hermoso, charlas de concientización sobre dichas temáticas. En el caso de Monte Hermoso se realizó un taller interactivo sobre residuos, energía y transporte en favor del cuidado de los océanos, destinado a niños de escuelas primarias.

Luego de las jornadas de charlas, los voluntarios (entre ellos, empleados de Sancor Seguros) procedieron a realizar las tareas de limpieza de la costa en Monte Hermoso y Mar del Plata.

Entre las jornadas se concretó en Bahía Blanca una Mesa de Trabajo con representantes de diferentes

sectores de la sociedad: Subsecretaría de Gestión Ambiental, Poder Ejecutivo, Industria, ONG vinculadas con el cuidado y promoción del estuario, referentes del Conicet, de medios de comunicación y empresas privadas. Convocados por una misma razón, la conciencia y el cuidado del medio ambiente, el objetivo de la mesa fue establecer e impulsar un espacio de comunicación, donde dar a conocer acciones y programas locales vigentes, exponer necesidades y establecer vínculos para crear nuevas gestiones que promuevan un impacto medioambiental positivo, integrando diversidad de actores. Del encuentro surgió una idea que, de materializarse, podría generar inclusión social, impacto ambiental positivo y desarrollo económico.

SEGUROS RIVADAVIA CONCLUYÓ 2018 CON MÁS ACCIONES DE PREVENCIÓN Y SEGURIDAD VIAL EN CÓRDOBA

Sobre fines del año 2018, Seguros Rivadavia organizó distintos ciclos de charlas e iniciativas de capacitación y concientización sobre la temática de la Inseguridad Vial en la provincia de Córdoba.

La primera de las actividades tuvo lugar en la localidad de Villa del Rosario y consistió en una capacitación destinada a los choferes de las empresas de transporte El Porvenir y Expreso Villa del Rosario. Por

Seguros Rivadavia, asistieron el Sr. Franco Ávila, gerente del Centro de Atención local, junto a otros colaboradores de la empresa.

Luego, se continuó con el cronograma de acciones previstas en la ciudad de Luque, donde se brindó una charla a una numerosa cantidad de alumnos del Instituto Provincial de Educación Técnica N° 300. El evento fue coordinado por un productor asesor de seguros local quien, junto

a su organizador, lograron una convocatoria de unos 80 alumnos de 6° y 7° año de esa institución, además de los docentes y directores que se hicieron presentes.

Asimismo, en la segunda parte de dicha jornada, se dieron cita los directivos de la firma S.O.S. Red de Asistencia, en un encuentro con el Sr. Juan José Nieldfeld, responsable del área, que tuvo como propósito trabajar en la búsqueda de posibles

acciones que redunden en una disminución de los índices actuales relacionados con la Inseguridad Vial. Como corolario, se desarrolló una charla en Unquillo, coordinada junto a la Municipalidad de dicha

ciudad, que puso a disposición su playón y personal para que pudieran asistir alumnos de toda la comunidad. Se hicieron presentes cerca de 100 alumnos, acompañados por personal docente de cinco

instituciones locales, participando también algunos miembros de la propia Comuna, Bomberos y Defensa Civil, con buena repercusión y resultados.

CINCO AÑOS DEL CITES: LOS LOGROS DE UNA INICIATIVA PIONERA



El miércoles 18 de diciembre de 2013, el Grupo Sancor Seguros realizaba el lanzamiento de CITES S.A. al inaugurar sus instalaciones edilicias.

Cinco años después, el Grupo comparte con la comunidad algunos de los logros alcanzados por su Centro de Innovación Tecnológica, Empresarial y Social.

En este período se lanzaron 10 convocatorias CITES Startups y dos bootcamps para emprendedores. Más de 750 proyectos fueron analizados: el 70% provinieron de Argentina, 25% de Latinoamérica y 5% del resto del mundo. Cincuenta de ellos fueron mentoreados por su equipo de gestión durante varias semanas, 13 se presentaron a sus comités de inversión, 11 han sido aprobados para ser invertidos, cuatro de ellos están actualmente en proceso de conformación societaria, mientras que los

siete restantes ya son nuevas empresas constituidas, invertidas e incubadas por CITES: Phylumtech, ImValv, ViewMind, EoloPharma, BioDrone, RadBio y Llamando al Doctor.

