

ASEGURANDO

PRESENTE & FUTURO



ENTREVISTA A
CARLOS GRANDJEAN,
PRESIDENTE DE AADEA



AGUSTINA DECARRE
GESTIONES PARA ALIVIAR
LA CARGA IMPOSITIVA
DEL PAS



WALTER WÖRNER
CONSOLIDANDO EL
LIDERAZGO DEL PAS A
TRAVÉS DE LOS SEGUROS
DE PERSONAS

REVISTA BIMESTRAL . AÑO 14 . Nº 60 . 2019

EN SEGUROS DE VIDA Y RETIRO LA CLAVE SIGUE SIENDO EL ASESORAMIENTO



Número 55
Lunes 15.9.2019
Asegurando

n Unión

El tema central de esta edición es la oportunidad que brindan los seguros de personas, particularmente los de vida y retiro, para la aplicación de la actualización de la actualización de los incentivos fiscales para la contratación de este tipo de coberturas. Por ello, dialogamos con un grupo de colegas y de aseguradores al respecto. Asimismo, analizamos el liderazgo del productor sector a través de los seguros de personas.

2
9
16
23
30

Somos Berkley Argentina futuro + seguro

Crecemos: tecnología + oportunidades

Avanzamos: estrategia + innovación

Cumplimos: compromiso + valores

BiSmart
La App de Berkley



www.berkley.com.ar

b | Berkley Argentina ART
| a Berkley Company

b | Berkley Argentina Seguros
| a Berkley Company

Nº de inscripción en SSN
0121

Atención al asegurado
0800-666-8400

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

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

La voz de los Productores Asesores de Seguros

C.P.N. Agustina
Decarre

Walter Wörner

Carlos E.
Grandjean

Mario Ruiz

Dr. Fernando
Mc LoughlinDr. Eduardo
Toribio

El tema central de esta edición es la oportunidad que brindan los seguros de personas, particularmente los de Vida y Retiro, para la ampliación de la cartera del productor asesor de seguros, a la luz de la actualización de los incentivos fiscales para la contratación de este tipo de coberturas. Por ello, dialogamos con un grupo de colegas y de aseguradores al respecto. Asimismo, el consultor Walter Wörner analiza cómo consolidar el liderazgo del productor asesor a través de los seguros de personas.

Según datos al 30 de junio del corriente año publicados por la SSN, el conjunto de la producción de seguros de Vida, Retiro, Salud y AP alcanzó un volumen de producción de \$ 72.777 millones. En forma global, los seguros de personas crecieron 26,31% en relación al ejercicio anterior. Dado que la actualización de las deducciones se anunció el 21 de enero, al 30 de junio ya puede percibirse algún efecto positivo. De hecho, los seguros de Vida Individual crecieron 58,17% y los de Retiro Individual 43,75%. El volumen de estos dos ramos creció más que el promedio de los seguros de personas. Más información al respecto será desarrollada en el artículo que arranca en la página 6 de esta edición.

En cuanto a los temas institucionales, damos cuenta de la participación de FAPASA en distin-

tos eventos del mercado como Expoestrategas y el XIV Congreso Internacional sobre Fraude en el Seguro. E informamos sobre el Diplomado Internacional de Seguro en Disrupción Digital presentado por la AACCS, AAPAS Y FAPASA.

Luego, la C.P.N. Agustina Decarre, Tesorera de FAPASA, analiza la pesada carga impositiva que soportan los PAS e informa sobre las gestiones para reducirla.

A continuación, informamos sobre la intensa actividad de las APAS de todo el país.

En nuestra sección Perfiles, presentamos al colega Mario Ruiz, un joven productor asesor de Santiago del Estero, amante de la música y el folclore.

Más adelante, el Dr. Fernando Mc Loughlin reflexiona sobre el valor de la opinión del PAS y su función de asesoramiento al asegurado a los fines de contratar la más adecuada cobertura.

Continuamos con la información relevante del mercado y las aseguradoras. Y cerramos con la habitual y 'jugosa' columna del Dr. Eduardo Toribio sobre Jurisprudencia.

¡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 Zacaías

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

Hugo Chinellato

Coordinación

Consejo Ejecutivo de FAPASA

Redacción

Lic. Aníbal Cejas

Asistente

Eugenio Luis Donda

Colaboradores

C.N.P. Agustina Decarre
Walter Wörner
Dr. Fernando McLoughlin

Diseño

Santiago Arce
www.santiagoarce.com

Administración

Graciela Palermo

Publicidad

Karina Mastroberardino
Jorgelina Fernández Calderón

Impresión

MUNDIAL IMPRESOS
Cortejarena 1862 - C.A.B.A. - Argentina
Tel. 4303-3141 . www.mundial.com.ar

SUMARIO



6

OPORTUNIDAD EN SEGUROS DE VIDA Y RETIRO

CONSOLIDANDO EL LIDERAZGO DEL PRODUCTOR ASESOR A TRAVÉS DE LOS SEGUROS DE PERSONAS

Walter Wörner



12



16

NOTICIAS INSTITUCIONALES

INSURTECH: DIPLOMADO INTERNACIONAL DE SEGURO EN DISRUPCIÓN DIGITAL



18



20

GESTIONES PARA ALIVIAR LA CARGA IMPOSITIVA DEL PAS
C.P.N. Agustina Decarre

"UN MERCADO NO CONCENTRADO LE PERMITE AL PAS ELEGIR ENTRE DIVERSAS ALTERNATIVAS"

Carlos E. Grandjean



22



26

NOTICIAS FEDERALES

PERFILES: MARIO RUIZ



30



32

EL VALOR DE LA OPINIÓN
Dr. Fernando McLoughlin

NOTICIAS DEL SECTOR



36



50

JURISPRUDENCIA
Dr. Eduardo Toribio

EN SEGUROS DE VIDA Y RETIRO LA CLAVE SIGUE SIENDO EL ASESORAMIENTO

EL EFECTO DE LA ACTUALIZACIÓN DE LAS DEDUCCIONES FISCALES DISPUESTA POR EL GOBIERNO EL 21 DE ENERO EN LA DEMANDA DE SEGUROS DE PERSONAS AÚN ES MODERADO SEGÚN LOS TESTIMONIOS QUE RECOGIÓ ASEGURANDO ENTRE PAS ESPECIALIZADOS EN VIDA Y ASEGURADORES. PERO, SIN DUDAS, LOS NUEVOS MONTOS DE LAS DEDUCCIONES CONSTITUYEN UNA MUY BUENA NOTICIA, QUE EL MERCADO ESPERÓ 26 AÑOS. Y SON UNA GRAN OPORTUNIDAD PARA QUE EL SECTOR DESPEGUE. AUNQUE EL DESARROLLO DE UNA MAYOR CONCIENCIA ASEGURADORA ES EL FACTOR FUNDAMENTAL.

La producción de seguros de personas creció 26% entre junio 2018 y junio 2019. De acuerdo a cifras de la SSN, al 30 de junio del corriente año, la producción de primas de seguros de personas llegó a \$ 72.777 millones. Esto comprende el período anual julio 2018 a junio 2019.

No obstante, hay que destacar que los ramos Vida Individual y Retiro Individual lograron incrementar su producción por encima de la evolución promedio de los seguros de personas. Vida Individual creció 58% y Retiro Individual 44%.

Producción de Vida Individual:
-a junio 2018: \$ 8.616.357.415.-
-a marzo 2019: \$ 9.086.434.741.-
-a junio 2019: \$ 13.628.676.217.-

De los \$ 5.012 millones que creció

la producción de Vida Individual entre junio 2018 y junio 2019, \$ 4.542 millones se explican por la expansión entre marzo y junio 2019 (el último trimestre del ejercicio).

En Retiro Individual el efecto de las nuevas deducciones fue más moderado, aunque de punta a punta el crecimiento del volumen fue de 44%. En otros ramos el avance fue menor a la inflación anual: por ejemplo, AP Individual (37%), Sepelio Individual (38%), y Vida Obligatorio (38%).

Una nueva oportunidad

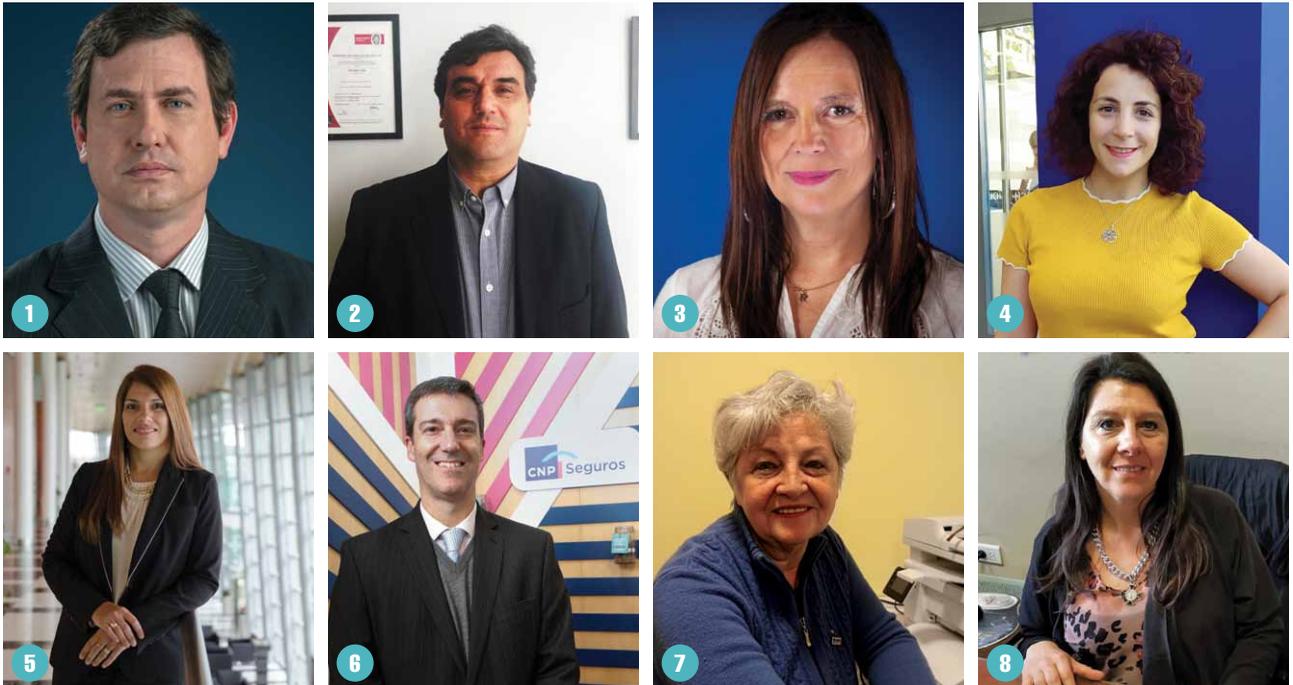
El 21 de enero de este año, el Gobierno actualizó los incentivos fiscales para la contratación de seguros de Vida y Retiro median-

te el Decreto 59/2019. Los montos del beneficio se fijaron en \$ 12.000 para el año fiscal 2019, \$ 18.000 para 2020 y en \$ 24.000 para 2021. Además, se estableció que el monto fijado para 2021 se actualizará automáticamente mediante un mecanismo que se basa en la Unidad de Valorización Tributaria.

Sobre los efectos de esta medida en el mercado opinaron los productores asesores de seguros especializados en el ramo y algunos aseguradores.

La visión del canal comercial

“El impacto no fue el deseado inicialmente aunque sí se perciben más consultas de empleados en relación de dependencia con vo-



1 Gustavo Falke, Gerente Comercial de La Equitativa del Plata. 2 Álvaro Tóricez, Gerente General Comercial de Orígenes Seguros. 3 Roxana Reynoso, Gerente de Planificación y Desarrollo Comercial de Seguros Rivadavia. 4 Isabel Pastor, PAS. 5 Gabriela Marchisio, Gerente de Seguros de Personas de Sancor Seguros. 6 Marcelo Prekajac, Gerente Comercial de CNP. 7 Victoria Rodríguez, PAS. 8 Cristina Mizawak, PAS.

luntad de ahorro e inversión. Hoy, el incentivo fiscal es un argumento de venta, acompañado del despertar de la voluntad de previsión y ahorro. Todos los días la inseguridad, la imprevisión y la pobre perspectiva de una adecuada jubilación para la clase pasiva nos da argumentos para abordar el tema”, destacó la PAS Isabel Pastor, de Rosario.

Luego, la productora Victoria Rodríguez, de Tucumán, señaló: “La actualización de los incentivos es una medida muy acertada y esperada por todos los que actuamos en este negocio.

Esta actualización es una motivación más para concientizar a los

asegurables a contratar un seguro de vida. Y hay mayor interés en el asesoramiento, no tan solo en los nuevos negocios sino también en los clientes con pólizas vigentes de años anteriores”.

A su turno, la PAS Cristina Mizawak, de Entre Ríos, evaluó: “Me parece excelente. Hace más de dos décadas estamos luchando para que ocurra este suceso. Tal como indicó la Asociación de Aseguradores de Vida y Retiro de la Argentina (AVIRA) frente a los funcionarios, esta medida puede ampliar el mercado de Seguros de Vida y Retiro, con beneficios para la economía y para la sociedad, como la promoción del ahorro interno. Esta actualización debería

impulsar las ventas y potenciar el negocio. No obstante, es algo prematuro proyectar niveles de venta”.

Y sumó: “Ha crecido el interés por asegurarse. Es un paso importante que debemos aprovechar para el desarrollo del mercado de Seguros de Personas y, también, valorar la importancia de estas herramientas de protección y de ahorro para el futuro. Entiendo que cuando los montos vayan incrementándose año a año, esta variable tendrá más relevancia en la toma de decisiones. Estimo que para fines de este año existirá una mayor concientización en el público y será en 2020 que se comenzará a notar una mayor expresión del mercado”.

Asesorar, asesorar, asesorar

Mizawak afirmó que “aún es poco el conocimiento en cuanto al funcionamiento de las deducciones fiscales en Seguros de Vida y Retiro de parte del asegurable”. “Esa es nuestra misión, la de Asesorar y brindar productos a medida que generen beneficios reales en el mediano y largo plazo”, enfatizó, al tiempo que admitió que “el contexto inflacionario sigue siendo un limitante de peso a la hora de la contratación”.

“La clave continúa siendo el buen asesoramiento, el relevamiento de las necesidades de las personas, familias y empresas. La desgravación es impositivamente importante pero no es la variable decisiva al momento del cierre de la venta. El asesoramiento está relacionado directamente con el beneficio de contar con una protección familiar y personal futura”, especificó la productora.

Sobre este tema, Rodríguez explicó: “Muchos de los asegurables desconocen o no tienen bien en claro que los seguros de vida y retiro son deducibles.

Hay que asesorarlos sobre lo esencial del tema, de manera sencilla y lo más llano posible, dejando en claro que no somos especialistas impositivos y que siempre es recomendable un intercambio con su CPN.

Mi asesoramiento parte, ante

todo, desde la concientización de la importancia de estar asegurados con un seguro de vida individual creado conjuntamente con el asegurable. Brindo un asesoramiento integral y personalizado que nace de descubrir las necesidades actuales pero transitando hacia las futuras, como la etapa jubilatoria”.