Estas nuevas empresas radicadas en Sunchales (Santa Fe) están basadas en tecnologías patentadas, lo que convirtió a CITES y sus startups en el licenciatarío más activo de tecnologías de CONICET.

En lo que a inversiones se refiere, estas siete startups han recibido unos 4,5 millones de dólares de inversión. En los próximos días, dos de estas compañías serán las primeras en graduarse de la incubación en CITES y entre ellas proyectan facturar un millón de dólares para el ejercicio económico en curso.

Por otra parte, CITES ha constituido un fideicomiso financiero por 24 millones de dólares para invertir en 32 nuevas compañías en los próximos cuatro años. Este fideicomiso está abierto para que terceros inversores acompañen esta iniciativa. El primer inversor en confiar en la propuesta de valor de CITES ha sido el Banco Interamericano de Desarrollo, quien luego de un proceso de 10 meses de análisis y evaluación decidió invertir 3 millones de dólares.

Otro capítulo importante del accionar de CITES tiene que ver con sus servicios de innovación tecnológica brindados a empresas PyMEs que ya operaban en su región. Así es como se han logrado desarrollar más de 10 proyectos de innovación para terceras empresas, gestionando más de medio millón de dólares de inversiones entre fondos públicos y privados, y cuyos resultados permitieron generar nuevos productos para estas empresas y habilitarlas a ganar nuevos mercados de exportación.



FALLOS JUDICIALES COMENTADOS PARA SER COMENTADOS

PLAZO DE PRESCRIPCIÓN APLICABLE AL CONTRATO DE SEGUROS (¿O A LOS DAÑOS Y PERJUICIOS DERIVADOS DE SU INCUMPLIMIENTO?).

Resumen del fallo:

1. La cuestión debatida en autos gira en torno al plazo de prescripción de la acción de la asegurada para reclamar los daños y perjuicios derivados del incumplimiento del contrato de seguros. La Sra. jueza, efectúa un minucioso y profundo detalle de las diversas posturas doctrinales y jurisprudenciales al respecto, anteriores como posteriores, a la sanción del Código Civil y Comercial de la Nación, llegando a la conclusión de que a la acción por daños y perjuicios derivada de un contrato de seguros le resulta aplicable el plazo trienal del art. 2561 CCyC.

La ley 24.240, como bien lo explica la Sra. jueza, resulta aplicable al contrato de seguros cuando exista una relación de consumo entre proveedor y asegurado consumidor (Res. 35.614 S.I.S.N., año 2011).

2. Un importante sector doctrinal y jurisprudencial aplicaba a las acciones entre asegurado y asegurador el plazo de prescripción de tres años establecido en el art. 50 ley 24.240, ref. Ley 26.361, por considerar que la relación entre asegurador y asegurado era una relación de consumo.

Otra corriente de opinión, entendía que, por la especialidad de la materia (seguros) se debía aplicar el régimen especial de la ley de seguros (ley 17.418), por ende, la acción, prescribe en el término de un año (art. 58).

La Ley 26.994 reforma el art. 50 de la Ley 24.240, cuyo texto actual dice: "Prescripción. Las sanciones emergentes de la presente ley prescriben en el término de TRES

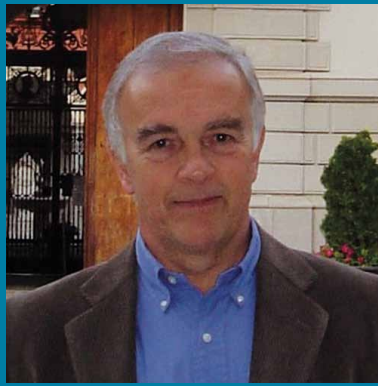
(3) años. La prescripción se interrumpe por la comisión de nuevas infracciones o por el inicio de las actuaciones administrativas". Este nuevo texto eliminó la referencia a las acciones judiciales y administrativas a las cuales aludía el texto reformado por la ley 26.361. De tal modo, en su redacción actual, es claro que solo regula la prescripción de las acciones administrativas.

Este cambio legislativo, reabrió el debate sobre el plazo de prescripción aplicable a los daños y perjuicios ocasionados en el incumplimiento del contrato de seguros.