Luego, Pastor apuntó: “Mi función como profesional es crear asesoría consciente, transmitiendo educación financiera pensada a largo plazo con herramientas que garantizan el bienestar futuro, atiendan la problemática previsional, para que más personas cuenten con instrumentos para enfrentar momentos de interrupción en la generación de ingresos. Es importante identificar y valorar cada caso en particular”.

Una medida muy esperada

Roxana Reynoso, Gerente de Planificación y Desarrollo Comercial de Seguros Rivadavia, dijo que “este cambio debería alentar la contratación de los seguros de Vida o Retiro” y que “el crecimiento de la industria de los seguros de líneas personales provocará beneficios en la economía a nivel general, en especial en un mercado donde predominan los seguros patrimoniales”.

No obstante, reconoció que “no se observa un cambio sustancial en la contratación de estas pólizas” y que “la actualización de las deduc-

ciones debe estar reforzada por la generación de una mayor conciencia aseguradora en los clientes”.

“El asesoramiento brindado por los PAS a sus clientes resulta fundamental, siendo esencial que transmitan la importancia de su contratación para, por ejemplo, reemplazar el ingreso que produce el fallecimiento de la persona, tener fondos para los gastos inesperados de funerales, crear una herencia para sus seres queridos, pagar deudas u otras obligaciones, disponer de un instrumento financiero que permita ahorrar o invertir, cubrirse ante una eventual enfermedad, además de considerar las nuevas deducciones fiscales. El conocimiento integral de estas coberturas y beneficios por parte del PAS, permitirá que, paulatinamente, se pueda lograr una mayor penetración de estos productos en el mercado”, expresó.

En tanto, Gustavo Falke, Gerente Comercial de La Equitativa del Plata, comentó: “Las nuevas deducciones son una bocanada de aire fresco para la reactivación de un sector que sirve para generar conciencia aseguradora a mediano y largo plazo. En los últimos meses notamos un creciente interés, en primer lugar, de asegurados que tienen seguro vigente, y también de potenciales asegurables”.

Más adelante, añadió: “La Equitativa fue fundada hace 122 años como una compañía exclusiva de seguros de Vida. Todos los seguros

Sumate al Grupo OMINT y conocé nuestros productos para tus clientes.



ART



Medicina Prepaga



Seguro de Vida

Comunicate con nuestros
asesores comerciales al
0800 555 0278

GRUPO OMINT

Nº de inscripción en SSN
0862/0894

Atención al asegurado
0800-666-8400

Organismo de control
www.ssn.gob.ar

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

de vida que ofrecemos son de Vida Individual. Las acciones tomadas en nuestro caso siempre están dirigidas a capacitar al PAS (único canal de La Equitativa) ya que entendemos que son quienes generan valor agregado a la hora de informar y asesorar al asegurable”.

En sintonía con sus colegas, Gabriela Marchisio, Gerente de Seguros de Personas de Sancor Seguros, consideró: “La actualización es a todas luces positiva.

El beneficio inmediato para quienes pagan Impuesto a las Ganancias, es la posibilidad de deducir un monto razonable que había quedado en un valor insignificante.

Otro aspecto importante es que se hizo extensiva la deducción a los seguros de vida mixtos, permitiendo considerar, además de la parte de las primas que se pagan por la cobertura de muerte, las destinadas a la capitalización o ahorro.

Además, es importante que se haya previsto los importes para el 2020 y 2021 así como que estos montos se ajusten, en adelante, todos los años por Unidades de Valor Tributario (UVT), conforme lo determine la ley que se promulgará a tal efecto.

Es esperable que estos incentivos tengan un impacto positivo en todo el mercado, favoreciendo la contratación de coberturas y permitiendo así mejorar nuestros indicadores respecto de otros países

de la región, donde el porcentaje de participación de Seguros de Vida y Retiro sobre el PBI duplica al que tenemos en Argentina. Pero los efectos no son inmediatos y es algo que seguramente ocurrirá a mediano y largo plazo”.

Asimismo, la ejecutiva del Grupo Sancor Seguros expuso: “También es importante que se hayan reincorporado las deducciones a los seguros de retiro individual (eliminadas por la Ley N° 26.425 de estatización de las jubilaciones) y se suma la posibilidad de que los empleadores deduzcan vida con ahorro colectivo, si bien aún no se ha determinado el monto para este segmento. Es de esperar que en breve se estipule dicho valor. Es importante mencionar que una persona física podría aprovechar la deducción de sus seguros de Vida y Retiro, llegando a un importe de \$36.000 (\$ 12.000 por cada uno) para este ejercicio fiscal si cuenta con un seguro de vida puro, un seguro de vida mixto y un seguro de retiro. Esta deducción será de \$ 54.000 para el ejercicio fiscal 2020”.

En tanto, Álvaro Toricez, Gerente General Comercial de Orígenes Seguros, indicó: “La actualización de incentivos fiscales es algo positivo y buscado desde hace tiempo por el mercado con un fuerte apoyo de AVIRA. Es un buen comienzo para potenciar la industria.

Facilita el contacto con clientes o prospectos para generar interés, pero hoy, dada la coyuntura, no

está siendo un elemento decisivo a la hora de contratar un seguro de vida o retiro”.

Y agregó: “El principal impedimento que vemos es el gran desconocimiento entre los asegurados de los beneficios que representan este tipo de coberturas”.

Cerrando la rueda, Marcelo Prekajac, Gerente Comercial de CNP, sostuvo: “Es un buen punto de partida pero aún falta mucho para mejorar.

El espíritu de la normativa es generar la cultura del ahorro interno y previsión para las familias, con un instrumento que a nivel inversión tiene un flujo positivo para la economía real enorme y por ende hay que seguir trabajando en este sentido. En los países en donde hay un mayor desarrollo de la industria aseguradora es muy importante el rol de los incentivos fiscales.

Notamos un mayor interés por parte de la red de productores sobre cómo impacta en los clientes y por consiguiente se reflejó un incremento en la comercialización de los productos de vida con ahorro”.

“Es una oportunidad sin precedentes para desarrollar los seguros colectivos para aquellas empresas que sean tomadoras y pagadoras ya que pueden deducir de la base imponible el 100% de la prima”, concluyó.



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 la **Superintendencia de Seguros de la Nación**

Diplomas y Credenciales para Productores

Cursos obligatorios **2º semestre**

Presencial

Hacia el Liderazgo del PAS

E-learning

Herramientas de Caracter Digital para el Marketing en la Venta de Seguros



Consejo de Administración

Sr. **Daniel G. Rosemberg** :: Sra. **Silvia V. Bechir** :: Sr. **Jorge Luis C. Zottos**

SEDE

Chacabuco 77 · 1º Piso (C1069AAA)
Edificio F A P A S A
C A B A

011 **4342 0800**

consultas@enteley22400.org.ar

ADMINISTRACIÓN

Av. de Mayo 695
1º Piso · Oficina B
C A B A

011 **4331 6680**

administracion@enteley22400.org.ar

CONSOLIDANDO EL LIDERAZGO DEL PRODUCTOR ASESOR A TRAVÉS DE LOS SEGUROS DE PERSONAS

LOS SEGUROS DE PERSONAS Y, EN PARTICULAR, LOS DE VIDA Y DE RETIRO, CONSTITUYEN UNA CLARA OPORTUNIDAD Y UNA NECESARIA ADECUACIÓN A LAS NUEVAS REGLAS DEL JUEGO

Contexto

El liderazgo del canal tradicional en la intermediación en seguros en nuestro mercado es contundente: dos tercios de la producción se generan a través de PAS (43%) y sociedades de PAS (23%), de acuerdo con información compilada por la SSN; el tercio restante corresponde a venta directa (22%) y agentes insitatorios (12%).

El desafío consiste en consolidar esta posición de liderazgo a través de una expansión del espectro del asesoramiento y un servicio cada vez más apalancado en la tecnología, en respuesta a las preferencias del usuario en cuanto a cómo acercarse, vincularse con el seguro y comunicarse.

Focalizarse cada vez más en el cliente conectado, que ha adoptado la tecnología como una ventaja, que puede encontrar fácilmente lo que quiere, compara productos, obtiene recomendaciones, compra desde cualquier lugar, en cualquier momento y por cualquier dispositivo, y comparte su experiencia. Busca (buscamos) que todo sea más simple, más rápido, más cómodo. Es

necesario entender que el tradicional monólogo “yo te ofrezco esto” ya no logra captar nuestro interés; buscamos entablar un diálogo con quien pretende ofrecernos un producto/servicio: “contáme qué me ofrecés y discutamos si me sirve”. Si bien siempre se declamó que el foco es el cliente, ya no es posible seguir sosteniendo un proceso de venta centrado en el producto. Debe estar focalizado en sus necesidades y aspiraciones; es lo que también espera en relación con el seguro.

El potencial transformador de la ciencia y la tecnología en todos los ámbitos de nuestras vidas nos sorprende y apasiona, y nos permite pensar en un mundo mejor. Pero también nos abruma la velocidad, la aceleración del cambio, en un mundo hiperconectado y en red. Todo está en movimiento, la característica que podría definir en una palabra nuestra era, sin pausa, 24/7.

No es fácil asimilar los impactos de este cambio vertiginoso impulsado por la convergencia de tecnologías exponenciales, que impacta en la manera en que nos relacionamos, comunicamos, trabajamos, aprendemos e innovamos, ni predecir

WALTER WÖRNER
 Consultor en Seguros de Personas, ex directivo de aseguradoras, coordinador del Programa Ejecutivo de Seguros de Personas AVIRA-UCA.



razonablemente cómo este proceso puede ir alterando nuestras facultades cognitivas, psicosociales y humanas.

La revolución de la que estamos siendo testigos y protagonistas es, además, la de los datos, “el petróleo del siglo XXI”. Datos que la tecnología permite capturar, procesar y convertir en información y en conocimiento para optimizar el proceso de toma de decisiones. Datos e información que son la base de todo negocio y, particularmente, el del seguro. Conocimiento que nos permite saber a qué le atribuye valor nuestro cliente y cómo prefiere

“...EL SEGURO DE VIDA SE CONSTITUYE EN UN INMEJORABLE VEHÍCULO DE PROTECCIÓN Y AHORRO. Y EN CASO DE UNA EXISTENCIA LONGEVA, UNA FORMA DE ASEGURARSE INDEPENDENCIA FINANCIERA.”

vincularse con nosotros. Y hasta monitorear sus comportamientos y predecir sus preferencias. Inquietante, además de prometedor.

La progresiva comoditización de la oferta y el cambio de paradigma

-de “poseer” a “usar” (economía colaborativa)- imponen desafíos para el sector y, en particular, para los PAS.

Es necesario expandir el espectro del asesoramiento hacia coberturas que requieran la intervención -física y/o virtual- de un especialista, y es necesario “hacerlo mejor” que un algoritmo o un sistema de inteligencia artificial, cada vez más “humanizados”.

No es una ironía; las aseguradoras y plataformas orientadas a la venta automatizada online, comprendiendo incluso algunas desa-

rolladas por PAS, están logrando “sintonizar” con un mercado creciente de clientes digitales.

La buena noticia es que las aseguradoras están invirtiendo en tecnología y muchas de ellas explicitan su vocación de poner herramientas tecnológicas al servicio del PAS, considerado socio estratégico. Y asignándole -por geolocalización y/o cualquier otra combinación de atributos- estos clientes digitales que, de otra manera, tal vez no tendría posibilidades de atraer.

Seguros de personas, una clara oportunidad

Los seguros de personas y, en particular, los de vida y de retiro, constituyen una clara oportunidad y una necesaria adecuación a las nuevas reglas del juego.

Muchos PAS se han especializado y operan exclusivamente en este campo, pero es necesario que también el PAS tradicional, con carteras exclusivas o predominantemente de seguros patrimoniales, sobre todo de automotores y riesgos del trabajo, incursione en este terreno.

Debe asumirse como un asesor integral, un referente en materia de riesgos y seguros, para un cliente integral. Es necesario identificar mercados objetivos y conocer el perfil de sus clientes actuales y potenciales, sus necesidades de cobertura, su situación económica

y patrimonial, sus preferencias en cuanto a cómo acceder y vincularse con el seguro, sus expectativas y deseos de seguridad actual y futura.

Para incrementar el volumen de negocios es más efectivo ofrecerle una nueva (o una ampliación/mejora de) cobertura a un cliente asegurado que buscar uno nuevo (cross- y up-selling). Y a través del seguro de vida se logra afianzar el vínculo con el cliente, construir una relación más personal y de largo plazo.

El seguro de vida tiene múltiples aplicaciones, en los ámbitos familiar, societario, empresarial y en el de otras instituciones.

En el ámbito “natural”, la protección de la familia y la preservación del patrimonio son las principales motivaciones derivadas de la conciencia de la posibilidad de morir “antes de tiempo”, cuando todavía subsisten fuertes responsabilidades frente a terceros dependientes, en mayor o menor medida, y ante la posibilidad de no haber podido acumular un fondo suficiente, si la muerte interrumpe ese proceso (no es posible hacer que la variable “tiempo” sea un dato cierto).

Y de un sano deseo de trascender en la memoria de sus seres queridos, más allá de su propia existencia y de sus creencias religiosas.

El seguro de vida es el único mecanismo ideado por el hombre

que posibilita la conformación inmediata de un capital -o de una renta- en el momento de máxima necesidad, independientemente del tiempo transcurrido desde su contratación.

El otro “elemento” importante del seguro de vida es la posibilidad de sistematizar el ahorro, con un objetivo determinado y/o para contar con un fondo para hacer frente a contingencias diversas.

Una aspiración básica es la de poder mantener la calidad de vida que se haya logrado alcanzar al momento del retiro.

Y la renta vitalicia (que en la Argentina sólo puede ser operada a través de una aseguradora de objeto exclusivo) es, de hecho, simplemente una forma de liquidación de un capital que se puede acumular o conformar como prima única.

Es así como el seguro de vida se constituye en un inmejorable vehículo de protección y ahorro. Y, en caso de una existencia longeva (el riesgo de supervivencia es una preocupación creciente desde el punto de vista financiero), una forma de asegurarse independencia financiera.

Un aspecto adicional a considerar es la reciente actualización y ampliación de los incentivos fiscales para los seguros de vida y de retiro, que configuran un estímulo para el crecimiento del sector. Y constituyen un argumento más para

el PAS que promueve y promueva estos instrumentos de previsión y ahorro.

Desafíos y oportunidades

A través del PAS, verdadero agente de cambio cultural, se difunde y promueve la conciencia aseguradora: los riesgos y la cultura de la previsión, de la prevención, del seguro y del ahorro. Es el desafío del que depende que el seguro logre una mayor penetración. Es la misión que nos toca llevar adelante para que podamos vivir en una sociedad “más segura”.