En la actualidad el debate consiste en si se debe aplicar el plazo trienal de prescripción del art. 2561 CCyC, como sostiene la resolución en crisis, o si se aplica el plazo anual del art. 58 de la ley 17.418 como lo entiende un calificado sector doctrinal y jurisprudencial.

3. La postura que entiende aplicable la ley seguros sostiene que al haber sido modificado el art. 50 LDC, cabe aplicar el art. 58 LS, porque es la ley especial que rige la materia. En este sentido dice Cracogna: "Reducido el ámbito de aplicación del plazo trienal exclusivamente a las sanciones emergentes de la Ley de Defensa del Consumidor (por ejemplo, la aplicación del daño punitivo) y frente a la existencia de una norma específica como el art. 58 de la Ley 17.418, no cabe más que concluir que el plazo de prescripción aplicable al contrato de seguro será el anual previsto por esta última norma, aún en los casos en que nos encontremos frente a una relación de consumo." (Cracogna, Fernando; "La prescripción en el derecho de seguros.

Hacia el fin de una controversia", LA LEY 09/02/201. También existe jurisprudencia enrolada en esta tesis: "El plazo previsto en el art. 58 de la ley 17.418 es aplicable a



Dr. EDUARDO TORIBIO

una acción contra una compañía de seguros y no el previsto en el art. 50 de la ley 24.240, ya que no puede sostenerse que el plazo de prescripción anual que establece una norma especial pueda considerarse ampliado a tres años por otra que tiene un carácter general, máxime cuando la solución propiciada es la que consagró la ley 26.994.” (Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial, sala D, Consumidores Financieros Asociación Civil p/ su defensa c. La Meridional Compañía Argentina de Seguros S.A. s/ ordinario • 18/10/2016).

4. En opinión contraria se entiende que al haberse modificado el art. 50 LDC se aplica el sistema de prescripción del Código Civil y Comercial a las relaciones de consumo, aún cuando deriven del incumplimiento de un contrato de seguros. Estimamos que, a los efectos, de analizar cuál es el plazo de prescripción aplicable, corresponde determinar cuál es la acción ejercitada por la actora y, en el caso, no está discutido, que se reclaman daños y perjuicios derivados del incumplimiento del contrato de seguros.

Entendemos que el plazo de prescripción de la acción de responsabilidad civil derivada del incumplimiento del contrato de seguros prescribe en el término de tres años de conformidad al art. 2561 CCyC, por las razones que expondremos. En materia de prescripción de las acciones derivadas de una relación de consumo, en general, al haber sido modificado el art. 50 ley 24.240, ref. 26361, cabe aplicar el Código Civil y Comercial. De tal modo, la acción de responsabilidad civil que derive del incumplimiento de la obligación consumeril o de la violación del deber general de no dañar prescribe a los tres años, siendo diferente del plazo de prescripción de la acción para reclamar el cumplimiento en especie o por equivalente de cinco años del art. 2560 CCyC.

5. Garrido Cordobera señala, que Gabriel Stiglitz, “refiriéndose a la modificación del art 50 LDC, considera que las acciones judiciales estaban mal ubicadas en tal artículo y este autor se manifiesta de acuerdo con su eliminación del texto, además aclara que el plazo de 3 años quedará

acotado a lo que allí se regula, que son las sanciones administrativas mientras que para las acciones judiciales en las relaciones de consumo será de aplicación un plazo igual al anteriormente vigente o mayor (3 o 5 años), pues era de aplicación lo previsto en los arts. 2560 o 2561 Código Civil y Comercial”. (Lidia M. R. Garrido Cordobera en: Stiglitz, Gabriel A., Hernández, Carlos A., Tratado de Derecho del Consumidor - Tomo IV, La Ley, Segunda parte - Prescripción, Capítulo XXIV.1 - La aplicación de la prescripción del art. 50 LDC y el principio “pro consumidor”).

Además, sí antes de la modificación del art. 50, la jurisprudencia de la Corte local (expte. 111315, Chacon Benites, M. En j° 88007, 31/10/2014, entre otros) entendía que se aplica el plazo de tres años de la ley consumeril y no el plazo de un año de la ley de seguros, cabe mantener la misma solución aplicando el art. 2561 CCyC. Sostener lo contrario implica una interpretación regresiva que afecta el nivel de protección alcanzado y contraria el principio pro homine y pro consumidor, analizados en la resolución de la instancia anterior (arts. 29 CADH, art. 3 ley 24.240, art. 1094 y conc. Del CCyC).