Es necesario que se ayude a tomar conciencia de los perjuicios, las obligaciones y las responsabilidades que puede implicar la materialización de los riesgos a los que se está expuesto, y proponer una “solución” a las necesidades que se hayan logrado poner en evidencia y,

“EN LAS SOCIEDADES DE MAYOR DESARROLLO SOCIO-CULTURAL SE BUSCA PROTEGER EN PRIMER TÉRMINO LA VIDA (LA CAPACIDAD DE TRABAJAR, GENERAR INGRESOS Y FORMAR UN PATRIMONIO) DE QUIEN SOSTIENE ECONÓMICAMENTE AL GRUPO FAMILIAR Y TIENE RESPONSABILIDADES FRENTE A TERCEROS, Y DESPUÉS LA VIVIENDA Y EL VEHÍCULO.””

en nuestro caso, también, las aspiraciones, los “sueños” que el ahorro podrá contribuir a concretar y las motivaciones más profundas del ser humano vinculadas con el amor por sus seres queridos.

En las sociedades de mayor desarrollo socio-cultural se busca proteger -en el ámbito personal y familiar- en

primer término la vida (la capacidad de trabajar, generar ingresos y formar un patrimonio) de quien sostiene económicamente -o contribuye a hacerlo- al grupo familiar y/o tiene responsabilidades frente a terceros, y después la vivienda y el vehículo. A mayor grado de evolución cultural, la contratación se produce en forma simultánea.

Pero en nuestro país todavía prevalece -en este esquema simplificado de las tres V- la secuencia vehículo-vivienda-vida... Otro desafío para la industria y, en particular, para el PAS.

Las posibilidades de crecer son ciertas, aún -sobre todo- en un contexto de gran incertidumbre. La cuestión es empezar ya y entender que se trata de un proceso que demanda la revisión constante de estrategias en función de los cambios de escenarios y reglas del juego. ■



TRIUNFO SEGUROS

**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

SSN SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN

INTRODUCCIÓN AL SEGURO DE RESPONSABILIDAD PROFESIONAL MÉDICA

FAPASA y Noble Compañía de Seguros llevaron a cabo el Curso Virtual de Seguros de Responsabilidad Profesional Médica, Nivel 1. Los mismos se dictaron los días 21 y 28 de Agosto, y 4 de Septiembre.

Programa

MÓDULO 1 | FUNDAMENTOS DE RESPONSABILIDAD CIVIL PROFESIONAL

Elementos de Responsabilidad Civil. Acto ilícito. Daño patrimonial, Daño extrapatrimonial, Relación de causalidad. Factores de atribución subjetivos y objetivos. Deber de seguridad de las organizaciones de salud. Garantía “In vigilando” e “in eligendo”. Culpa. Dolo. Negligencia. Impericia, Imprudencia, inobservancia de los deberes. Error médico. Definición. Mala praxis. Definición Deber de medios y de resultados. Responsabilidad del jefe

de equipo. Responsabilidad colectiva. Teoría de las cargas probatorias dinámicas. Teoría de las presunciones. Responsabilidad del médico en el uso de las cosas. La responsabilidad médica en el nuevo Código Civil.

MÓDULO 2 | RESPONSABILIDAD MÉDICA EN ARGENTINA ESTADO ACTUAL

Evolución del seguro de praxis médica en el mundo y en la Argentina. Crecimiento de los juicios. Factores de frecuencia. Factores de intensidad. Especialidades más demandadas. Modalidades de cobertura. Seguros en base ocurrencia. Descripción. Problemas. Seguros en base claims made. Descripción. Problemas. La Fecha retroactiva. El endoso de extensión de cobertura. Principales exclusiones. Fondos solidarios u de resguardo profesional. Descripción. Problemas. Regula-

ción. Jurisprudencia. Diferencias con los seguros.

MÓDULO 3 | ERRORES MÉDICO-ASISTENCIALES Y SEGURIDAD DEL PACIENTE

Errores médico-asistenciales. Magnitud e impacto del problema a nivel mundial, regional y local. Definición de error médico. Por qué se producen los daños. Factores contribuyentes. Fallas activas y latentes. Modelo del queso suizo. La atención de la salud como un sistema complejo. Eventos adversos asociados al cuidado. Definición. El informe “Errar es Humano”. El informe “Cruzando el abismo de la calidad”. Dimensiones de la calidad. Seguridad del paciente. Concepto. Metas internacionales de seguridad. Prácticas de seguridad con mayor evidencia científica. Áreas de alto riesgo. Cirugía. Anestesia. Guardia de Emergencias. Obstetricia.

FAPASA EN EL CONGRESO INTERNACIONAL SOBRE FRAUDE EN EL SEGURO



Jorge L. Zottos, Presidente de FAPASA, disertó en el XIV Congreso Internacional sobre Fraude en el Seguro, llevado a cabo en Buenos Aires el 12 de septiembre.

El panel también estuvo formado por Augusto Velez, Gerente de Automotores de La Segunda; Roberto Vega, Revisor de Cuentas de AALPS y María Victoria Barreto, Gerente de Prevención y Control de Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo de la SSN.

Sumate al Centro
de Servicios con mayor
crecimiento del país.



Sumá
tu agencia a...

Cobro Express

Dale más servicios a tus clientes, atraé a nuevos e incrementá tus ingresos.



**COBRO IMPUESTOS
Y SERVICIOS**



**MEGATONE
EXPRESS**



**PRÉSTAMOS
DE DINERO**



**RETIRO
DE DINERO**



**CARGA
VIRTUAL**



**VENTA DE
PASAJES**

Contactanos y te asesoraremos:

0800-777-2627 | contacto@cobroexpress.com.ar

INSURTECH: DIPLOMADO INTERNACIONAL DE SEGURO EN DISRUPCIÓN DIGITAL

Mucho más que un curso: un diplomado internacional de seguro en disrupción digital

InsurTech, o InsureTech, la combinación entre tecnología y seguro llegó para quedarse.

Primera formación en transformación digital en la industria del seguro, dirigida a mandos medios y altos de aseguradoras y productores argentinos.

La Asociación Argentina de Compañías de seguro, AACCS. AAPAS Y FAPASA, presentan el Diplomado Internacional de Disrupción Digital, bajo la dirección Académica del Ing. Gabriel Mysler, director de Innovation@Reach.

La Industria del Seguro, que se mantuvo casi inmutable durante el último siglo, hoy se enfrenta a grandes cambios que la atraviesan transversalmente: Suscripción, siniestros, relación con el asegurado y los productores y brokers.

La disrupción digital implica un cambio radical de paradigmas. Las nuevas tecnologías, las nuevas generaciones de usuarios y, un mercado cada vez más competitivo, global, informado, exigente e instantáneo que obliga a repensar el negocio.

Tanto las empresas tradicionales como las Start-Ups competirán y se complementarán en un mercado dinámico y ultra competitivo en el

que el Capital Humano, la correcta selección e implementación de las tecnologías, el conocimiento y el diálogo con el cliente, y la adaptación permanente al cambio serán claves para definir el éxito y el fracaso.

“Es un honor y una gran responsabilidad poder dar este gran paso. Ofrecer un espacio de crecimiento y reflexión sobre el impacto de la disrupción digital en el que se convoquen por primera vez cámaras de compañías de seguros y Asociaciones de Productores es un desafío tan motivador como necesario”, afirma el director de Diplomado, el Ing. Mysler.

El programa se concentrará en ofrecer a los participantes todas las herramientas para entender el nuevo ecosistema del Seguro y sus desafíos y serán dictadas por los más reconocidos especialistas.

Además, tendrán una dinámica participativa innovadora al incluir en la misma aula, a miembros de las aseguradoras y a productores, generando un valioso debate e intercambio.

Las clases se brindarán en dos módulos de cuatro mañanas cada uno: La primera parte comenzará a mediados de Septiembre y la segunda, en Octubre. Se ofrecerán asimismo dos modalidades de cursada presencial y Online, para quienes deseen participar desde el interior del país o desde el exterior.

Objetivos

- *Entender el nuevo mercado y ecosistema del seguro.*
- *Identificar y comprender las nuevas Tecnologías.*
- *Atraer, gestionar y retener el talento y el Capital humano para lograr el cambio.*
- *Analizar las estrategias de canales e intermediación posibles.*
- *Comprender la Comunicación Corporativa y el Marketing en el siglo XXI.*
- *Entender el nuevo cliente, sus expectativas y deseos.*
- *Potenciar el conocimiento actual del mercado, los procesos y los clientes utilizando las más modernas herramientas disponible con una estrategia cliente-céntrica.*
- *Analizar nuevos modelos de negocio, y management.*
- *Incorporar una mirada estratégica aprendiendo de las nuevas experiencias.*

Modalidad

*Presencial en la AACCS.
Streaming.*

Dirección de la Diplomatura

Gabriel M. Mysler: Ingeniero Electrónico, posgrado en Ciencias de la Administración. Director y fundador de Innovation@Reach, consultora especializada en Innovación, Estrategia y Ventas. Director del posgrado “Insurtech,

disrupción digital en Seguros” en la Escuela de Negocios de la UCA.

Cuerpo Docente

Israel Benavidez Martínez:

Licenciado en Informática con estudios en Matemáticas Aplicadas, Ciencias Políticas y Administración Pública. Asesor Tecnológico y Gerente de Proyectos en el Grupo BYMA (Bolsas y Mercados Argentinos).

Matias Bianchi: Gerente de Área de Proyecto de SISTRAN Argenti-

na. Responsable por los proyectos de implementación, el desarrollo de producto y nuevas tecnologías.

Susana Laresse: Directora de Stanton Chase International Argentina y Uruguay. Lic. en Relaciones Públicas. Profesora de Recursos Humanos en la USAL.

Samuel A. Markov: Director y fundador de A.R.M. - Asset Risk Management. Lic. en Sistemas, Master in Business Administration.

Sharon Mysler: Lic. en Ciencias Sociales con orientación a Sociolo-

gía y Antropología. Estudiante de Psicología. Project Leader en BMC Strategic Innovation.

Claudio Schmale: Director y fundador, Quadro Comunicación. Lic. en Publicidad, Posgrado en Administración. Estratégica, PAD - Programa de Alta Dirección (IAE Business School).

Marcelo Schurmann: Licenciado en Sistemas. Gerente de Desarrollo IBM (1978-1994). Director de Tecnología Informática (CIO) Caja de Ahorro y Seguro S.A (1994-2017).



**Estamos donde
tus proyectos nos
necesitan**

**BUENOS AIRES | LA PLATA | CORDOBA | NEUQUEN | POSADAS | TUCUMAN
SGO.DEL ESTERO | RESISTENCIA | MENDOZA | ROSARIO | SANTA FE**

**Línea Comercial Exclusiva 0810-999-ALBA (2522)
www.albacaucion.com.ar**

Nº de inscripción en SSN
0329

Atención al asegurado
0800-666-8400

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



GESTIONES PARA ALIVIAR LA CARGA IMPOSITIVA DEL PAS

LA C.P.N. AGUSTINA DECARRE, TESORERA DE FAPASA, ANALIZA LA PESADA CARGA IMPOSITIVA QUE SOPORTAN LOS PAS E INFORMA SOBRE LAS INICIATIVAS IMPULSADAS PARA REDUCIRLA.

El impacto tributario en la actividad del Productor Asesor es algo que nos preocupa y fundamentalmente nos ocupa para tratar de buscar alternativas de estudio, de análisis y gestionar acciones que permitan cambios a la realidad que enfrentamos todos los PAS.

A nivel de imposición Nacional quienes revisten la calidad de Contribuyentes del Régimen de Monotributo se enfrentan con la dificultad de que los sublímites de facturación para cada categoría si bien fueron actualizados, dichas subas lo han sido en porcentajes menores a la inflación. Hay que tener en cuenta que en nuestra actividad, como en las otras, la facturación anual acumulada es el factor que determina el límite de permanencia en cada categoría dentro del régimen y en muchos casos se ha forzado la exclusión del Régimen de Monotributo por superar dicha facturación el parámetro máximo permitido del Régimen Simplificado. Esto implica para dichos profesionales el ingreso al Régimen General debiendo tributar desde dicho momento bajo el Régimen de Ganancias, IVA y Autónomos, lo que supone una carga tributaria mayor.

Dicho cambio de condición impositiva obliga a dimensionar el negocio de otra forma y enfrentar las mayores cargas que implica la condición de Responsable Inscripto.

Desde FAPASA se formó una Comisión de Análisis y Estudio de estos temas, además de contar con un grupo de Asesores Abogados y Contadores que nos ayudan a interpretar y gestionar en estos aspectos tan importantes para la realidad del PAS.

IIBB

En cuanto a los Fiscos Provinciales, debemos destacar la complejidad de la aplicación de diferentes Alícuotas del Impuesto sobre los Ingresos Brutos, ya que al ser potestad de las Provincias, cada una establece sus tasas por la Ley Impositiva Provincial.

Entendemos que el Impuesto sobre los Ingresos Brutos es un impuesto distorsivo del cual numerosos tributaristas han escrito y fundamentado el perjuicio que genera en la economía real. Es un impuesto que se aplica sobre la facturación bruta sin descontar o detraer ningún gasto, y además

posee superposición de regímenes de recaudación lo que lleva a acumular Saldos a Favor para los Contribuyentes con el enorme perjuicio financiero que eso implica.

Las alícuotas del Impuesto varían para cada Provincia y por eso no es homogéneo ni comparable un cálculo de recaudación pero, por supuesto, para los Fiscos Provinciales es una gran fuente de financiación y eso dificulta nuestra negociación.

En algunas Provincias la tasa es verdaderamente elevada y afecta fuertemente a los PAS. La Provincia con mayor alícuota en este impuesto hoy es la Provincia de Buenos Aires, que si bien se redujo un punto (pasó de 8% al 7%) aún sigue siendo una variable que afecta mucho a los PAS. Además en la actualidad existen múltiples Agentes de Retención y Percepción (como las aseguradoras) que implica un alto perjuicio financiero para el PAS que sufre las Retenciones en la fuente y lo lleva a acumular altos saldos a favor.

Nuestra gestión está actuando en este tema en distintas provincias. Por ser Tesorera de FAPASA y desempeñarme profesionalmente como Contadora y PAS en la Provincia de Buenos Aires, junto a un grupo de colegas de algunas APAS de nuestra provincia hemos tenido reuniones con distintos Dipu-



tados y Senadores Provinciales para poder contarles nuestra preocupación en esta materia y tratar de buscar una solución para todos los PAS. En este avance hemos tenido buena recepción de nuestra postura y hay abierto un canal de diálogo para poder llegar al trabajo en las Comisiones Legislativas correspondientes.

Nuestro enfoque tiene que ver con que no pedimos una reducción de la Alícuota de Ingresos Brutos sino que nos clasifiquen correctamente la actividad. En el actual régimen dicha actividad se encuentra gravada con la alícuota del 7% asimilándola con las actividades de Venta en Comisión o Consignación, siendo esto un error ya que nuestra actividad implica la prestación de un servicio profesional de asesoramiento y nunca 'una venta en comisión', ya que no existe diferencia entre venta y compra de ningún bien ni intermediación comercial. A modo ilustrativo, y solo por citar algunas actividades del mismo capítulo, se nos equipara con la venta en comisión de mercaderías, servicios de agencias de viajes y turismo, servicios bursátiles y financieros.

Entendemos que la Ley Tarifaria ha repetido año a año la misma agrupación de actividades quedando hoy desactualizada. Nuestra actividad no es la venta en comisión, ni consignación, ni mucho menos una venta mayorista, sino la prestación de un servicio profesional de asesoramiento como el caso de un Abogado, Contador Público, Escribano, Veterinario, Médico, etc., las cuales se gravan con la alícuota general del 3,5%. Incluso, el caso de

los servicios prestados por Martilleros Públicos y Corredores Inmobiliarios (Código 749910) cuando no se trata de la intermediación en una operación de compraventa y se trata de un asesoramiento o tasación, está encuadrado como 'servicio profesional' gravándose con la alícuota general de Servicios de 3,5%.

Encuadre

Para desempeñar la actividad de Productor de Seguros se debe cumplir con un Curso de Capacitación Obligatoria y de un Examen de Competencia que se debe aprobar ante la Superintendencia de Seguros de la Nación (SSN). Una vez aprobado dicho curso se debe tramitar la Matrícula ante la SSN que es el Órgano de Control de la Actividad. Anualmente se debe cumplir con la cantidad de Horas de Capacitación Obligatoria que se imponen por Manual de Procedimientos a través de la Resolución de la SSN, quien como dijimos por ser la Autoridad de Contralor es quien está facultado a la aplicación de sanciones si existiesen faltas cometidas en el ejercicio de la profesión. Además, anualmente cumplimos con el pago de la Matrícula para el desempeño de nuestra actividad. De lo expuesto se desprende el carácter profesional que hoy reviste nuestra actividad.

Somos profesionales independientes, responsables de nuestra formación y capacitación tanto para el acceso a la matrícula como para revalida anual, sujetos al control de una Autoridad que ejerce el poder de policía sobre la matrícula, todos elementos que con-

figuran una profesión independiente. Por todos estos motivos, no buscamos la mera reducción de la alícuota sino el correcto encuadre de nuestra actividad como profesionales.

Y reitero: existen canales de dialogo abiertos con legisladores y hasta con el Director Ejecutivo de la Agencia de Recaudación de la Provincia de Buenos Aires. Asimismo, hemos hecho presentaciones que fueron recibidas por el Ministerio de Economía de la Provincia de Buenos Aires, el Lic. Hernán Lacunza, hoy Ministro de Hacienda de la Nación. Esperamos que las autoridades atiendan nuestros pedidos y avanzar en la tarea de atenuar la carga impositiva que sufrimos. Cada uno de nosotros representamos una fuente de crecimiento del sector, somos Pymes que damos empleo y apostamos a construir un sector transparente y profesional.

Como mensaje final me quedo con esta idea de formar entre todos un sector pujante, capacitado, responsable y cuyas acciones impactan en la sociedad, para lo cual los PAS debemos estar unidos y aportar nuestras ideas y conocimientos en las APAS que nos representan en cada región del país. FAPASA se nutre de los dirigentes que a lo largo y ancho de nuestro territorio trabajan cada día para ser reconocidos en la sociedad como Asesores profesionales y que cada ciudadano piense en nosotros a la hora de asegurar su vida, casa, comercio o empresa, dado que el productor asesor de seguros es el único capacitado para asesorarlo y orientarlo para contratar aquella cobertura que realmente protege su patrimonio. ■



“UN MERCADO NO CONCENTRADO LE PERMITE AL PRODUCTOR DE SEGUROS PODER ELEGIR ENTRE DIVERSAS ALTERNATIVAS A LA HORA DE COLOCAR SUS RIESGOS”

EN ESTA ENTREVISTA, EL PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN DE ASEGURADORES ARGENTINOS (ADEAA), CARLOS ENRIQUE GRANDJEAN, TAMBIÉN PRESIDENTE DE LA EQUITATIVA DEL PLATA, DESTACÓ EL “EXCELENTE NIVEL DE DIÁLOGO QUE ALCANZAMOS CON LAS DIVERSAS APAS DEL PAÍS Y ESPECIALMENTE CON FAPASA”. Y DIJO QUE LA DEFENSA DE UN MERCADO POCO CONCENTRADO LOS ACERCA A LOS PAS, QUIENES EN ESTE MARCO SE ASEGURAN UN AMPLIA GAMA DE OPCIONES PARA COLOCAR RIESGOS Y LA ATENCIÓN PERSONALIZADA QUE PUEDEN BRINDAR ENTIDADES DE CAPITALES NACIONALES, DE TAMAÑO MEDIO Y CHICO, SERIAS, SOLVENTES Y PROFESIONALES.

Revista Asegurando (R. A.): ¿A cuáles entidades representa ADEAA?

Carlos Enrique Grandjean (C. E. G.): La Asociación de Aseguradores Argentinos (AdeAA) está constituida por 31 aseguradoras de capitales nacionales, mayoritariamente ase-

guradoras medianas y chicas. Algunas son las de mayor trayectoria del mercado, otras algunas de las más innovadoras y modernas, algunas muy especializadas en determinados nichos, y otras son aseguradoras regionales de enorme prestigio y cumpliendo una función de liderazgo en

las zonas que atienden. Las afiliadas a AdeAA son Alba, Anticipar, Assekuransa, Bonacorsi, Caminos Protegidos, Caruso, Certeza, Comarseg, Edificar, El Norte, El Progreso, El Surco, Escudo, Evolución, Foms, Hanseática, La Equitativa, La Holanda, La Perseverancia, La Territo-

“ADEAA MANIFIESTA ABIERTAMENTE SU POSICIÓN EN DEFENSA DE LAS ASEGURADORAS MEDIANAS Y PEQUEÑAS, Y EN DEFENSA DE UN MERCADO NO DEMASIADO CONCENTRADO. ESA POSTURA NOS ACERCA AÚN MÁS A TODOS LOS PRODUCTORES ASESORES DE SEGUROS, A TODOS LOS ORGANIZADORES, A LAS DIVERSAS APAS DEL PAÍS Y A FAPASA YA QUE CONSIDERAMOS QUE ES UN OBJETIVO COMÚN: UN MERCADO NO CONCENTRADO LE PERMITE AL PRODUCTOR DE SEGUROS PODER ELEGIR ENTRE DIVERSAS ALTERNATIVAS A LA HORA DE COLOCAR SUS RIESGOS Y TAMBIÉN LE PERMITE ACCEDER A UNA ATENCIÓN PERSONALIZADA”.

C. E. G.: Sí. Hemos conformado diversos grupos de trabajo pero quiero destacar 3: Automóviles, Caución y Seguros Agropecuarios.

En Automóviles hemos abordado las propuestas para modificar el seguro automotor obligatorio y hemos trabajado sobre la problemática actual de las destrucciones totales. En Caución hemos trabajado fuertemente sobre diversos temas, entre otros, el seguro de caución de alquileres y la problemática de las pólizas a primer requerimiento.

En Seguros Agropecuarios, abordamos los temas respecto de las coberturas catastróficas, la participación del Estado y los seguros multiriesgos y paramétricos. Estuvimos prácticamente en todas las reuniones con las demás cámaras y autoridades para avanzar sobre estos 3 temas. En estos días, nos juntamos periódicamente

rial, Libra, Mañana, Metrópol, Nativa, Nivel, Noble, Paraná, Seguros Médicos, Tres Provincias, Sol Naciente y Victoria.

R. A.: ¿Cuáles son los temas que dominan la agenda institucional de ADEAA?

C. E. G.: Nuestros 3 grandes objetivos pasan por la difusión de la institución aseguradora fomentando las mejores prácticas, la defensa del seguro de capitales nacionales como existe en todos los países más desarrollados del mundo, y la defensa de la existencia de aseguradoras medianas y chicas solventes y profesionales con el objeto de dotarle al mercado de innovación, creatividad, diversidad de oferta de productos, competencia y evitando prácticas oligopólicas. En este sentido, estamos de acuerdo con el equilibrio del mercado actual, sin grandes concentraciones ni demasiada atomización.

La agenda se desprende de esos 3 grandes objetivos y consiste básicamente en un diálogo constante con las demás cámaras de aseguradores, con las autoridades de la SSN, con el poder ejecutivo, con el poder legislativo, con el poder judicial y con el periodismo, generando propuestas que nos permitan alcanzar los objetivos anteriores. Queremos destacar el excelente nivel de diálogo que alcanzamos con las diversas APAS del país y especialmente con FAPASA.

R. A.: ¿Se organizan en grupos de trabajo para analizar distintas temáticas?

en AdeAA para analizar los vaivenes de la macroeconomía y las cuestiones financieras.

También estamos en diálogo con FAPASA y otras cámaras para reﬂotar la idea de llevar la cultura de la prevención y el seguro a las escuelas.

R. A.: ¿Cómo ven desde ADEAA las últimas medidas de la SSN para amortiguar los efectos negativos en los balances de las aseguradoras de la caída de la cotización de varios activos financieros y la inflación (res. 788 y demás)?

C. E. G.: En cada gran crisis que ha tenido la Argentina, la SSN tomó medidas realistas para capear esos períodos de alta turbulencia con medidas similares. Vemos de manera positiva las medidas que se han tomado hasta ahora, aunque no deja de ser una preocupación del sector el ‘reperfilamiento’ actual de los bonos de corto plazo, con la pérdida de liquidez que ello implica para el sector. También es factor de preocupación la enorme caída en las cotizaciones de los bonos de la deuda, que independientemente de la valuación técnica permitida, nos muestran una coyuntura delicada.

R. A.: ¿Cómo ven en ADEAA la evolución del mercado de seguros en este último semestre del año?

C. E. G.: Vemos un sector sólido y que ha trabajado con enorme profesionalidad en los últimos años y que ahora está manejándose con la misma profesionalidad, humildad y pruden-

cia pero en aguas sumamente turbulentas.

R. A.: ¿Cómo ven en ADEAA el rol del productor asesor en el mercado argentino?

C. E. G.: Si uno se toma el trabajo de mirar el listado de las aseguradoras afiliadas a AdeAA, podrá darse cuenta el rol primordial que le damos al productor asesor de seguros. Solo basta ver la trayectoria y el comportamiento de nuestras afiliadas para entender esto. Las aseguradoras que integran AdeAA consideran que la noble y gigantesca labor que desarrollan los productores asesores y los organizadores, día a día, mediando entre aseguradoras y asegurados, y brindando atención personalizada, asesoramiento y servicio, son insustituibles.

En ese sentido, sentimos un gran respeto y a veces también admiración por el trabajo serio que desarrollan los PAS y los organizadores íntegros, profesionales y eficientes. AdeAA es posiblemente la única cámara que manifiesta abiertamente su posición en defensa de las aseguradoras medianas y pequeñas, y en defensa de un mercado no demasiado concentrado.

Y entendemos que esa postura nos acerca aún más a todos los productores asesores de seguros, a todos los organizadores, a las diversas APAS del país y a FAPASA ya que consideramos que es un objetivo común: un mercado no concentrado le permite al productor de seguros poder elegir entre diversas alternativas a la hora de colocar sus riesgos y también le per-

“SI UN PRODUCTOR ASESOR O UN ORGANIZADOR REQUIEREN DE 4 Ó 5 ASEGURADORAS PARA COLOCAR SUS RIESGOS, NOSOTROS ENTENDEMOS HUMILDEMENTE QUE DEBIERAN ELEGIR NO SOLAMENTE VARIAS ASEGURADORAS DE CAPITALES NACIONALES, SINO TAMBIÉN, ALGUNAS ASEGURADORAS DE TAMAÑO MEDIO Y CHICO QUE SEAN SERIAS, SOLVENTES Y PROFESIONALES. EN NUESTRO MERCADO, AFORTUNADAMENTE, LAS HAY Y SON VARIAS, Y MUCHAS DE ELLAS LAS VAN A ENCONTRAR EN ADEAA”.

mite acceder a una atención personalizada. Si un productor asesor o un organizador requieren de 4 ó 5 aseguradoras para colocar sus riesgos, nosotros entendemos humildemente que debieran elegir no solamente varias aseguradoras de capitales nacionales, sino también, algunas aseguradoras de tamaño medio y chico que sean serias, solventes y profesionales. En nuestro mercado, afortunadamente, las hay y son varias, y muchas de ellas las van a encontrar en AdeAA.

R. A.: ¿Cómo ve ADEAA el proceso de transformación digital que está impactando al seguro argentino?

C. E. G.: El proceso de transformación digital es esencial e inevitable a tal punto que no es posible la existencia actual y futura de las aseguradoras que no transiten este proceso de transformación.

La pregunta de fondo no es tanto el qué, sino más bien el cómo y el para quién. Lo que estamos viviendo es un cambio cultural que lleva a que los asegurados nos exijan tanto a las aseguradoras como a los productores nuevas soluciones que simplifiquen y

agilicen nuestros procesos y productos y en ese sentido, tanto aseguradoras como PAS debemos abrazar y emprender esa transformación digital. La transformación digital complementa, pero no sustituye la necesidad de ser atendidos y asesorados personalmente por personas humanas. Solamente un buen productor asesor de seguros está hoy en condiciones de realizar esta noble labor.

R. A.: ¿Cuáles serán los cambios o transformaciones que ADEAA estima que se verificarán en el seguro argentino a partir de este proceso de digitalización de la actividad?

C. E. G.: Podríamos hablar horas sobre este punto, pero muchas de esas transformaciones ya ocurrieron o están ocurriendo. Básicamente podemos esperar nuevos riesgos (ciberriesgos, cambio climático, exoesqueletos para personas con movilidad reducida, nuevos medios de transporte, por ejemplo), nuevos productos (seguros paramétricos, coberturas sobre ciberseguridad para autos, comercios y casas, coberturas tipo pague mientras use, etc.), mayor eficiencia operativa, menos casos de no seguro en el caso de implementarse la póliza digital validada por las fuerzas de seguridad, desarrollo de la telemática como herramienta de prevención e información instantánea a las aseguradoras.

Y creemos que los productores asesores de seguros y los organizadores también van a incorporar todas estas nuevas oportunidades, como ya lo están haciendo, para ofrecer un servicio aún más profesional. ■



ASISTENCIA AL VIAJERO

Nuestros planes de asistencia están diseñados
para adaptarse a sus necesidades...
Viaja, disfruta, sintiéndote protegido!!.



Sr. Productor:

Súmese a nuestra red de distribución y sea usted también una fuente de tranquilidad para sus clientes.

Comuníquese con nuestro centro de atención a socios de negocios:
5095-2200 / 0-800-333-0391

www.talmus-travel.com

VARIADA ACTIVIDAD EN APAS SALTA



Durante Agosto y Septiembre, APAS Salta realizó varias siguientes actividades:

- Curso de Capacitación de “Seguros de accidentes personales, obligaciones patronales y seguros de vida individual.
- Curso Presencial sobre seguros de Responsabilidad Profesional.
- Presentación de **Avances y novedades del Seguro Verde para**

la Región con la presencia del Superintendente de seguros de la Nación, el Dr. Juan Pazo.

- Colecta de donaciones para sorprender a los niños en su día. Las mismas se destinaron a la Escuela Albergue República de Venezuela N° 4328, ubicada en municipio de Campo Quijano, departamento Rosario.