Y aún cuando se entendiera que la ley de defensa del consumidor no se aplica al contrato de seguros igualmente resulta aplicable el plazo de prescripción trienal del art. 2561 CCyC a la acción de daños y perjuicios derivada del incumplimiento de este.

Esta solución se funda en que el Código Civil y comercial, en virtud de la unidad del fenómeno resarcitorio, unificó el plazo de prescripción de la acción de responsabilidad civil cualquiera sea su origen (incumplimiento de una obligación o violación del deber general de no dañar, o de una relación de consumo) en el art. 2561 CCyC, salvo las excepciones que consagra en el art. 2562 CCyC, entre las cuales no se enumera en el caso de autos. Se podrá discutir, cuestión no ventilada en autos, sí el plazo para exigir el cumplimiento del contrato de seguros es de un año (art. 58 LS) o cinco años (art. 2560 CCyC), pero en materia resarcitoria la interpretación más coherente y

armónica con todo el ordenamiento jurídico (art. 2 y 3 CCyC), en función del diálogo de las fuentes, es que la acción para reclamar los daños derivados del incumplimiento del contrato de seguros prescribe a los tres años (art. 2561 CCyC). Por último, los fallos “Buffoni” y “Flores” de la Corte Nacional no son aplicables a este caso porque las cuestiones que ellos resuelven no se relacionan con el tema debido en autos.

Autos “González, Encarnación Rosaura c/Parana Seguros S.A. S/Daños y perjuicios” Cámara 2ª.
En lo Civil, 1ª. Circunscripción.
Fecha 13/4/2018.

Comentario.

A pesar del esfuerzo de sintetizar, el contenido del fallo y su importancia nos han hecho hacer una importante transcripción del mismo. La sentencia resuelve una cuestión que ha agitado y agita a la doctrina y jurisprudencia nacional: el plazo de prescripción a aplicar en el contrato de seguros. Esa contraposición de opiniones pareciera haberse resuelto en Mendoza y los aseguradores que estén sujetos a esa jurisdicción judicial deberán tener en cuenta ese criterio que parece consagrado en la misma (hemos puesto en negrita algunos párrafos que lo confirman). Es bueno tener en cuenta, desde un punto de vista más estricto, que la aplicación de esa tesis se basa en la existencia de un Contrato de Consumo. Si bien no todos los contratos de seguros revisten esa calidad, una enorme mayoría de los riesgos más difundidos están comprendidos en la misma.

Cuando la Ley 26.994 aclaró que el plazo de prescripción de 3 (tres) años sólo era aplicable a las acciones administrativas, buena parte de la doctrina (y el mercado asegurador a la cabeza) sostuvieron que quedaba abierta una senda muy clara de aplicación del art. 58 de la Ley de Seguros (Plazo de 1 año). Vemos aquí que ello puede tener oposición y que, al menos en Mendoza, reina la tesis opuesta.

Como opinión personal, a esta altura de las polémicas,

creo que sería muy interesante que el Mercado Asegurador, cuya mayor y mejor función técnica y económica es eliminar la Incertidumbre, lo haga en este tema llevando el plazo del art. 58 LS a Tres (3) años y ajustando a ello sus expectativas.

Recuerdo que, en la época de mayor actividad del programa PLANES, se había generado un consenso en ese sentido, que incluía a los representantes de los Aseguradores. Suelo recordar que el plazo anual del artículo 58 no tiene similares en el derecho comparado, donde los plazos no bajan de los 2/3 años, y llegando a 5, 7, 10 etc.

SEGUROS - EFECTOS CON RELACIÓN A TERCEROS - FACULTADES DEL TERCERO- REPARACIÓN INTEGRAL-FRANQUICIAS

Resumen del fallo:

1. El contrato de seguro rige la relación jurídica entre los otorgantes por lo que los damnificados que revisten la condición de terceros respecto de esa relación si pretenden invocar ese contrato, deben circunscribirse a sus términos, sin que ello implique desconocer el principio de reparación integral.
2. La Ley de Defensa del Consumidor no puede ser invocada como fundamento de inoponibilidad para atravesar ya sea el piso o límite mínimo (franquicia o descubierto obligatorio) o el techo, tope o límite máximo de la indemnización que fija la suma asegurada.