APAS CUYO EN FIRMA DE CONVENIO ENTRE EL GOBIERNO DE MENDOZA Y LA SSN



El 10 de septiembre, se reunieron autoridades del Gobierno de Mendoza, representado por el Ministro de Gobierno, Trabajo y Justicia, Lic. Lisandro Nieri y el Ministro de Seguridad Dr. Gianni Venier, y por la Superintendencia de Seguros de la Nación, el Dr. Juan Pazo, para la firma del Acta Acuerdo con el objetivo de implementar en el ámbito del territorio de la Provincia de Mendoza la opción de ampliar los medios de acreditación de las pólizas de seguro vigente por medios electrónicos.

Las partes acordaron como finalidad primordial salvaguardar los intereses de los asegurados de modo que se pueda acreditar el seguro

obligatorio vigente de los vehículos, a través de medios digitales, sin necesidad de requerir la documentación impresa al conductor. Edgardo Juchniuk, Vicepresidente de APAS Cuyo afirmó: “Este es un compromiso que también han adquirido las aseguradoras, ya que las pólizas van a ser distribuidas en forma digital.

Para nosotros es muy importante que se firme este convenio porque es una ventaja absoluta para nuestros asegurados y de esta forma les estamos otorgando un beneficio”.

En el acto de firma también estuvieron presentes María Rosa Blanco, Presidenta de la Asociación,

acompañada por Juan Fernández, Tesorero y miembro de la Comisión Directiva.

También participaron gerentes de compañías aseguradoras de la región.

EXÁMENES DE COMPETENCIA EN SAN JUAN Y SAN LUIS

Se realizaron en ambas provincias, y por primera vez en San Luis, los exámenes de competencia de la SSN a aspirantes a Productores Asesores de Seguros.

APASER. ACTIVIDADES DESARROLLADAS EN AGOSTO Y SEPTIEMBRE



En consonancia con el lema que han adoptado (“Capacitarte marca la diferencia”), desde APASER enfatizan que la capacitación permanente es un elemento clave, imprescindible para poner en valor el rol del Productor Asesor de Seguros y su importancia. Ante la competencia desleal de los agentes institorios, que ofrecen seguros sin la capacitación necesaria ni el asesoramiento adecuado a los clientes, se hace más visible la necesidad de in-

corporar conocimientos y herramientas que nos permitan responder con solvencia, eficiencia y con un ejercicio ético de la actividad a las nuevas demandas que impone el mercado y los cambios culturales e innovaciones tecnológicas que se producen en nuestra sociedad. Es por ello que desde APASER han intensificado las instancias de capacitación a lo largo y a lo ancho de la provincia, con talleres libres sobre diversas temáticas (segu-

ros de retiro, coberturas agrícolas, comercio, taller de ventas, etc.).

Además cabe señalar que estas actividades no tienen un costo monetario extra para los socios (más allá de la cuota societaria) y se pide a cambio la colaboración con alimentos como leche o azúcar para donar a merenderos de distintos lugares de la provincia y así contribuir con quienes brindan su ayuda solidaria a los más necesitados.



APASER EN TU PRIMER NEGOCIO

El 30 de agosto se llevó a cabo una reunión de trabajo con las compañías que acompañaron “APASER en tu primer negocio” en 2019.

Se trata de un proyecto que apunta a tender un puente entre los nuevos profesionales del mercado

asegurador y las compañías del sector, con el objetivo de facilitar la inserción laboral/profesional de quienes se inician en la actividad.

Finalizada la edición de este año, se hizo una reunión de balance con el objetivo de seguir mejorando esta

iniciativa. Participaron, además de las autoridades de APASER, representantes de Seguros Rivadavia, Victoria Seguros, Omint ART, Sancor Seguros, Federación Patronal, Galeno Seguros, Instituto Aurtárquico Provincial del Seguro de Entre Ríos y Libra Seguros.

APAS SANTA FE ENTREGÓ DIPLOMAS A PROFESIONALES



El viernes 2 de agosto, se llevó adelante la Entrega de Diplomas a Productores Asesores de Seguros de Santa Fe en el Auditorio del Consejo Profesional de Ciencias Económicas de dicha ciudad.

Fue un día de celebración y reconocimiento al trabajo ininterrumpido que APAS Santa Fe viene realizando desde 1974 para contribuir al mejoramiento de la capacitación técnica de sus asociados difundiendo el conocimiento de las buenas prácticas y técnicas aseguradoras y de los principios de ética, trabajo y profesionalismo.

Al respecto, Jorge Rapela, presidente de APAS Santa Fe, destacó: “Sabemos que nos unen las aspiraciones de crecer creando conciencia aseguradora, luchando en contra de la competencia desleal, capacitándonos y creando nuevos espacios de liderazgo, para poder fortalecernos como sector. En tanto, para que el seguro avance es muy importante desarrollar la cultura aseguradora y nuestra capacitación es fundamental para poder brindar un asesoramiento adecuado”.

En la oportunidad, se entregó el correspondiente diploma a más de 200

santafesinos que aprobaron el Examen de Competencia y completaron el trámite de matriculación en el Organismo de Control que da cuenta de la magnitud del logro alcanzado por los profesionales.

Además, estuvieron presentes Jorge L. Zottos, presidente de FAPASA; Malena Azario, secretaria del gobierno de la Municipalidad de Santa Fe; Gastón Arri, de la Agencia Provincial de Seguridad Vial, y miembros del Consejo Directivo de APASER, como así también, miembros del Consejo Directivo de APAS Santa Fe.

APAS FORMOSA: NUEVA COMISIÓN DIRECTIVA

El pasado 23 de agosto, en el salón de la Federación Económica de Formosa, se llevó a cabo la Asamblea Anual Ordinaria y quedó conformada la nueva Comisión Directiva de APAS Formosa. Luego de la Asamblea, colegas y dirigentes compartieron una cena que permitió estrechar vínculos y afianzar amistades.

La nueva comisión directiva quedó conformada de la siguiente manera:

Presidente Juan Andres Vanioff
Vice-Presidente Carlos Kratochvil
Secretario Renzo Bogado
Tesorero Ernesto Saporiti
Vocales
 1º Ricardo Zurita

2º Cesar Jojot
 3º Luisa Medina
 4º Ramón Avalos
Vocales Suplentes
 1º Ramón Ariel Olmedo
 2º Cinthya Amarilla
Revisores de Cuenta
Titular Sergio Alonso
Suplente Graciela Furno

ATPAS (Tucumán)



El 30 de julio, ATPAS (Tucumán) brindó una charla para sus asociados sobre distintos temas. Ricardo

Báez Nunes (FAPASA) estuvo a cargo de “Conducción Preventiva”.

Luego se debatió sobre los seguros de vida con capitalización, sus características principales y condiciones de contratación, y los beneficios fiscales por contratar seguros de vida, seguros de vida con capitalización y seguros de retiro. Y finalmente, la exposición sobre Rubrica Digital”, a cargo de Joaquín Álvarez (ATPAS).

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

PERFILES

MARIO RUIZ

UN JOVEN PRODUCTOR ASESOR DE SANTIAGO DEL ESTERO,
AMANTE DE LA MÚSICA Y EL FOLCLORE.

Revista Asegurando (R. A.):
¿Cuándo se inició en la profesión de PAS?

Mario Ruiz (M. R.): Año 2015

R. A.: ¿Tiene hermanos? ¿Cómo está compuesta su familia?

M. R.: Sí, tengo 2 hermanos, Elisa que trabaja en Río Uruguay Seguros (UN Santiago del Estero) y Santiago que también es Productor Asesor de Seguros, y mis viejos. Vivo en pareja y tengo un hijo, Mario Benicio que nació el 9 de Agosto.

R. A.: ¿Su papá es productor? ¿Cómo se llama, cuantos años tiene de trayectoria?

M. R.: Mi padre es quien nos inculcó la actividad aseguradora, Él trabajó 20 años en La Única Cooperativa de Seguros Ltda. y desde 1994 con Río Uruguay Seguros.

Fue Productor Asesor de Seguros,

también se desempeñó como Inspector de Siniestros y con RUS como Encargado de Agencia.

R. A.: ¿Algun otro miembro de su familia trabaja como PAS?

M. R.: Mi hermano Santiago.

R. A.: ¿En qué ciudad vive?

M. R.: Santiago del Estero.

R. A.: ¿Le gusta la música?

M. R.: La música es mi primer amor.

R. A.: ¿Qué género musical prefiere y porque?

M. R.: El folclore y la música popular de raíz, porque es la música a la que dedico parte de mi vida y es la que más siento en mi vida musical.

Me gustan todos los géneros, pero el folclore es mi sentir.

R. A.: ¿De cuál equipo de futbol simpatiza?

M. R.: Club Atlético River Plate y Club Atlético Central Córdoba (SDE).

R. A.: Para vacaciones, ¿prefiere la playa o la montaña?

M. R.: Montaña.

R. A.: ¿Qué ventaja tienen los PAS jóvenes respecto de los veteranos?

M. R.: La proximidad con la tecnología.

R. A.: ¿Qué desventaja tienen los PAS jóvenes respecto de los veteranos?

M. R.: La poca o escasa experiencia en el ámbito asegurador.

R. A.: ¿Cuál es el principal problema con el que el PAS tiene que



lidar en su actividad cotidiana?

M. R.: La disparidad en lo comercial frente a los bancos y AI.

R. A.: ¿Cuál es su personaje histórico favorito y porque?

M. R.: Jesucristo, por su amor al prójimo.

R. A.: ¿Cómo afecta la inflación en su trabajo?

M. R.: Como a todo el mundo, de la modificación de sumas, no se salva nadie.

Y el poder adquisitivo de mis comisiones van por detrás de todo esto.

R. A.: ¿Cuál es su proyecto a futuro?

M. R.: Desarrollarme como PAS en un plano cada vez más tecnológico y virtual.

R. A.: Si no hubiera sido PAS, ¿cuál otra actividad o profesión le hubiera gustado?

M. R.: Productor Discográfico

R. A.: ¿Cuántos años tiene?

M. R.: 37 años

R. A.: ¿Cuál es su hobby o pasatiempo preferido?

M. R.: Leer, ver películas o series y escuchar música.

R. A.: ¿Qué es lo mejor que el seguro tiene para brindar a la sociedad?

M. R.: Generar conciencia aseguradora para que la vida en comunidad sea más ordenada, con riesgos calculados y coberturas que permitan mantener un equilibrio financiero.

R. A.: ¿Cuál es la herramienta

tecnológica que más ayuda al PAS en su labor diaria?

M. R.: El smartphone y la PC.

R. A.: ¿Cuál es su comida favorita?

M. R.: El asado.

R. A.: ¿En qué proyecto invertiría su dinero?

M. R.: En poner un coworking, una vinoteca o un bar con escenario para recitales.

R. A.: ¿Cuál es el mejor libro que leyó este año?

M. R.: “Véndele a la mente, no a la gente”, un libro de Jürgen Klärlic.

¿Cómo ve el futuro del seguro argentino?

Positivo, proactivo, creativo y resiliente.

EL VALOR DE LA OPINIÓN

LA SELECCIÓN ARGENTINA DE FÚTBOL MASCULINO LE HABÍA GANADO 2-0 A VENEZUELA Y CON ELLO QUEDABA HABILITADA PARA JUGAR LAS SEMIFINALES DE LA COPA AMÉRICA. LOS GOLEADORES HABÍAN SIDO LAUTARO MARTÍNEZ Y A GIOVANI LO CELSO, PERO LA OPINIÓN GENERALIZADA ERA QUE EL EQUIPO, FUERA DE LA BUENA ACTUACIÓN DE ESTOS JUGADORES, TODAVÍA NO HABÍA NECESITADO DE SU MEJOR JUGADOR, LIONEL MESSI, PARA GANAR.

Las opiniones estaban divididas y daban lugar a enfervorizadas discusiones en todos los niveles de la sociedad. Si usted es uno de los tantos fanáticos que no comprende los debates que se han armado alrededor de la pelota en televisión o está desorientado por los debates sin sentido que se multiplican en las redes sociales no se preocupe. Les pasa a todos. Lo que hay que entender es qué significa opinar y disentir.

Veamos. Hay que entender que opinar de fútbol es más que hablar de lo que sucede dentro de la cancha. Pareciese que es más interesante relacionarlo, a partir del sarcasmo, la ironía o el humor, con algún hecho que haya sucedido fuera de la cancha, tenga que ver con la intimidad del jugador, una lucha interna dentro de los clubes de fútbol o las particularidades del director técnico. No todos podemos opinar de medicina, ingeniería, finanzas,

medio ambiente o cualquier otra ciencia... pero todos podemos opinar de fútbol. El fútbol es casi un lenguaje universal desde que es un deporte en el cual está involucrada más del 85% de la población mundial. Hombres y mujeres.

Sí, ya sé que tradicionalmente el fútbol era algo que se inculcaba a los varones desde pequeños y no a las niñas. Por eso los niños sueñan con ser grandes futbolistas. Les regalan una pelota mientras que a las niñas se les regalaba una muñeca. Así, el fútbol era un territorio de opinión que, se suponía, a las mujeres no les interesaba. O peor. Quizás no era bien visto antiguamente que les interesase. Habría que preguntarles a las abuelas. Cuantas opiniones femeninas habrán sido descalificadas con frases lapidarias como "...cómo se nota que nunca jugaste al fútbol". Pero ese tiempo del monopolio masculino en el campo de las



opiniones futbolísticas ha terminado hace ya mucho tiempo.

Si bien es cierto que sigue una tradición masculina en las gradas de las canchas de fútbol y son más los niños que se anotan en las escuelas de fútbol, cada vez se ve más en las tribunas a mujeres, grandes y chicas, que alientan, gritan y opinan en una atmósfera donde predomina la igualdad.

Cada vez son menos los varones que descalifican a una mujer cuando decide jugar fútbol. Quizás la llegada de la mujer al fútbol de lugar a su justa inclusión en los nive-

les directivos de los clubes y su presencia, junto con sus hijos e hijas, ayude a disminuir la violencia en los estadios. Seguramente algunos opinarán diferente y, quizás, sostendrán que el fútbol es un ámbito sólo para hombres. Las opiniones están divididas y es natural que así sea pues el ámbito de la opinión es naturalmente de disenso. Si todos opinan lo mismo es difícil que se pueda generar un discurso interesante. El disenso dispara las grandes ideas.

El valor de una opinión

Lo del fútbol es anecdótico y sólo

lo cuento para usarlo como ejemplo de cómo todo está cambiando en la sociedad buscando la inclusión y el respeto de la opinión de todos para construir un mercado asegurador acorde a una sociedad mejor.

Hay que opinar y comprometerse con los objetivos de construir una intermediación PAS acorde a las necesidades del mercado asegurador del futuro.

Esto desafía al PAS a reinventarse ante los avances tecnológicos y los cambios de hábitos de consumo de los asegurados. La opinión y la ex-



perencia de todo PAS es valiosa si se la encausa y se le da el espacio de debate que requiere. La clave es entender que opinar no es algo que se puede hacer sin reflexionar previamente e informarse. Opinar requiere de responsabilidad. Para poder construir en función de entender, y respetar, la opinión de otros hay que definir primero que significa opinar.

Vamos a los grandes maestros. Para Parménides de Elea, un filósofo griego presocrático que luego será citado tanto en la doctrina platónica de las formas como la metafísica aristotélica, la opinión es “la idea subjetiva, y confusa, acerca de la realidad” que se opone al “conocimiento” tenido éste como verdadero.

Así es que Parménides representa la revelación que de las cosas se hace a los hombres dividida entre “la vía de la verdad” (donde se ocupa de “lo que es”, que es inengendrado e indestructible y que es lo único que verdaderamente existe) y la vía de las “opiniones de los mortales”. Una ley de la antigua Grecia declaraba infame y detestable, castigando con el destierro, al hombre que, tratándose de la causa pública, no manifestaba y declaraba su opinión puesto que por este medio se esperaba conocer el modo de pensar de cada uno.

Esto ha dado lugar a que exista no sólo la opinión de un individuo sino también la opinión pública entendida como la tendencia o

“...CON EL SURGIMIENTO DE LA CULTURA DE MASAS COMIENZA UN PROGRESIVO ENSANCHAMIENTO DEL TÉRMINO “OPINIÓN PÚBLICA”, HASTA QUE A FINES DEL SIGLO XX EL CIUDADANO ES LA POBLACIÓN MISMA, AHORA TRANSFORMADO EN “EL PÚBLICO” O EN NUESTRO CASO LOS ASEGURADOS, O ASEGURABLES, EN GENERAL.”

preferencia, real o estimulada, de una sociedad hacia hechos sociales que le reporten interés, quizás impulsada mediante el predominio de la tecnología de la comunicación en redes sociales, en una sociedad masificada donde el campo de la opinión parece retomar un nuevo enfoque.

En la antigüedad la opinión pública se remitía simplemente al diálogo que establecían sólo aquellos que no dependían económicamente de otros mientras los demás, no podían opinar y dialogar sobre las cuestiones públicas ya que sólo eran aptos para trabajos manuales.

Posteriormente, esa situación empezó a cambiar. Y con el surgimiento de la cultura de masas comienza un progresivo ensanchamiento del término hasta que a fines del siglo XX el ciudadano es la población misma, ahora transformado en “el público” o en nuestro caso los asegurados, o asegurables, en general.

La transparencia hace un mejor mercado asegurador

Las opiniones deben basarse en la verdad y esto requiere de acceder a información. En la última jornada del Seminario Global de la Asociación Internacional de Supervisores de Seguros (IAIS) se trabajó sobre el rol de los seguros como actor fundamental para proteger y brindar una mejor calidad de vida a la población y, al mismo tiempo, como impulsor del desarrollo de las economías globales.

Como consecuencia de ello la Superintendencia de Seguros de la Nación (SSN) ha establecido nuevos principios, y recomendaciones, para la implementación de un adecuado Gobierno Corporativo para aseguradoras y reaseguradoras para continuar apoyando el buen funcionamiento de las compañías de seguros y reaseguros y el efectivo control de las aseguradoras por parte de la SSN.

En esa línea de gestión la SSN ha informado que viene participando de programas internacionales de formación en el exterior, con la finalidad proporcionar a los funcionarios de la SSN de una visión global de los estándares internacionales y del mercado asegurador tratando, entre otros, temas relacionados con el análisis de estados financieros, análisis de reaseguros y transferencia de riesgos alternativos y mejores prácticas internacionales de gobierno corporativo.

Gobierno corporativo para aseguradoras y reaseguradoras

En busca de acceder a una mayor información sobre las aseguradoras protagonistas del mercado asegurador local, el 5 de diciembre de 2018 se publicó en el Boletín Oficial la Resolución N°1119/2018 de la Superintendencia de Seguros de la Nación que introdujo modificaciones al Reglamento General de la Actividad Aseguradora en materia de gobierno corporativo, con el objetivo de impulsar en la actividad aseguradora un modelo de “supervisión basada en riesgos”.

La Superintendencia de Seguros de la Nación busca mediante ello implementar el buen Gobierno Corporativo para compañías aseguradoras y reaseguradoras, la profesionalización de las entidades y favorecer la transparencia, logrando crear un mayor ambiente de confianza en el mercado de los intermediarios (PAS y AI) pero fundamentalmente en los asegurados.

Espera que al aplicar los principios y recomendaciones favorecerá la estabilidad financiera, la previsibilidad y el crecimiento de un mercado asegurador solvente.

Para ello, prevén que las entidades cuenten con sistemas eficaces que garanticen una gestión sana y prudente desde que el gobierno corporativo define roles, responsabilidades y rendición de cuentas, determina los requerimientos para

documentar decisiones (y otras acciones importantes de las compañías) con el fin de informar públicamente las acciones que se llevan a cabo en las empresas de seguros.

En este contexto, la designación obligatoria de un Director Independiente busca ayudar a las aseguradoras a mostrar su transparencia y objetividad en la toma de sus decisiones. Para ello el Anexo del Punto 9.1.3 enumera una serie de exigencias y requisitos que el Director Independiente deberá cumplir para integrar el Órgano de Administración de la compañía y se establecieron causales de inhabilidad para ocupar cargos en órganos de administración y fiscalización y “alta gerencia” de compañías de seguros y reaseguros.

Opinión del PAS en la Ley 22.400

No cabe duda que equivocarse respecto de las aseguradoras que recomienda el PAS a sus clientes puede tener consecuencias que afectarán negativamente el desarrollo de su negocio. Entre las “Funciones y deberes” que establece la ley 22400, en su Art. 10 inc. c), los productores asesores de seguros tienen como función y deber como Productores asesores directos (PAD) “... asesorar al asegurado a los fines de la más adecuada cobertura.”

Si bien su asesoramiento es mayormente comercial y técnico, la opinión del PAS sobre las compañías de seguros es muy seriamente

tomada en cuenta por los asegurados al elegir con que aseguradora contratar el plan de coberturas de seguros para su negocio y familia.

Siempre es bienvenida la opinión individual del PAS obtenida de su apreciación individual de la situación de cada aseguradora basada en el estudio de los Indicadores de Mercado publicados por la Superintendencia.

Pero todo otro recurso que permita el acceso a información de fácil interpretación de la situación de las aseguradoras es apreciada pues, siguiendo al griego Parménides, ayuda al PAS, y a su cliente directamente si lo desea, a acceder de la manera más fácil posible a la situación de su aseguradora (la “vía de la verdad”) y no obligar a cada PAS a depender de su visión subjetiva de la situación de las compañías aseguradoras (una variante de la vía de las “opiniones de los mortales”).

Después de todo, y volviendo al fútbol, tomando en cuenta que todos los ciudadanos del país, hombres y mujeres, somos virtuales entrenadores del seleccionado en internet y estamos calificados para opinar, y hasta ponernos de acuerdo, sobre lo que hay que hacer para que el seleccionado gane la copa América, esto del mercado asegurador ya lo tenemos resuelto.

¡Y si tenés alguna duda Scaloni sobre el equipo que tenés que poner, llamáanos!

IMPACTO DE LAS MEDIDAS DEL BCRA EN EL MERCADO ASEGURADOR

Las medidas dictadas por el Banco Central de la República Argentina (el "BCRA") el domingo 1 de septiembre que establecen parámetros en el mercado de cambio no implican una pesificación de términos y condiciones incluidos en contratos registrados en la Superintendencia de Seguros de la Nación ("SSN") con anterioridad a esa fecha. En particular:

- A los efectos del cumplimiento de obligaciones establecidas para personas humanas como jurídicas, se respeta la moneda de los contratos;
- Las pólizas de seguros de vida, vida con capitalización y retiro nominadas en moneda extranjera se mantienen en la misma moneda.
- El acceso del asegurado a moneda extranjera para el pago del contrato de seguro continúa vigente;
- Los contratos de reaseguros no se encuentran afectados por las medidas dictadas por el BCRA. No hay ningún impedimento para el pago de primas de reaseguros al exterior en moneda extranjera, ni para el pago de siniestros por parte de reaseguradoras extranjeras;
- En virtud de las limitaciones impuestas en las medidas dictadas por el BCRA, puede ser necesario solicitar autorización en el BCRA para la compra de las divisas.

Especialmente en momentos como estos, vamos a seguir trabajando desde la SSN para preservar el valor de los activos de las compañías aseguradoras, y para cuidar y proteger a los asegurados. Creemos que la mejor forma es darles previsibilidad.

LA PROVINCIA DE MENDOZA FORMALIZÓ SU ADHESIÓN A PÓLIZA DIGITAL



El ministro de Gobierno, Trabajo y Justicia de la Provincia de Mendoza, Lisandro Nieri y el Superintendente de Seguros de la Nación, Juan A. Pazo, firmaron un convenio para la promoción de la póliza digital en la Provincia de Mendoza.

Con este acuerdo, el gobierno provincial simplificará los procedi-

mientos de constatación de cobertura obligatoria efectuados por las fuerzas de seguridad y de fiscalización vial a través de los comprobantes digitales y en especial para el uso de la aplicación Mi Argentina, que reúne la documentación personal de los ciudadanos.

Además, se asumió el compromiso de instruir a la Policía de la Pro-

vincia y a la Dirección de Seguridad Vial para la pronta adopción de esta nueva forma de verificación de cobertura.

La firma de este convenio se da en el marco del impulso dado por la SSN a uno de sus principales ejes de gestión, la modernización del Estado. Sumado a esto, y teniendo en cuenta que las nuevas tecnolo-

gías han sido adoptadas masivamente por la población, surgió la necesidad de ampliar los medios de acreditación de las Pólizas de Seguros vigentes de los vehículos automotores.

En tal sentido, desde la SSN se adoptaron una serie de medidas que respondieron a estas nuevas demandas de los ciudadanos.

A través de la Resolución N° 219/2018, se reguló la posibilidad de circular con un comprobante de seguro digital, al admitir la constancia de entrega de documenta-

ción por medios electrónicos que permitan su lectura. Asimismo, se creó la aplicación móvil “Mi Seguro”, que permite corroborar si los vehículos tienen la póliza automotor vigente, sin necesidad de requerir a los conductores la documentación impresa.

Por otra parte, mediante el Decreto N° 87/2017, se creó la Plataforma Digital del Sector Público Nacional; compuesta por un “Perfil Digital del Ciudadano”, al cual se puede acceder desde cualquier celular con la aplicación móvil llamada “Mi Argentina”.

Esta aplicación permite acceder a documentación personal como por ejemplo: la licencia nacional de conducir, DNI, cédula verde y/o azul, entre otras.

La última incorporación a la plataforma fue el comprobante del seguro automotor y todos los datos relacionados con el mismo (Resolución de la SSN N° 517/2019).

La SSN continúa trabajando en la promoción de medidas que tengan como finalidad última salvaguardar los intereses de los asegurados argentinos.



**Sos Productor?
Participá del Programa de Incentivos de La Equitativa.
Podés ganarte viajes internacionales con todo incluido, viajes nacionales y órdenes de compra.**

Todavía estás a tiempo!!!

☎ +54 11 4328 2267
✉ comercial@laequitativa.com.ar

En La Equitativa la capacidad para escucharte es tan importante como la de resolverte el problema.
La Equitativa. Nosotros, nuestros productores y vos.
www.laequitativa.com.ar | (011)5070 3000

LA EQUITATIVA
COMPAÑÍA DE SEGUROS

LA SSN CREÓ LA MESA DE INNOVACIÓN EN SEGUROS E INSURTECHS

La SSN creó la mesa de innovación en seguros e Insurtechs que tendrá por objeto promover la innovación de la industria aseguradora a partir de la interacción de los distintos actores vinculados al uso innovador de tecnología aplicada al seguro.

La mesa de innovación será presidida por el Superintendente de Seguros de la Nación y representantes de las gerencias.

El Dr. Marcelo Borre ha sido designado como responsable de la coor-

dinación de la misma.

La Mesa fue creada por la Resolución 2019-733-APN-SSN#MHA, y sus funciones serán:

- Crear un ambiente de discusión y análisis respecto de tecnologías aplicadas al seguro.
- Establecer un canal de comunicación con los desarrolladores, promotores, implementadores y demás actores de Insurtechs e innovaciones en el sector asegurador.
- Entender y monitorear nuevos modelos de negocios y tecnologías

relacionados con la industria aseguradora.

d. Identificar desafíos regulatorios relacionados con riesgos y oportunidades de Insurtechs.

e. Convocar a expertos y representantes de sectores con injerencia en la materia.

Las reuniones de la Mesa de Innovación en Seguros e Insurtechs deberán contar, como mínimo, con 3 representantes de los sujetos supervisados.

NUEVA OFICINA DE ATENCIÓN DE SINIESTROS DE TRIUNFO SEGUROS EN MENDOZA



Siguiendo con su política de expansión y de eficiencia en la gestión, Triunfo Seguros inauguró el 12 de agosto un nuevo edificio para la Atención de Siniestros en Mendoza. Esta inauguración estuvo basada en 3 principios fundamentales: Autosustentabilidad, Inclusión, Funcionalidad.

Autosustentabilidad: Con un claro compromiso de Responsabilidad Social Empresaria, el 100% de la energía consumida se genera a través de paneles solares, destacando que una porción de esa energía generada en horario no laboral es volcada al sistema de

distribución eléctrica de Mendoza.

Inclusión: Con una inversión de 240.000.000 millones de pesos, se pensó en la Inclusión de todas las personas, contando con accesos por medio de rampas, podo táctiles en el suelo para quienes tienen discapacidad visual. Todas sus puertas y pasillos fueron diseñados para permitir la fácil circulación con sillas de ruedas.

Funcionalidad: Su funcionalidad fue pensada en el bienestar de los empleados ya que cuenta con 800 lux en todos los planos de trabajo, garantizando plena y confortable visión a quienes tienen alguna disminución visual, contando también con un sistema que renueva el aire tres veces al día, ayudando al confort de quienes desarrollan sus tareas allí y colaborando a su salud.

Ubicado en Pedro B. Palacios 2650 de la ciudad de Mendoza, el edificio inaugurado alberga las gerencias de Recursos de Humanos y Comunicación y Marketing de la compañía.

AFIANZADORA OPTIMIZA SUS CONTROLES DE CALIDAD

Afianzadora se encuentra transitando la séptima re-certificación de las Normas de Calidad ISO 9001:2015. Se trata del estándar internacional de carácter certificable que regula los Sistemas de Gestión de la Calidad (SGC), para una efectiva administración y mejora en la calidad del servicio prestado. ISO (Organización Internacional de Estandarización) es una

entidad que reúne a representantes de diversos países para desarrollar normas de estandarización en diferentes áreas de actuación.

Por primera vez, Afianzadora aplicará la versión 2015. La misma plantea un esquema normativo más riguroso y con nuevas perspectivas de desarrollo. Una forma de mejorar continuamente los

procesos internos para obtener un mayor rendimiento y, por lo tanto, brindar satisfacción a los accionistas.

Afianzadora es la única compañía especialista en Seguros de Caución en lograr esta certificación en todas sus unidades operativas (Comercial, Operaciones, Administración y Riesgos).

LA SEGUNDA CON LA SELECCIÓN DE BASQUET

En el marco del mundial de básquet que se disputó en China, La Segunda lanzó una trivía a través de la cual los fanáticos participaron por el sorteo de camisetas oficiales de la selección.

Para participar, los interesados debieron registrarse en la web www.promolasegunda.com.ar y respon-

der un total de cinco preguntas. Por cada respuesta correcta, sumaron chances para ganar una de las 10 camisetas oficiales.