Es insuficiente la Ley de Defensa del Consumidor, para modificar el criterio de la oponibilidad de la franquicia del seguro al tercero víctima del accidente.

3. Este Tribunal en reiterados fallos ha admitido tanto la oponibilidad de la franquicia como la limitación de la cobertura en el contrato de seguro de responsabilidad civil (3° C.C., v.g. 32207 Galeano..., 34.377 Andrada..., 50.710 Brito..., entre otros).

Expte.: 52475 - Valin Maximiliano y Ots. C/ Lima Torres, Carlos y Ots. P/D. Y P .Fecha: 20/02/2018
Tribunal: 3° Cámara En Lo Civil -
Primera Circunscripción Magistrado/S: Colotto, Mastrascusa y Márquez Lamena

Comentario.

En este caso, el Tribunal resuelve, en consonancia (expresa en el fallo) con la doctrina de la Corte Suprema de Justicia de la Nación. Y haciendo mérito y aplicación estricta de los términos del contrato de seguros. Reconoce la existencia de una función social en el seguro de RC, pero no por ello deja de lado las estipulaciones del contrato de seguro.

Señala que ese respeto a la libre contratación de este seguro debe alcanzar a los límites de la suma asegurada y a la aplicación de franquicias. Y opina que ello no contraría el principio de reparación integral, a la que contribuye (en su medida) la indemnización del seguro.

Tampoco estaría contrariando, a criterio de los jueces, las estipulaciones y principios de la defensa del consumidor. El tercero damnificado puede traer a juicio al Asegurador y reclamar su indemnización, pero sólo en los términos de la póliza, pues este instrumento es lo único que vincula al Asegurador al hecho dañoso y al juicio.

DEBIDO CUMPLIMIENTO DE LA OBLIGACIÓN DE RESARCIR. CONTRATOS CONEXOS.

Resumen del fallo:

1. Conforme los hechos acreditados en la causa la accionante fue protagonista de un accidente de tránsito en el vecino país de Chile el 14/01/2014. Consta en la fs. 10 que efectuó en MAPFRE –que es la aseguradora que se encarga de atender los siniestros ocurridos a asegurados de La Caja SA en Chile- la denuncia del accidente ese mismo día y que, el 17/1 se presentó ante el Juzgado de Policía de Viña del Mar, donde describe los hechos, agrega una copia

de la póliza de seguros y copia de denuncia a la aseguradora. En ese acto el tercero solicita el arraigo del vehículo de la actora a lo que el Tribunal hace lugar y cita a las partes a una audiencia para el día 21/02/14 a las 10:00hs. Ese mismo día la actora comunica a la aseguradora que la única forma que pueda sacar su vehículo de Chile es que la misma logre un arreglo con el damnificado.

2. Comunicados los hechos por MAPFRE a La Caja de Seguros SA, contestan “...para confirmarte la cobertura debemos aguardar al 07/02 ya que el cliente abona el pago a través de un acreedor prendario, por lo tanto, hasta esa fecha no puedo darte el OK (esto afecta sólo al tercero)...”. Aquí estriba el incumplimiento al contrato pues la aseguradora no puede tomarse 20 días para verificar si se ha pagado o no, el seguro, con el agravante que el asegurado se encuentra en otro país sin poder sacar su rodado. El 26 de febrero de 2014 se celebró el acuerdo, dictándose el alzamiento de la orden de arraigo el 6 de marzo de 2014.

3. El contrato prendario y el de seguro se encuentran coligados ya que si bien el banco no es parte en el contrato de seguro, el elemento que los conecta es la circunstancia de que ha sido el banco quien obligó a celebrar el seguro y quien ha impuesto la compañía aseguradora (el deudor debe optar entre las presentadas por el banco). En el sub lite –como bien lo acepta la recurrente I.C.B.C- exigió a la actora la contratación de un seguro para el automotor, como condición o garantía para el otorgamiento de un crédito prendario, destinado a la compra de dicho automotor, ofreciéndole un listado cerrado de compañías entre las cuales el tomador del crédito debía optar.

Esta contratación constituye un típico caso de contrato conexo; en efecto, la conexidad contractual se verifica a partir del entrelazamiento de la red de dos contratos: mutuo y seguro.

4. Siendo ello así la entidad bancaria debe responder con la aseguradora por el incumplimiento de esta última, en los términos en que ha resultado esta Alzada, esto es, responder por los daños materiales y el daño moral.

“Yarke Maria Gabriela Contra Caja de Seguros S.A. P/ Daños y Perjuicios
 Excm. Cámara Segunda de Apelaciones en lo Civil, Comercial, Minas, de Paz y Tributario, las Sras. Juezas titulares de la misma Dras. Gladys Delia Marsala y María Teresa Carabajal Molina, no así la Dra. Silvina Furlotti, por encontrarse en uso de licencia.

Comentario.

Resulta interesante analizar este tema de los contratos conexos, tan numerosos como conflictivos en nuestro mercado. La protección del interés asegurable de los acreedores prendarios e hipotecarios suele generar mecanismos que afectan la libertad de contratación del propietario. Más allá de las normas o prácticas que se han desarrollado para morigerar ese efecto negativo, lo fundamental de cualquier mecanismo de contratación de seguros (incluido mediante asesoramiento profesional o producción directa) es el cumplimiento completo y oportuno de sus obligaciones con el Asegurado.

Destaco lo de oportuno, ya que en este caso, la Aseguradora demandada alegó haber cumplido con su obligación primordial de cobertura, pues arregló la cuestión con el tercero reclamante.

Pero de la propia lectura de los considerandos más arriba, advertimos que ese cumplimiento tuvo poco de oportuno o puntual. El accidente sufrido por el Asegurado en Chile el 14 de enero del 2014, fue debida y oportunamente denunciado ante la empresa liquidadora correspondiente ese mismo día. Seguramente por su carácter de extranjero, el juzgado interviniente exigió un arraigo que impidió la salida de Chile del automotor. Lo determinante en esta condena de la Aseguradora deviene del episodio acaecido cuando su empresa representante en Chile le pide autorización para proceder y la Caja SA le contesta que no puede indicarle la acción a seguir hasta el 7/2/14, fecha en que va a saber si tenía cobertura financiera, porque era una operación contratada a través de un acreedor prendario (Dios sabrá si, al menos, era un Agente Institorio). Interesante pano-

rama: Asegurado accidentado y con vehículo incautado preventivamente en Chile y su Aseguradora no puede saber si tiene pago el seguro o no y, por ende, se toma un tiempito para ver si llega la información.

Dicho en otras palabras, CERO de consideración para el cliente y deficiencias en sus sistemas de cobranza, que no le permiten siquiera indagar sobre la situación de cobranza de uno de sus clientes. Tal vez lo que está sobrando aquí es lo de Cliente, personaje al que se supone que hay que respetar y cuidar. Dado que ya se había indemnizado al tercero, la sentencia condena aquí a la Aseguradora a pagar \$27.771 en concepto de gastos, por la demora y el daño moral, con intereses a la tasa activa del Banco Nación desde la fecha del accidente. La Cámara decide desestimar la aplicación de Daños Punitivos y condena a publicar el fallo, que habían sido pedidos por la actora. El segundo aspecto interesante de la sentencia en análisis es que la demanda se instauró (seguramente por la indignación del asegurado) contra la Aseguradora y también contra el Banco ICBC que era el acreedor prendario.

Previsiblemente, éste señala que no tiene nada que ver porque es ajeno al contrato de seguro. Allí es donde entra a jugar el concepto de Contratos Conexos (hoy incorporados en los arts. 1073 y 1073 del CCC). Aunque este cuerpo normativo no estaba en vigencia a la época del siniestro, ya la doctrina y la jurisprudencia habían acuñado y desarrollado ese concepto por el cual dos contratos distintos adquieren conexidad por su vinculación ineludible.

Como cierre diría que, si alguien ha tomado en cuenta que la condena por los gastos a la tasa activa desde enero de 2014 implicará un suma significativa de agregado, recordemos que la contrapartida de ello es que la satisfacción definitiva del Asegurado insumió 1.378 días, desde el 14 de enero de 2014 hasta el 23 de octubre de 2017. Dato malo para una imagen que debemos mejorar.



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



*Para **toda**
tu vida.*

Comunicate con tu **Productor Asesor de Seguros**
o llamá al **0800 444 2850**

www.sancorseguros.com.ar /    