Además, los clientes de la compañía que tengan descargada la App NetVos, obtuvieron una chance extra al ingresar el código que figura dentro de la misma.

La trivía fue lanzada el día miércoles 21 de agosto y durante el primer día se inscribieron más de 2.800 participantes.

Mediante esta acción, La Segunda Seguros sigue posicionándose como una marca líder que apoya el deporte, a sus jugadores y a sus fanáticos.



Conducción: Fernando G. Tornato y Marcelo E. Deve



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

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



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

LAS EMPRESAS DEL GRUPO SANCOR SEGUROS RENOVARON SUS AUTORIDADES PARA EL EJERCICIO 2019/2020



El sábado 28 de setiembre del corriente se realizó la 73ª Asamblea General Ordinaria de Sancor Cooperativa de Seguros Ltda. Durante el encuentro, que contó con la presencia de Delegados representantes de los Asociados de todo el país, se aprobaron los diferentes aspectos previstos en la convocatoria.

Además, como ocurre luego del cierre de cada ejercicio económico, se procedió a la renovación parcial del Consejo de Administración para el período 2019/2020, destacándose la continuidad de Eduardo Reixach como Presidente de este órgano.

En el marco de la Asamblea, también se llevó a cabo un reconocimiento a los miembros del cuerpo de ventas que alcanzaron 50 años de labor ininterrumpida dentro de la organización.

Cabe destacar que en los días previos se realizaron las Asambleas y renovación de autoridades del resto de las empresas que integran el mencionado Grupo Asegurador. A continuación, se detallan las nuevas autoridades para el ejercicio 2019/2020 en cada una de ellas:

El Consejo De Administración de Sancor Cooperativa de Seguros Ltda (Período 2019/2020) quedó conformado de la siguiente manera: como Presidente, Eduardo Reixach (zona Casa Central); como Vicepresidente, Carlos Ingaramo (zona Sucursal Capital Federal); Secretario, Alfredo Panella (zona Sede Mendoza); Prosecretario, Miguel Zazú (zona Sede Córdoba); Tesorero, Gustavo Badosa (zona Sede Rosario); Protesorero, Juan Beltrame (zona Sede Río Negro).

Los Vocales titulares son Horacio

Cabrera (zona Casa Central), Ulises Mendoza (zona Sede Santa Fe), Raúl Colombetti (zona Casa Central) y Andrés Cardemil (zona Sucursal Capital Federal).

Los Vocales suplentes son Mario Garrini (zona Casa Central), Carlos Semeraro (zona Casa Central), Oscar Colombero (zona Casa Central), Zulema Piana (zona Sucursal Capital Federal), María V. Kaspin (zona Sucursal Capital Federal), Willy Borgnino (zona Sede Santa Fe), Carlos Casto (zona Sede Córdoba), Eduardo Terranova (zona Sede Mendoza), Vicente Pili (zona Sede Río Negro), José Sánchez (zona Sede Rosario).

La Sindicatura quedó integrada por el Síndico titular Severino Miretti (zona Sede Santa Fe) y el Síndico suplente Jorge Meroni Zona Sede Córdoba.



**SEGUROS
RIVADAVIA**

**Protegemos aquello
que más te importa**



0810 999 3200
www.seguorsrivadavia.com

Seguinos en:  



Descargá nuestra
aplicación.



Disponible para iOS
y Android.

Nº de inscripción en SSN
0222

Atención al asegurado
0800-666-8400

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



SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN

INTÉGRITY SEGUROS REALIZÓ UNA NUEVA CAPACITACIÓN SOBRE MARKETING DIGITAL

En el marco del programa Intégrity Academy, orientado a la formación de productores para que conozcan y aprendan herramientas que ayuden a mejorar la gestión de sus negocios, Intégrity Seguros llevó a cabo una jornada sobre campañas digitales con herramientas de Google. La compañía invitó a profesionales de la agencia de Publicidad Massive, de amplia trayectoria y expertise con marcas mul-

tinacionales, a coordinar el encuentro que abarcó desde conceptos básicos del marketing, el contexto de la industria del Seguro en Argentina, y los diferentes perfiles de consumidores y sus comportamientos digitales, hasta nociones técnicas y particulares tales como gestionar campañas en Google, el análisis de los resultados de estas acciones y la generación de una campaña durante el transcurso de la jornada.

“Desde Intégrity entendemos que es muy importante proveer a los productores de las mejores herramientas para que se adapten a los cambios que ofrece la industria y, dentro de ese contexto, creemos que el Marketing Digital es esencial a la hora establecer estrategias que potencien sus negocios”, expresó Juan Ignacio Coria, Gerente de Marketing de Intégrity Seguros.

BID LAB, MATBA-ROFEX Y BOLSA DE COMERCIO DE ROSARIO APOYAN A CITES DEL GRUPO SANCOR SEGUROS



El Banco Interamericano de Desarrollo, a través de su laboratorio de innovación BID Lab, Mercado a Termino de Buenos Aires (MATBA) y Bolsa de Comercio de Rosario unen esfuerzos con el Centro de Innovación Tecnológica Empresarial y Social S.A. (CITES) para estimular el proceso de company building/aceleración e inversión en startups de base científico-tecnológica que se encuentran en etapas tempranas en Argentina. El proyecto conjunto pondrá especial énfasis en innovaciones disruptivas

en sectores como tecnología médica, big data, tecnología para el agro, agroindustria y alimentos, inteligencia artificial, tecnologías 3D, energías renovables, aeroespacial, tecnologías para ciencias de la vida, desarrollo de moléculas y tecnologías para las finanzas, entre otros. CITES es una sociedad integrante del denominado Grupo Sancor Seguros con sede en Sunchales (Provincia de Santa Fe), y es una de las aceleradoras científicas seleccionadas por la Secretaría de Emprendedores y PyMEs del Mi-

nisterio de Producción de la Nación para acceder al régimen de co-inversión del programa “Fondo Aceleración” lanzado en el marco de la Ley de Emprendedores de 2017.

A través de su enfoque de triple impacto, CITES invertirá en empresas que están centradas en la innovación con ventaja competitiva, que tienen potencial de alto crecimiento, con buenas prácticas de gobernanza, con un plan bien definido para expandirse en los mercados regionales y mundiales, y que se dedican a la generación de un impacto social, económico y medioambiental positivo en la sociedad. A tal fin, el Banco Interamericano de Desarrollo, como administrador de BID Lab, aprobó un apoyo por US\$ 3 millones, sumados a los US\$ 12 millones de Sancor Seguros y a otros apoyos de MATBA-ROFEX y Bolsa de Comercio de Rosario.



Sabemos donde
está **nuestro norte**

Marcando **nuevos rumbos**

Lo más importante se asegura en Noble

Responsabilidad Civil Profesional,
Incendio, Seguro Técnico, Hogar,
Integrales, Vida y Accidentes Personales

www.nobleseguros.com

PREVENCIÓN SALUD Y TRES INICIATIVAS PARA MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA DE LAS PERSONAS

Desde su origen en 2013, Prevención Salud (la prepa de Sancor Seguros), pone el foco en lo preventivo, con la convicción de que es el mejor camino para contribuir a elevar la calidad de vida de todas las personas. Bajo esta premisa, viene implementando una serie de programas que abordan algunos de los grandes temas en materia de salud, desde el punto de vista de la prevención y con un abordaje integral. Uno de ellos, denominado “Un toque de conciencia”, consta de diferentes acciones de concientización

orientadas a la detección temprana del cáncer de mama.

En lo que hace a alimentación consciente y hábitos saludables, Prevención Salud desarrolló “Somos lo que comemos”, que parte de la premisa de que una alimentación adecuada y equilibrada es esencial para disminuir problemas de salud nutricional, trastornos musculoesqueléticos, enfermedades cardiovasculares, renales, diabetes, afecciones respiratorias crónicas y distintos tipos de cáncer.

Por otra parte, a través “Sumá chances de vida. Doná para vivir. Viví para donar”, Prevención Salud fomenta la donación de sangre y la inscripción en el registro nacional de donantes de médula ósea, mediante una iniciativa que incluye charlas gratuitas a cargo de especialistas, material informativo y jornadas de donación de sangre impulsadas en conjunto con organismos provinciales dependientes del INCUCAI. A un año de la puesta en marcha del programa, ya se superaron los 600 donantes.

EL ENTE COOPERADOR LEY 22.400 INCORPORA CURSOS DE CARÁCTER NO OBLIGATORIOS EN SU PLATAFORMA

El Ente Cooperador Ley 22.400 está realizando una serie de acciones tendientes a mejorar la capacitación de los productores asesores de seguros, no solo a través del Programa de Capacitación Continuada, sino también con la incorporación en su plataforma de cursos de carácter no obligatorios, incluyendo temas que nutran al PAS de herramientas para el asesoramiento y la comercialización, tales como:

- Asesoramiento profesional en el ámbito del seguro y responsabilidad del PAS.
- El PAS y el asesoramiento en siniestros.
- Introducción al Marketing Digital.
- Manejo de objeciones, negocia-

ción y cierre de ventas.

- Técnicas de indagación en ventas.

Además de estos cursos, en lo que resta del año, estarán disponibles los siguientes:

- Todo riesgo operativo.
- Seguros transporte.
- Seguros de retiro.
- Seguros agrícolas.

Ellos serán los primeros de una serie que permitirán el perfeccionamiento del PAS en todos los Riesgos. A modo de distinguir a los PAS que realicen los PCC, los cursos e-learning obligatorios en los tiempos que dispone la resolución de SSN, y dos cursos complementarios disponibles

en forma gratuita en la plataforma, estos recibirán un certificado de excelencia en capacitación (como el que reproducimos más abajo). Por otro lado, se informa que este mes se puso a disposición para su realización el curso de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo (UIF), el cual estará vigente hasta el 15 de diciembre del 2019.





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



SEGUROS RIVADAVIA REINAUGURÓ SU CENTRO DE ATENCIÓN DE SAN ISIDRO



La reapertura de la sucursal de Seguros Rivadavia en la localidad bonaerense de San Isidro, se suma a otros tantos esfuerzos que la Aseguradora viene realizando en pos de renovar sus espacios para brindar un mejor servicio a sus clientes.

En esta oportunidad, la empresa reabrió las puertas del

mencionado Centro de Atención en una innovadora oficina de más 200 metros cuadrados, ubicada en la Av. Libertador N° 15.747 de dicha ciudad.

En concordancia con su identidad corporativa, la compañía busca brindar una mejor atención a sus asociados, productores, terceros y proveedores de la zona, en un ambiente más cómodo y propicio para la realización de sus trámites y diligencias, contando con un moderno edificio de dos plantas y acceso vehicular.

Cabe destacar que Seguros Rivadavia es una de las cinco compañías de seguros patrimoniales más grandes de la República Argentina, ubicándose entre las mayores aseguradoras de automotores del mercado. Tiene más de mil empleados. Cuenta con más de un millón de asegurados, quienes reciben servicios en 36 Centros de Atención propios, y una red comercial conformada por más de 5.000 productores asesores de seguros en todo el país.

SITUACIÓN DEL MERCADO AL 30 DE JUNIO

Al 30 de junio de este año, el conjunto de las aseguradoras alcanzó un volumen de producción de primas de \$ 448.299 millones, (en los 12 meses que van de julio 2018 a junio 2019). El 10% de ellas se cedieron al reaseguro. En 2018-2019 las aseguradoras incrementaron su nivel de cesión al reaseguro ya que el ciclo anterior este indicador fue del 8%.

En este último año se han pagado \$ 246.997 millones en concepto de siniestros. Esta cifra es 52,62% superior a la del año anterior. Y, como veremos a continuación, el monto total de los siniestros pagados aumentó más que la recaudación de primas del período.

El volumen de primas del ciclo 2018-2019 creció 33% en relación al año anterior. Pero la inflación del periodo julio 2018 a junio 2019 superó el 50%, lo que conlleva una reducción de la prima en términos reales.

Los Gastos de Explotación crecieron 36,9% y los de Producción se expandieron 33,1% (ejercicio 2017-2018 vs 2018-2019).

El cierre de los EECC de las aseguradoras al 30 de junio de 2019 (ejercicio económico 2018-2019) muestra que el mercado asegurador incrementó su Patrimonio Neto 51,3% respecto al año anterior (al-

canzando los \$ 199.461 millones). El Activo (\$ 855.889 millones) creció 42,6%, dos puntos y medio más que el crecimiento del Pasivo (\$ 656.427 millones) que se expandió 40,1% (siempre en relación al ejercicio anterior).

Como ocurre desde hace años, el ejercicio arrojó pérdida técnica, esta vez de \$ 97.947 millones, casi el doble del déficit técnico del ejercicio anterior. Pero esto fue más que compensando por la ganancia financiera de \$ 160.697 millones. De esta manera, el resultado final mostró un saldo positivo del ejercicio de \$ 50.945 millones, con un ROE del 25,6%.

CUIDAMOS LO MÁS IMPORTANTE DE TU VIDA: TU VIDA.

SEGUROS CON
CAPITALIZACIÓN
**VIDA AHORRO /
VIDA INVERSIÓN**

Te ofrecemos seguros de vida deducibles del impuesto a las ganancias, que generan y protegen tus ahorros. Para que puedas disfrutar hoy, la tranquilidad de estar construyendo tu futuro y el de los que más querés.



PARA MÁS INFORMACIÓN:

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

    sancorseguros.com.ar



**SANCOR
SEGUROS**



SEGUROS RIVADAVIA ORGANIZÓ LA CUARTA CAMPAÑA DE DONACIÓN DE SANGRE ENTRE SUS EMPLEADOS

Dando continuidad a la acción que se realiza por cuarto año consecutivo y, con motivo de celebrarse el pasado 26 de agosto el Día Nacional de la Solidaridad, la Aseguradora integró nuevamente a sus más de mil empleados de todo el país distribuidos en sus 36 Centros de Atención, a través una colecta masiva de sangre.

Para el caso particular de su Casa Central, la acción se llevó a cabo durante dos jornadas, en las instalaciones del edificio ubicado en Av. 7

esquina 47 de la ciudad de La Plata, donde se contó con el apoyo y participación de médicos y técnicos especializados del Instituto de Hemoterapia de la Provincia de Buenos Aires.

En el interior del país, se replicó la colecta in situ en algunas oficinas comerciales y, en otras, acercándose los voluntarios a centros de salud aledaños.

A diario decenas de pacientes en hospitales e instituciones sanitarias

salvan su vida o recuperan su salud gracias a la transfusión de sangre y sus derivados. Por ello, resulta fundamental la concientización sobre la importancia de contribuir con esta causa.

Este tipo de iniciativas, refleja el valor solidario característico de la Empresa y su personal, en pos del bien social. Bajo el eslogan "La solidaridad corre por nuestras venas", se obtuvo un nuevo récord en el número de donantes, gracias a quienes adhirieron generosamente.

TODO RIESGO

en televisión

Usted sigue estando seguro



Horacio Lachman
Horacio Levy

Con
Patricio Dunkel
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



EL SURCO

COMPañÍA DE SEGUROS S.A.

Fundada en 1925



MÁS DE 90 AÑOS EVOLUCIONANDO JUNTOS

WWW.SURCOSEGUROS.COM.AR INFO@SURCOSEGUROS.COM.AR
MAIPÚ 1300 - PISO 21 * C1006ACT * CABA ARGENTINA * TEL:(011) 5252 1600

Nº de inscripción en SSN
006

Atención al asegurado
0800-666-8400

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

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



FALLOS JUDICIALES COMENTADOS PARA SER COMENTADOS

SOBRE LA COBRANZA DE PREMIOS SEGUROS - RECHAZO DE LA CITACIÓN EN GARANTÍA - PRIMA - DEMORA EN EL PAGO - PRODUCTOR ASESOR DE SEGUROS - INTERMEDIACIÓN DE SERVICIOS.

En un incidente de declinación de citación en garantía por falta de pago de la prima, si se ha probado que casi todos los pagos fueron registrados con atrasos, sin que exista ninguna constancia de comunicación o emplazamiento por parte de la compañía al tomador para que regularice tal situación, y que los pagos no eran efectuados en forma directa por el tomador del seguro a la compañía, sino que eran abonados al cobrador-asesor, quien a su vez los rendía al productor, siendo éste último el que los presentaba a la Aseguradora; resulta razonable suponer que los atrasos en dichos pagos posiblemente se hayan debido a esta cadena de rendiciones y no a una conducta morosa del tomador.

Expte.: 13-04230080-7 - Moyano Iván Gabriel c/ Castro Miguel Ángel p/ D. Y P. (Accidente de tránsito).

Fecha: 03/07/2019.

Tribunal: 5° Cámara en lo civil - Primera circunscripción (Mendoza).

OTRA SOBRE COBRANZA

La queja del co-demandado recurrente se sustenta en la admisión de la declinación de cobertura que planteó la aseguradora citada en garantía por esa parte; señala que en la sentencia no se trató la extemporaneidad de esa defensa.

Sin embargo, no pagar en término la cuota de la pri-

ma implica que la suspensión de la cobertura opera en forma automática ya que la mora se produce de pleno derecho, dando lugar así al efecto previsto por la ley, que opera como una sanción -pena, en rigor de índole privada. (cfr. HALPERIN, I., "Seguros", Tomo I, pág. 416).

Por ello es que no alcanza para desvirtuar la alegación de que era habitual o tolerado por la aseguradora un eventual atraso en el pago de las primas.

No puede el asegurado intentar prevalerse de aquella situación, máxime cuando la suspensión de cobertura por falta de pago de la prima se notificó en tiempo mediante cartas documentos (v. fs. 774/776), con lo cual las formalidades de notificación fehaciente al asegurado acerca de su incumplimiento estaban cumplidas (art. 56, Ley 17.418).

De allí se constata que entre Sosa Etcheverry y "Federación Patronal Seguros S.A." se suscribió un contrato de seguro de responsabilidad civil derivada de lesiones y muerte de terceras personas, provocadas involuntariamente y generadas durante el ejercicio de la actividad profesional del asegurado, en la especialidad de cirugía traumatológica y ortopedia.

La contraprestación de este último debía abonarse en cuotas mensuales y consecutivas, con fecha de vencimiento los días 21 de cada mes; y, en concreto, las cuotas en cuestión -nros. 1, 2 y 3-, cuyo vencimiento operaba el 21/03/2002, 21/04/2002 y 21/05/2002, fueron canceladas el 22/05/2002; las tres fuera de plazo, lo que contrasta con que la actividad profesional cuestionada por la actora a Sosa Etcheverry -y sus consecuencias- comenzó a realizarse el 28/03/2002; aunque, el interesado anotició fehacientemente del siniestro a la aseguradora el 24/04/2003, poco más



de un año después (v. dictamen pericial, fs. 797/799; no cuestionado).

En otros términos, conforme los elementos probatorios que están en la causa, que reseñé someramente en párrafos anteriores, y la normativa que rige este tema, no encuentro razones para modificar lo decidido en el grado ya que considero que es correcto el rechazo de la citación en garantía a la compañía aseguradora.

Carátula: Bravo, Griselda Beatriz c/ Sosa Etcheverry, Fidel y/o Hospital Samco Dr. Jaime Ferre y/o Provincia de Santa Fe y/o Federacion Patronal Seguros S. A. S/ ordinario

Fecha: 27/09/2018

Tribunal: Cámara de apelación en lo civil, comercial y laboral, Mendoza

Comentario a los dos fallos

Buena oportunidad para repasar un aspecto tan significativo y tan vital como el de la cobranza de primas. Es oportuno recordar cuándo hay seguro para la Ley 17418 (art 1º) es cuando "...el asegurador se obliga, mediante una prima.... a resarcir un daño o cumplir la prestación convenida....".

Las distintas aplicaciones que podemos dar a la palabra mediante, nos confunden en su sentido. Aquí lo está en su acepción de preposición, cuando significa el medio, el canal o el procedimiento a través del cual se hace o se consigue algo. O sea que nace la cobertura del riesgo cuando pago esa prima para conseguirla (podríamos aclarar "en los términos y condiciones convenidos contractualmente" para el pago). Porque puede suceder, en un siniestro temprano, que nazca la obligación del Asegurador cuando he pagado sólo una parte mínima de la prima total).

Esto desde el punto de vista legal: pago para que el Asegurador esté obligado a cumplir. Desde un punto de vista económico, pago para que el Asegurador esté en condiciones de pagar mi eventual siniestro o cualquiera que corresponda a la comunidad de

asegurados (que esa es la función y el sentido de la institución aseguradora).

En lo coloquial, me gusta decir que "la cobranza de primas" es como el "aparato circulatorio" de los seres humanos. Donde no llega la sangre, los tejidos se mueren. Cuando no llega la prima, en tiempo y forma, se afecta el "tejido mutual" de la actividad.

Hechas la consideraciones precedentes, pasamos a dos casos de resolución contrapuesta: uno dice que la cobertura existe (a pesar de cierta informalidad en los plazos) porque la misma resulta de una conducta de la Aseguradora, tanto en los mecanismos utilizados para la llegada del dinero, como en una tolerancia habitual que, en términos de Buena Fe contractual, impide liberarse de las obligaciones asumidas.

En el otro, la solución es contraria. Y lo acertado de la decisión, a mi criterio, surge de las conductas asumidas por las partes. El Asegurador no sólo advierte que las primas no han ingresado, sino que también lleva a cabo los procedimientos para notificar al Asegurado de una rescisión por falta de pago y emitir los instrumentos de anulación.

Por el otro lado, el Asegurado (Cobertura RC Profesional Médica) actúa a la inversa. No paga las primas en término sino mucho después, y todo parece indicar que lo hace una vez que tiene conciencia o conocimiento de algún incidente de mala praxis (teniendo en cuenta la fecha) generador de un siniestro, que denuncia... al año siguiente (probablemente cuando recibe el reclamo o demanda), tratando de que no se advierta su falta de pago en término.

SEGUROS - ASEGURADOR - DENUNCIA DEL SINIESTRO - ACEPTACIÓN TACITA - LEY DE SEGUROS.

Si existe una pluralidad de causales para que la aseguradora rechace el siniestro y ella no las esgrime en su

totalidad, de manera clara, específica y oportuna, no podrá invocarlas en el trámite judicial que a futuro se derive, porque se habrá producido, al respecto, una aceptación tácita.

El art. 56 de la Ley de Seguros exige que el asegurador se manifieste en términos claros y explícitos y que, en su caso, informe con toda precisión la causa por la que se pronuncia en contra del reconocimiento del derecho del asegurado; si guarda silencio, o su pronunciamiento no es explícito respecto de las razones por las cuales rechaza el siniestro, su responsabilidad debe tenerse por aceptada en los términos de la norma mencionada.

Expte.: 54475 - Cusimano Redolfi Adriano Nicolás c/ Boston Cia Arg. De Seguros S.A p/ daños y perjuicios p/ daños y perjuicios
Fecha: 24/04/2019
Tribunal: 1° Cámara en lo civil - Primera circunscripción.

Comentario

Un texto breve, pero significativo, en tanto tiene aplicación cuando se rechaza un siniestro. Un criterio que han sostenido diría que unánimemente por la doctrina y la jurisprudencia.

Ese rechazo del Asegurador debe no sólo ser fehaciente sino también, imprescindible, completo, en cuanto a exponer todas y cada una de las defensas que alegue la aseguradora y con, al menos, una clara indicación de los motivos y de su fundamentación en los términos del contrato y de la Ley 17.418.

De no darse esa circunstancia, no podrá posteriormente alegar cualquier defensa que hubiera estado en condiciones de conocer al rechazar. Esta última delimitación que he hecho apunta a que, en alguna ocasión, del intercambio de comunicaciones o de las actuaciones siniestrales pueden surgir hechos nuevos, eventualmente limitantes de la responsabilidad del Asegurador.

PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR Y SEGURO

1. En lo que hace a la aplicabilidad al caso de la Ley de Defensa del Consumidor N° 24.240, es sabido que dicha normativa rige toda relación de consumo, sin establecer distinciones ni restricciones respecto de la naturaleza de los servicios contratados entre proveedores y consumidores (arts. 1, 2, 3 y cccts. L.D.C.; v. Giudici, Juan Pedro, “Hacia la aplicación de las previsiones de la ley de defensa del consumidor al contrato de seguro”, LOnline AR/DOC/3752/2013).

2. Como bien destaca el juez de la instancia anterior, el contrato de seguro colectivo que da origen a esta controversia se caracteriza por ser una convención concluida por el tomador o suscriptor con el asegurador, a favor del participante de un grupo; en otras palabras, tiene la particularidad de celebrarse a nombre del tomador pero por cuenta ajena, es decir, a favor de quienes integran el conjunto de asegurados (art. 153 L.S.).

3. Desde tal perspectiva, no cabe duda alguna que la demandada es una “proveedora” de un servicio: el seguro, cuya actividad encuadra en las previsiones del art. 2 de la L.D.C., pues participa en la oferta de bienes y servicios en el mercado dirigida al público indeterminado. Por otro lado, el asegurado es un usuario o consumidor, que goza de una mayor protección como consecuencia de ser parte de una relación de consumo en virtud del régimen tuitivo aplicable (art. 1 L.D.C.).

4. Por tanto, y como ya se ha resuelto en diversos precedentes jurisprudenciales, “Es desacertada cualquier interpretación que condicione o supedite la aplicación de la ley 24.240 al hecho de que una ley especial -como la Ley de Seguros- prevea mecanismos de protección para el consumidor... La ley 24.240 desde el enfoque imperativo de un plexo de orden público, se articula como bisagra en las relaciones de consumo, avanzando sobre el Derecho Público, en cuanto no parte de la igualdad y libertad de las personas involu-

INNOVAR ES CREAR. Y TAMBIÉN CREER.
Las mejores ideas necesitan el mejor respaldo.



Solo un Productor entiende la necesidad de una garantía accesible, económica y confiable.
La nueva **Póliza Digital de Afianzadora** es la herramienta de trabajo más moderna
y el próximo paso en innovación tecnológica para la gestión de Seguros de Caución.
Sin papeles, sin demoras y más seguridad.

Escaneá para
conocer más.




AFIANZADORA
SEGUROS DE CAUCIÓN

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

 /afianzadora

 /afzcaucion

 www.afianzadora.com.ar

 @afianzadora

 /afianzadora

N° de inscripción en SSN
0755

Atención al asegurado
0800-666-8400

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

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

cradas, sino que trata de lograr esa igualdad o posibilitar una mayor libertad.

En la ciudad de Necochea, a los 20 días del mes de octubre de dos mil dieciséis, reunida la Cámara de Apelación en lo Civil y Comercial, en los autos caratulados:

“M. Elena c/ Nación Seguros S. A. S/daños y perj. Incump. Contractual” Expte. N° 10.548.-

ALGO MÁS SOBRE PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR.

En el ámbito de una relación de consumo, más específicamente un contrato entre un consumidor y un proveedor como es el del caso, la carga probatoria es de aquellas denominadas “dinámica” por imperio del art. 53 párrafo 3° de la LDC que puntualmente indica “Los proveedores deberán aportar al proceso todos los elementos de prueba que obren en su poder, conforme a las características del bien o servicio, prestando la colaboración necesaria para el esclarecimiento de la cuestión debatida en el juicio.”.

Tal regla no ha sido cumplida en autos por la demandada pues tan solo acompañó la póliza pese a que fue específicamente requerida a brindar “denuncia de siniestro (...) copia del reclamo presentado por el titular de la [otra] unidad (...) pericia realizadas sobre el vehículo automotor, presupuestos y restante documentación acompañada con la denuncia interna o presentada con posterioridad por el asegurado.” (fs. 114/vta.; prueba proveída a fs. 177/178; y apercibimiento del art. 386 del CPCC aplicado a fs. 324).

Suprema Corte de Justicia Prov. de Buenos Aires. Acuerdo. 117.760 del 01/04/2015
“G. A. C. contra “Pasema S.A.” y otros. Daños y perjuicios”.

Comentario de los dos casos

Un par de decisiones en el sentido en que ha ido moviéndose la doctrina y la jurisprudencia en

cuanto a la aplicabilidad de la Defensa del Consumidor al contrato de Seguro. Más allá de la vigencia del plexo normativo de la actividad aseguradora para la resolución de los conflictos, nada puede obstar a la aplicación de la protección consumeril (término impuesto ampliamente, más allá de que algunos correctores automáticos todavía lo subrayen en rojo).

En el primero de los casos, el criterio es más claro tratándose de un seguro colectivo en que el asegurado no ha sido el tomador del seguro. Aquí cualquier situación negativa que surja de lo actuado por asegurador y tomador difícilmente podrá ser opuesta, en su perjuicio al asegurado.

El segundo fallo apunta especialmente a la conducta del Proveedor del Servicio (en este caso el Asegurador), en caso de conflicto. En la tramitación del mismo, es de aplicación el art. 53 de la LDCONS, que establece la obligación del proveedor de aportar todos los elementos de prueba de que disponga. Es una aplicación de un principio aplicable a las tramitaciones judiciales o extrajudiciales en conflictos que vinculen a partes que no se encuentren en situaciones equilibradas en cuanto a las posibilidades probatorias. Es de aplicación frecuente en materia laboral, en las demandas por Mala Praxis profesional, en las relativas a relaciones de consumo, etc. Por ese principio, la carga de la prueba (que tradicionalmente correspondía a quien alegaba algún hecho a su favor) se traslada a aquella parte que está en condiciones o en mejores condiciones para producir esa prueba.

En materia de consumo (y pensemos que una enorme cantidad de contratos de seguro participan de esa calificación), es el proveedor sobre quien recae naturalmente esa carga.

Más allá de la preocupación que ello acarree a dichos obligados, no es sino una aplicación del principio de BUENA FE, por el que la lealtad de las partes debería contribuir a soluciones más justas.

FEDERACIÓN DE ASOCIACIONES DE PRODUCTORES ASESORES DE SEGUROS DE ARGENTINA



Chacabuco 77 . Piso 3 . Ciudad Autónoma de Buenos Aires . Argentina
Tel: 011-4343-0003 . E-mail: fapasa@fapasa.org.ar . www.fapasa.org.ar

#1 VOS



LO PRIMERO SOS VOS